

**OS GESTOS DOS PAPAS NO BRASIL: RELAÇÕES ENTRE O PRESENCIAL
E O MEDIATIZADO**

Maria Cristina Angelini¹

Resumo:

O texto aborda os gestos públicos dos Papas que visitaram o Brasil e a repercussão dos mesmos gestos pela cobertura midiática. O país recebeu a visita de três líderes da Igreja Católica: João Paulo II, Bento XVI e Francisco. O destaque para cada um deles, em diferentes momentos da história do Brasil e da própria Igreja, foi intenso na mídia. A partir de Vilém Flusser, Norval Baitello Junior e Harry Pross investigaremos a importância dos gestos que são realizados na mediação primária dos corpos e depois divulgados na chamada cultura da mídia. Analisaremos na perspectiva da ecologia da comunicação, a partir de estudos feitos por Vicente Romano e pelo Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir, como os gestos se espalham pelos meios eletrônicos; como os gestos circulam nas capilaridades da comunicação presencial e da comunicação eletrônica e, como este cenário de interações pode ser compreendido na perspectiva de uma possível ecologia da comunicação.

Palavras-chave: Comunicação. Igreja Católica. Gestos. Mídia Primária. Ecologia da Comunicação.

Introdução

Neste estudo pretende-se responder a pergunta: Os gestos dos Papas são expressões pessoais que atraem a cobertura midiática ou os meios de comunicação apenas aproveitam dos gestos para obter audiência? Tentando responder esse questionamento e descobrindo progressivamente a recursividade entre os gestos e a cobertura midiática dos mesmos, passou-se a estudar as concepções de mídia primária, secundária e terciária, na perspectiva de Harry Pross e Norval Baitello Jr., para começar a entender a comunicação gestual como mídia.

Essa inquietação é fruto de minha atividade como jornalista que me propiciou ter um contato direto com as equipes de comunicação de dois dos Papas que visitaram o

¹ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero.

Brasil: Bento XVI e Francisco. Participei da equipe da TV Globo do chamado Núcleo do Papa que coordenou as coberturas das visitas dos Papas Bento XVI e Francisco ao Brasil. A TV Globo coordenou o pool de emissoras para a transmissão dos eventos no Brasil e o envio de imagens para o exterior. Estava na produção do Jornal Nacional (JN) quando João Paulo II ficou muito doente em 2005. A equipe de produção do JN acompanhou toda a agonia do Pontífice preparando as fontes para as reportagens, conversando com muitos teólogos, padres e pessoas que tiveram a oportunidade de estar com João de Deus no Brasil. Depois da morte de João Paulo II veio o Conclave e com ele as especulações. No Brasil a aposta era em Dom Cláudio Hummes, o então, arcebispo da Arquidiocese de São Paulo, fato que nos levou a conseguirmos uma entrevista rápida com ele. Dom Cláudio sempre negou a chance, mesmo assim corremos para fechar matérias contando a vida dele. Foi eleito o cardeal Joseph Ratzinger, o Papa Bento XVI.

Em maio de 2007, Bento XVI veio ao Brasil para a canonização de Frei Galvão e a abertura do V CELAM (Conferência de Aparecida). Os preparativos, os acertos de datas, as agendas, os possíveis eventos começaram no mês de outubro de 2006 e a gravação das reportagens em fevereiro de 2007. Era necessário contar quem era o Papa Bento XVI, pois era desconhecido do grande público. Ele não tinha o mesmo carisma de João Paulo II, que, durante 27 anos de papado, reunia multidões. Foram quatro semanas de reportagens nos telejornais de rede: *Bom dia Brasil*, *Jornal Hoje*, *Jornal Nacional* e *Jornal da Globo*, além de dois quadros nos telejornais: *Eu vi o Papa* e *Eu vou ver o Papa*. Bento XVI veio e foi um sucesso de mídia, de Ibope e de público. Depois de quase sete anos a renúncia de Bento XVI foi uma surpresa. A última renúncia de um papa ocorrera há 598 anos. E por fim, outra surpresa: a escolha de um papa argentino. Homem simples, com muita energia. Papa Francisco faz sua primeira viagem ao Brasil. Vem para participar da Jornada Mundial da Juventude (JMJ), mas antes celebra uma missa no Santuário Nacional de Aparecida. O Papa Francisco surpreendia a todos em cada gesto, em cada fala e reuniu três milhões e quinhentas mil pessoas na praia de Copacabana em julho de 2013.

O texto é resultado de observação empírica da cobertura televisiva, da observação de fotos dos eventos, bem como da pesquisa bibliográfica a respeito da cobertura midiática dos gestos de três papas no Brasil.

Destacamos importância dos gestos, analisamos as mudanças na visão da Igreja a respeito da comunicação, observamos os gestos dos Papas João Paulo II e Bento XVI quando das visitas ao Brasil e finalmente apresentamos elementos da trajetória do Papa Francisco a partir da relação entre os gestos concretos e os mesmos gestos observados através da cobertura televisiva. Observam-se as possibilidades de uma Ecologia da Comunicação na medida em que os gestos ocupam as capilaridades tanto da comunicação presencial como da comunicação mediada pela televisão. Nesta parte dialoga-se com Vicente Romano e com as pesquisas em desenvolvimento no Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir da Faculdade Cásper Líbero.

Os gestos como interação com o público

A Igreja Católica vive atualmente uma situação inédita. Pela primeira vez sua história conta com dois papas vivos e reconhecidos pela instituição: o Papa Francisco, eleito em março de 2013, e o Papa Emérito Bento XVI, considerado um dos maiores teólogos da atualidade, eleito em abril de 2005, - e que renunciou ao cargo, em fevereiro de 2013, prometendo não interferir nas decisões internas do Vaticano.

É a primeira vez que dois papas convivem no mesmo território e participam juntos de algumas cerimônias. Bento XVI renunciou, aparentemente, sem nenhuma pressão interna ou externa, preparou a chegada do próximo pontífice e não influenciou na escolha do candidato. É inédita esta situação de convivência fraterna de um Papa reinante e de um papa emérito na mesma cidade de Roma em sintonia.

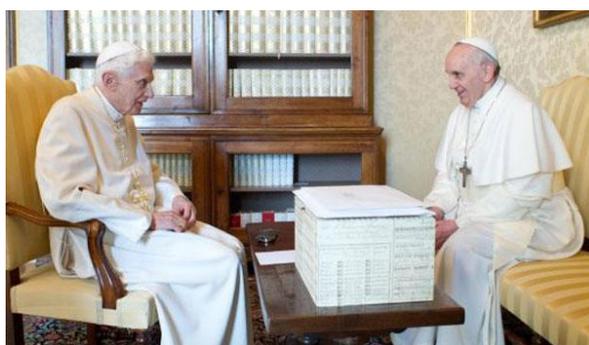


FOTO – Pontífice se reúne com Papa Emérito.
Fonte: Osservatore Romano/AFP, 23/03/2013.

O contato direto de todos os fiéis com o Papa é uma prática impossível, mas ao mesmo tempo, conseguir apertar a mão, tocar nas vestes do líder da Igreja ou participar de um evento onde o Papa esteja presente são ocasiões que emocionam os fiéis. Mesmo
10º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero
<http://www.casperlibero.edu.br> | interprogramas@casperlibero.edu.br

que seja no meio da multidão, quem participa pode não estar em contato direto, corpo a corpo, mas tem a certeza de que esteve com o Papa naquele evento. É um fato para ser lembrado até o fim da vida e comentado em qualquer oportunidade. A mídia primária dentro da Igreja é um recurso valioso, um meio que pode aumentar o entusiasmo e a participação dos fiéis. Harry Pross (*apud* MENEZES, 2007, p.28) explica o que é a mídia primária.

Toda comunicação humana começa na mídia primária, na qual os participantes individuais se encontram cara a cara e imediatamente presentes com seu corpo; toda comunicação humana retornará a esse ponto.

O fato de o Papa sair do Vaticano, conviver, mesmo que por pouco tempo, mesmo que por horas apenas, com os católicos de outros países de várias partes do mundo cria a oportunidade, para quem participa dos eventos, de conseguir tocar o líder da Igreja, de receber uma bênção pessoal, de ver uma criança ser beijada e abençoada pelo Papa, o desejo de “exercer” a mídia primária com o líder da Igreja Católica.

Segundo Romero (2012,p.266) “o gesto nasce de uma necessidade interior de expressão, de comunicação – é a primeira e mais rica linguagem do corpo”. O olhar de quem consegue tocar o Papa é de emoção, é de pura alegria. As imagens mostram claramente o significado do valor de um gesto do Papa dirigido a uma única pessoa no meio de uma multidão; as imagens registram a importância da mediação primária, do contato pessoal por excelência.



Papa João Paulo II beija criança em Roma.

Fonte: Osservatore Romano/AFP, 1997.

Norval Baitello analisa outro ponto da cobertura midiática. A sensação de proximidade de quem assiste a ela:

Não é só uma comunicação primária, mas também uma possibilidade de estabelecer, quem sabe um vínculo porque é vínculo, com sua complexidade, sua amplitude de possibilidades. (BAITELLO, 2008, p.101)

A mídia aproveita a imagem, divulga os gestos do Papa e foca, na reação, principalmente, na emoção das pessoas. Quando se observam essas reações e a tentativa da troca de olhares são claros o desejo e a intenção de estabelecer um vínculo com o Pontífice. É a imagem espontânea e ao mesmo tempo perfeita: gestos carinhosos com uma criança e a emoção da mãe, do pai ao presenciarem o filho sendo abençoado pelo Papa. Entre tantas crianças uma é escolhida ou pelo próprio Papa ou por quem organiza os eventos para ter um contato físico e receber um afago. Quem assiste pela televisão também se emociona porque se coloca no lugar de quem está mantendo um contato direto com o representante de Pedro. A definição de Baitello é perfeita para as fotos a seguir:

Se pensarmos nos meios imagéticos visuais ou sonoros (fotografia, cinema, rádio, televisão), todos eles se ancoram na utilização da corporeidade como base e matéria-prima, além de ser operados duplamente, em sua emissão e sua recepção, por seres humanos em sua viva e pulsante e corporeidade. (BAITELLO, 2008, p.97)

Não basta estar com o Papa, sentir-se único naquele momento, é necessário fotografar, documentar o fato para repercutir nas redes sociais utilizando os dispositivos móveis - é a mídia terciária, que completa a alegria de ter compartilhado com o líder da Igreja o contato pessoal ou mídia primária. O gesto do Papa repercute para quem é muito próximo, para quem divulga a foto e serve como informação para quem não conhece. O mundo fica sabendo, rapidamente, que o Papa beijou uma criança ou recebeu um abraço dela. “Os gestos estão sempre em movimento e desenhando formas no ar que permanecem na memória de cada cultura” (ROMERO, 2012 p.267).

Como o Papa não consegue ter uma comunicação primária com todos os fiéis, utiliza a velocidade e a tecnologia como novas aliadas para ampliar a comunicação. A Igreja na figura de seu líder, o Papa Francisco, parece estar no caminho contemporâneo da comunicação com os católicos: a Internet. Só na rede social digital *twitter* o argentino Jorge Mário Bergoglio tem 11 milhões de seguidores. Um avanço e tanto para uma Igreja de mais dois mil anos que até 500 anos atrás reprimia com rigor a maior parte das formas de comunicação, rezava a missa em latim – língua que poucos compreendiam e condenava à fogueira os que ousavam discordar de sua doutrina. A

história da comunicação social da Igreja passou por várias situações. Sabendo da importância dos meios de comunicação o Papa Inocêncio VIII torna público o pensamento da Igreja:

Em 1487, Inocêncio VIII publica o *Inter Multiplices*, no qual define o pensamento da Igreja sobre os meios de comunicação escritos e como abordá-los. O Papa estava preocupado com a vida espiritual dos católicos e via no advento da imprensa uma nova tecnologia que poderia ameaçar o controle eclesialístico da produção cultural do seu tempo. (PUNTEL, 2010, p. 24).

A Igreja ainda não percebia que a imprensa poderia ser usada para ampliar seu rebanho. E via a comunicação em massa, com desconfiança, temerosa do que a novidade poderia fazer com os fiéis. Uma coisa, no entanto, era certa: o alcance da mensagem seria muito maior com a nova tecnologia da época. É nessa fase que a Igreja tenta manter a exclusividade da informação e cria a primeira forma de censura de massa. A Inquisição Romana imposta a artistas, cientistas, teóricos e todas as vozes dissonantes ilustra essa triste fase.

Podemos dizer que a Inquisição é um grande pecado da Igreja cometido contra a liberdade de imprensa e o livre pensar e foi João XXIII (1958 a 1963), canonizado em 2014, que abriu as portas da Igreja para a sociedade com a realização do Concílio Vaticano II. No papado, João XXIII teve como objetivo maior tentar adaptar a Igreja ao mundo contemporâneo. Permitiu que as celebrações, até então só realizadas em latim, passassem a ser celebradas em outras línguas. Os padres, que presidiam as cerimônias de frente para o altar e de costas para os fiéis, viraram-se e começaram a falar de frente para os fiéis.

Nos diferentes discursos que precederam o Concílio, o Papa João XXIII evocou mais a necessidade de um “aggiornamento”, palavra italiana, que significa adaptação da tradição da Igreja à evolução do mundo contemporâneo, uma atualização da mensagem da Igreja, para melhor compartilhá-la com os homens contemporâneos.

Paulo VI foi o primeiro Papa a viajar depois do Concílio Vaticano II, mas a marca das viagens internacionais é de João Paulo II, que visitou 129 países e um território e está longe de ser superada. O Papa Paulo VI esteve em menos de 30 países, de acordo com a divisão geográfica de sua época. O Papa Bento XVI visitou 23 países. A repercussão dos gestos público do Papa nas viagens internacionais têm marcado a memória dos católicos no mundo inteiro.

João Paulo II : ampla interação com os meios eletrônicos

A Igreja na figura do Papa João Paulo II começa uma comunicação praticamente midiática, exercendo a mídia primária, nos eventos públicos, repercutindo na mídia terciária para compartilhar a mensagem com os fiéis. Norval Baitello ajuda a compreender a importância do denso momento de mediação primária:

Temos um tipo de existência quando nos comunicamos presencialmente, corpo a corpo, temos outro tipo de existência quando passamos nossa vida trocando mensagens escritas. (BAITELLO, 2012. p.61).

A missão de um Pastor, na perspectiva dos católicos, é reunir suas ovelhas e por elas zelar, cuidar. Por isso a maneira, os gestos com os quais as acolhe são significativos. Uma figura como o Papa não pode estar sempre, fisicamente, ao lado do “Povo de Deus” junto ao seu rebanho. O que marca a passagem do Papa, a visita que faz a uma nação, são seus gestos, sua conduta, mesmo que vistos pela mídia eletrônica, a televisão. O biógrafo de João Paulo II, explica que para entender a atitude do Papa mais popular da história da Igreja católica, “é preciso acompanhá-lo em seus gestos e suas palavras, sempre carregados de sentido” (LECOMTE, 2005, p. 602). Essa afirmação lembra um texto de Flusser que enfatiza: “quanto menor informação contiver um gesto, melhor será a comunicação¹” (FLUSSER, 1994, p.16). João Paulo II não deve ter estudado as análises de Flusser, mas colocava em prática seu conteúdo. Seus gestos públicos sempre foram simples e de fácil compreensão. Seu olhar firme e afetuoso, seus braços sempre abertos eram percebidos pelos que dele se aproximavam como: “Venham e os abençoarei”.

O Papa João Paulo II marcou a vida dos fiéis com gestos muitas vezes dirigidos a uma única pessoa no meio da multidão. Quem conseguia obter esse privilégio entre os católicos, era destacado, principalmente, na mídia terciária, nos meios eletrônicos. Ele sabia da importância desse tipo de gesto para quem compartilhava com ele a mídia primária, para quem participava do próprio evento, para quem assistia pela televisão, para quem ouvia pelo rádio. A emoção de quem recebia era tão grande que deixava transparecer, transbordar. E ao mesmo tempo quem assistia pela TV sentia-se representado naquele gesto, naquele toque de mãos entre o Papa e o fiel. O gesto da mídia primária tinha um destino certo na mídia terciária. Esse tipo de relação sistêmica entre os gestos na mediação primária e a midiaticização dos mesmos gestos na chamada mídia eletrônica parece ter sido fundamental na repercussão internacional.

João Paulo II morreu no dia 2 de abril de 2005, foi beatificado em 1º de maio de 2011 pelo Papa Bento XVI e canonizado no dia 27 de abril de 2014, pelo Papa Francisco.

Os gestos de Bento XVI

O maior gesto e também o maior marco histórico do Papa Bento XVI foi a sua renúncia em fevereiro de 2013. Uma surpresa para a própria Igreja e para o mundo. Nesse artigo vamos focar na sua visita ao maior país católico do mundo. Bento XVI esteve no Brasil em maio de 2007, em sua sexta viagem oficial como Papa. Veio para a sessão inaugural dos trabalhos da V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe na cidade de Aparecida, no Estado de São Paulo, e para canonizar o Beato Frei Galvão, primeiro santo brasileiro. Visitou as cidades de: São Paulo, Aparecida e Guaratinguetá, onde se encontrou, na Fazenda Esperança, com dependentes químicos, em recuperação.

Apesar do aparato de seguranças, Bento XVI provavelmente não agiu apenas com a cabeça, não foi racional como sempre demonstrou; agiu com o coração, por isso permitiu que fosse tocado. Ele entendeu o apelo que os jovens faziam com as mãos.

As imagens da visita de Bento XVI à Fazenda mostram a alegria, a ansiedade e a emoção dos jovens por estarem tão próximos do Papa. É o corpo a corpo. São as mediações primárias dizendo: “Somos de lugares e histórias completamente diferentes, mas estamos nos comunicando, nos entendendo apenas com o olhar, com o aperto de mão”.



Papa Bento XVI tenta abraçar um jovem.
Fonte: Adriana Martins/Fazenda Esperança/Divulgação.

“A mão é o meio de comunicação – mídia viva e em constante movimento” (ROMERO, p. 172). Muitas pessoas comunicam-se apenas pelos gestos.

A primeira mídia, a rigor, é o corpo – e por isso chamamos o corpo, portanto, de mídia primária. Quando duas pessoas se encontram existe uma intensa troca de informações, e, portanto, um intenso processo de comunicação por meio de inúmeros vínculos, inúmeros canais, inúmeras relações, conexões e linguagens. (BAITELLO, 2005, p. 31-32)

Baitello ajuda a compreender este contexto quanto enfatiza:

O nosso corpo é de uma riqueza incalculável. A quantidade de músculos e de possibilidades de movimento de cada músculo pode gerar uma “palavra” de linguagem corporal. Os vincos, a presença do tempo, a pele, os cabelos, os movimentos de cada músculo da face ou dos membros visíveis, há uma infinidade de frases possíveis de linguagem. (BAITELLO, 2005, p. 32)

Para os jovens que naquele momento tinham a possibilidade de tocar o Papa, a oportunidade era estender a mão e tentar. “A mão é mídia, e nela encontram-se a mão natureza, a mão memória e a mão transcendência” (ROMERO, 2012. p.265).

Bento XVI que não tinha o carisma do seu antecessor João Paulo II sempre teve espaço garantido na mídia internacional. Entre todas as mídias a terciária foi a mais utilizada por ele. A marca do seu papado foi a renúncia, um gesto que surpreendeu ao mesmo tempo a Igreja e o mundo. O anúncio da decisão foi feito pela mídia e a consequência desse gesto foi repercutida por outras mídias eletrônicas.

A gestualidade do Papa Francisco

As decisões da Igreja parecem sempre surpreender. E depois da renúncia o Papa eleito é argentino e de atitudes modestas. O Papa Francisco incentiva o uso da Internet e não deixa de frisar a necessidade e a relevância dos encontros pessoais com “homens e mulheres reais”. Neste contexto, retoma uma preocupação já apontada pelo comunicólogo Vicente Romano, autor do livro *Ecología de la Comunicación* (2004), que observa que o uso exagerado de aparelhos eletrônicos pode gerar “consequências ecológicas” na dinâmica dos diálogos do ser humano. Romano aponta para uma “ecologia da comunicação com o objetivo de se adaptar as tecnologias da informação já disponíveis às condições e possibilidades da comunicação primária do contato humano elementar e direto” (Menezes, 2013, p. 157).

O Papa Francisco também chama a atenção para a necessidade do diálogo, de estar presente fisicamente, pede aos padres que abram os templos para receber os fiéis, diz que não quer bispos e padres em aeroportos, mas cuidando da vida da paróquia junto dos e com os fiéis. Francisco sabe da importância de estar presente fisicamente na vida da comunidade. Ao mesmo tempo fala das ‘maravilhas’ da internet na mensagem que envia para a Jornada das Comunicações Sociais: “Não tenham medo de ser cidadãos do mundo digital. A internet pode oferecer mais possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isso é algo bom, é um dom de Deus”. Ele ressalta a qualidade da Internet e adverte que a facilidade da tecnologia não pode impedir “a possibilidade do encontro”. Faz um alerta para a qualidade do conteúdo: “A velocidade com que chegam as informações, supera nossa capacidade de reflexão e de julgamento, e não permite uma expressão comedida e correta”. Francisco faz um apelo para que o católico seja tolerante com as diferentes opiniões nas redes sociais:

A variedade de opiniões sendo transmitidas pode ser vista como boa, mas também pode levar as pessoas a se entrencharem atrás de suas fontes de informação, que vão apenas confirmar seus desejos e ideias, ou interesses políticos e econômicos.

O Papa Francisco, parece estar no caminho moderno da comunicação com seus fiéis: a Internet. Só *no twitter*, o Papa tem 11 milhões de seguidores. O volume de mensagens desperta interesse da rede mundial católica, Aleteia, que encomendou uma pesquisa à 3rdPlace. O título do estudo é “A Internet ama o Papa Francisco”. Publicado em janeiro de 2014, o estudo mostra que, globalmente, o Papa Francisco foi o personagem que gerou o maior volume de buscas mensais no Google (1.737.300) e o mais mencionado na rede (mais de 49 milhões de vezes) em comparação com alguns dos líderes mundiais mais influentes e populares em 2013, como Barack Obama, Vladimir Putin e Angela Merkel. As menções ao Papa têm uma distribuição geográfica mais global e homogênea, sem apresentar uma concentração particular em determinada região, ao contrário de figuras públicas como Obama, que concentra 52% das referências nos EUA. (...) Em uma análise do número de menções globais, Francisco aparece em terceiro lugar geral, depois da banda OneDirection (78 milhões) e do cantor Justin Bieber (53 milhões). Na Itália, o Papa domina a lista com folga: são 750.833 menções. O segundo lugar é da mesma OneDirection, que tem 596.464 referências.



Papa faz *selfie* com jovens no Vaticano e Papa Francisco na Catedral do Rio.
Fonte: Agência Reuters e Osservatore Romano/Reuters.

Considerações finais

No desenvolvimento da pesquisa que gerou o presente texto e a dissertação de mestrado defendida na Cásper Líbero observou-se que os gestos dos papas mostram que o corpo pode ser considerado como uma primeira mídia ou, para usarmos a concepção de Harry Pross, como mídia primária. Os gestos, como expressões de ternura e afeto, geram ambientes de vinculação, são percebidos não só presencialmente como também invadem os espaços da comunicação eletrônica (ou mídia terciária) e novamente são recriados ou ressignificados na relação com todos os que estão sintonizados tecnicamente e/ou vinculados simbólica e afetuosamente quando utilizam a comunicação midiaticizada. A relação sistêmica que permeia a comunicação presencial e a comunicação midiaticizada, o fato de os gestos dos papas ocuparem as capilaridades da comunicação presencial e as capilaridades da comunicação eletrônica, a observação de que existe uma recursividade entre as diversas expressões comunicativas, nos levam a perceber os gestos no contexto de uma ecologia da comunicação.

Mesmo considerando que é próprio dos meios eletrônicos enfatizarem ou editarem os gestos dos papas para ampliar a audiência, observa-se uma interação entre os gestos concretos e os gestos percebidos e recriados nos ambientes nos quais as pessoas tomam contato com os meios eletrônicos e vivenciam de forma simbólica e afetuosamente a relação com os gestos midiaticizados.

A pesquisa bibliográfica para compreensão dos gestos e da cobertura midiática dos mesmos gerou algumas outras constatações que poderão ser objetos de futuras pesquisas.

A Igreja Católica Apostólica Romana precisa dos meios de comunicação de massa para atingir cerca de 1 bilhão e 200 milhões de católicos no mundo. O público católico também é interessante para a mídia pelo fato de durante o desenrolar dos principais acontecimentos, como a Jornada Mundial da Juventude, cresce a audiência das emissoras de rádio e televisão, aumenta a venda de exemplares de jornais e revistas, bem como multiplica o acesso aos sites de notícias na Internet. Para todas essas empresas de comunicação há um aumento da venda do espaço publicitário. A Igreja também utiliza as redes sociais (*Twitter, Facebook, Instagram* e outras) para replicar ainda mais os *links* das manchetes, das reportagens televisivas, das análises dos especialistas, bem como das dioceses, paróquias, dos grupos religiosos e de sacerdotes.

A imprensa cobre o chamado factual. A visita do Papa é um factual agendado; os profissionais precisam ser credenciados previamente e a agenda da visita, o trajeto, os eventos são divulgados com antecedência para, inclusive, avisar, chamar o público e despertar o interesse, assim como acontece com eventos como Copa do Mundo, Fórmula 1, campeonatos esportivos, independentemente do local do evento. A cobertura de uma visita do Papa é maior no país que o recebe, mas a mídia internacional repercute a visita.

No Brasil, país com o maior número de católicos, o interesse é maior ainda. Os gestos públicos dos papas, assim como as falas (discursos, homílias) são importantes para mostrar para os católicos do Brasil e do mundo quem é o representante da Igreja, um senhor, quase avô, alegre, sorridente que beija as crianças carinhosamente, mostrando ao mundo a importância de cuidar do futuro da humanidade.

Gestos expressos em ambientes carregados de símbolos expressam dinâmicas que tocam afetuosamente as pessoas envolvidas presencialmente ou reunidas simbolicamente ao redor dos meios eletrônicos, como aconteceu durante o discurso de Bento XVI aos jovens dependentes químicos. Olhando para os jovens ele os chamou de “embaixadores da esperança” e disse que os traficantes terão de acertar as contas com Deus. Em outras palavras, no contexto de uma cultura marcada pela oposição entre céu e inferno, praticamente disse que os traficantes estão simbolicamente condenados.

O Papa Francisco, que fez a primeira viagem internacional para o Brasil e não para Argentina, experimentou uma empatia com o povo brasileiro e com os jovens do

mundo inteiro reunidos na Jornada Mundial da Juventude (JMJ). O papa, que, como já observado, carregou simbólica e concretamente a própria mala na chegada e na partida, reuniu três milhões e 500 mil pessoas para o encerramento da JMJ quando celebrou uma missa na praia de Copacabana. E deixou a frase: “O Papa é argentino, e Deus é brasileiro”.

O Papa João Paulo II, que esteve aqui três vezes em fases diferentes da vida brasileira, é lembrado pelos católicos pela canção “A bênção João de Deus”. Uma das frases da canção explicitava justamente que “nosso povo te abraça”; o canto expressava, e ainda expressa, uma relação vivida tanto presencialmente, para quem estava nos locais visitados, como por quem assistiu ao evento pelos meios eletrônicos.

O Papa que beijava o chão, na primeira visita teve um encontro com os operários, na maior cidade do país, e os conquistou com uma expressão: “São Paulo, são vocês”. A frase repercutiu com vigor, embora os trabalhadores esperassem que ele condenasse, literalmente, a ditadura militar imposta por um golpe aos brasileiros. O sucesso de mídia de João Paulo II na visita de 1980 foi medido pelo Ibope: 90% de audiência. Quando voltou em 1991 e em 1997, a mídia já o esperava mais organizada e preparada para a cobertura. As imagens dos gestos de João Paulo II colocando os diversos tipos de chapéus brasileiros, visitando barracos, beijando crianças, visitando Irmã Dulce no hospital em Salvador, o rosto suado sob o sol brasileiro e muitas outras ficaram na memória dos católicos não só pelos gestos, mas por sua divulgação, pela repetição das imagens na mídia. Se as visitas de João Paulo II foram divulgadas pelos meios de comunicação de massa, as de Bento XVI e de Francisco foram repercutidas também pelas redes sociais digitais.

Na fase final desta pesquisa observou-se que o papa Francisco incentiva o uso dos diversos ambientes de comunicação. Da mesma forma que convida os católicos a vivenciarem uma cultura do encontro com os outros ao redor de suas comunidades concretas, também incentiva o uso das redes sociais digitais para o desenvolvimento do que denomina “cultura do encontro” nos ambientes da *Web*. Enfatiza que o católico não deve ter medo da Internet, pois ela é um instrumento poderoso para divulgar a mensagem da Igreja, mas é necessário cautela para checar as informações já que nem tudo que circula é verdadeiro. Não basta curtir ou compartilhar nas redes sociais, é necessário discutir e trocar ideias, respeitar o pensamento do outro e não descuidar do

contato físico com as pessoas, do cultivo da chamada mídia primária. Não basta estar só com quem se tem afinidade; é necessário cuidar dos pobres, dos doentes, dos idosos, das pessoas das mais diversas nacionalidades, enfim, de uma “cultura do encontro” com os outros.

João Paulo II pode ser considerado um papa midiático pelo fato de que gostava da mídia e de que a mídia gostava dele. Um homem carismático, falava 16 idiomas, gostava da multidão e a multidão dele. O gesto de beijar o chão por onde passava foi a sua marca, o seu gesto mais conhecido. Era conservador dentro da Igreja, mas adaptava-se à linguagem midiaticizada e utilizava suas habilidades de ator para interagir com as multidões. Muitas vezes agia com o coração. Sabia como olhar para as pessoas.

Embora tenha convivido 27 anos com João Paulo II, o papa Bento XVI não “herdou” do antecessor nem o carisma, nem a leveza diante de fotógrafos e cinegrafistas, mas garantiu um espaço enorme na mídia com o gesto da renúncia, que chocou a Igreja e mobilizou a própria estrutura da Cúria Romana. Ciente da repercussão do seu gesto, Bento XVI anunciou a sua renúncia e logo em seguida como seria o Conclave para a escolha do próximo Papa.

Por fim, o Papa Francisco sempre surpreende os católicos e observadores de outras instituições. Um homem simples, de hábitos modestos tem 11 milhões de seguidores só no *Twitter*, posta mensagens quase todos os dias. Fala com simplicidade e consegue atingir católicos de todas as classes sociais. Não dita regras para a vida das pessoas, apenas diz como seria melhor: amar o próximo, pensar no próximo. Quando quer dar um recado para os padres, por exemplo, aproveita as redes sociais e divulga a mensagem da mesma forma com que se dirige ao conjunto dos católicos.

Os gestos expressos em ambientes carregados de símbolos indicam dinâmicas que tocam afetuosamente as pessoas envolvidas presencialmente ou reunidas também simbolicamente ao redor dos meios eletrônicos. Aos pesquisadores que continuarem investigando a dinâmica dos gestos que permeiam os ambientes comunicacionais, presenciais ou midiaticizados, fica o desafio de pensar também os gestos do contexto religioso como gestos densos de possibilidades de vinculação, como possivelmente envolvidos por uma ecologia da comunicação. Aos estudiosos da comunicação das

igrejas e das diversas expressões religiosas fica a responsabilidade da contínua avaliação da perspectiva comunicacional.

Referências

ALETEIA. **A Internet ama o Papa Francisco.** Disponível em: <http://www.aleteia.org/pt/sociedade/artigo/a-internet-ama-opapa-francisco-5888438347759616>. Acesso em: 30 jan. 2014.

BAITELLO JR., Norval. **A era da iconografia.** Ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker, 2005.

BAITELLO JR., Norval. Corpo e imagem: comunicação, ambientes e vínculos. In: RODRIGUES, David (Org.). **Os valores e as atividades corporais.** São Paulo: Summus Editorial, 2008.

BAITELLO JR., Norval. As capilaridades da comunicação. In: BAITELLO JR., N. **A serpente, a maçã e o holograma.** Esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

FLUSSER, Vilém. **Los Gestos.** Fenomenología y Comunicación. Barcelona: Herder, 1994.

LECOMTE, Bernard. **João Paulo II.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.

MENEZES, José Eugenio de O. **Rádio e Cidade. Vínculos Sonoros.** São Paulo: Annablume, 2007.

MENEZES, José Eugenio de O. Vínculos sonoros e ecologia da comunicação. In: BOURNHAUSEN, D.; MIKLOS, J.; SILVA, M.R. da. (Orgs.). **CISC - 20 anos. Comunicação, cultura e mídia.** São José do Rio Preto: Bluecom, 2012, p. 455-478. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: 20 jun. 2014.

MENEZES, José Eugenio de O. Ecologia da comunicação: a cultura como um macrossistema comunicativo. In: CAZELOTO, Edilson *et al.* (Orgs.). **Comunicação, tecnologia e cidadania.** São Paulo: Plêiade, 2013. Disponível em: <www.casperlibero.edu.br/mestrado>. Acesso em: 20 jun. 2014.

PUNTEL, Joana T. **Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática.** São Paulo: Paulinas, 2010.

ROMANO, Vicente. **Ecología de la comunicación.** Hondarribia: Editorial Hiru, 2004.

ROMERO, Elisabeth L. Gandini. **O gesto como imagem e a imagem como gesto.** A gestualidade das mãos na comunicação. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2009.

ROMERO, Elisabeth L. Gandini. Nenhum gesto sem passado, nenhuma imagem sem um gesto. In: BORNHAUSEN, Diogo A; MIKLOS, Jorge; SILVA, Maurício Ribeiro da. (Orgs.). **CISC 20 anos. Comunicação, Cultura e Mídia,** São José do Rio Preto: BLUECOM, 2012. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: 10 jun. 2014.

VATICANO. **Congregação para Doutrina da Fé.** Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/cti_documents/rc_con_cfaith_doc_2000307_memory-reconc-itc_po.html>. Acesso em: 27 jan.2013.

ⁱ No original: “Cuanto menor información contiver un gesto, mejor será la comunicación”. Tradução de Helena Charro.