

## **Participação e religiosidade nas redes sociais na internet: estudo de comentários em notícias religiosas<sup>1</sup>**

Thiago CAMINADA<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Observando as diversas manifestações da fé católicas propagadas nas redes sociais na internet e o crescimento das páginas noticiosas sobre o assunto religioso, este artigo tem como objetivo compreender de que forma se dá a interação dos públicos nos comentários de conteúdo jornalístico religioso publicado por órgãos de imprensa católicos no Facebook. Utiliza a técnica de Análise de Conteúdo para estudar 857 comentários, de 48 notícias, publicadas em um intervalo de 21 dias, nas páginas do Facebook de Aleteia, Canção Nova Notícias e Rádio Vaticano – Programa Brasileiro. Atende, ainda, aos objetivos específicos de: mapear as formas utilizadas pelos interagentes para comentar o conteúdo jornalístico, comparar as diferenças na participação através dos comentários das páginas estudadas entre si e as diferenças na participação em veículos de referência e estudar as manifestações de religiosidade, e devoção nas novas formas de relacionamentos proporcionadas pelas redes sociais na internet e as novas tecnologias a elas relacionadas. O estudo observa a relação de devoção e propagação da fé católica através das participações nos comentários das notícias e avalia as diferentes manifestações de religiosidade nas redes sociais na internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** Devoção; comentários em notícias; redes sociais; religiosidade; catolicismo.

### **1. Introdução**

As redes sociais na internet transformaram a forma das pessoas se relacionarem com as outras, com os acontecimentos e, inclusive, consigo mesmo. Diversos aspectos do que se pode chamar de vida off-line se remodelaram após o surgimento desses sites e foram incorporados, adaptados, renovados nas publicações, compartilhamentos e comentários daqueles que interagem nessas redes.

De modo particular, este artigo irá tratar de dois aspectos da vida humana, o jornalismo e a religião, e suas manifestações nas redes sociais na internet e relacioná-los. Curiosamente, tanto a religião quanto o jornalismo entraram neste novo século dividindo opiniões: uns advogam sua irrefutável crise e iminente desaparecimento, enquanto outros vislumbram seus respectivos renascimentos.

---

<sup>1</sup> Comunicação Científica apresentada na X Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial.

<sup>2</sup> Mestre em Jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Catarina; e-mail: [thiagolero@hotmail.com](mailto:thiagolero@hotmail.com)

Em crise, ou não, o fato é que, na atualidade, os conteúdos noticiosos e sobre religião atraem a interação das pessoas (desde curtidas, até retuítes e criação colaborativa) e se propagam nas redes sociais na internet. Mais especificamente, este artigo irá tratar dos comentários publicados em notícias nas páginas do Facebook de órgãos de imprensa católicos. Tendo como objetivo geral compreender de que forma se dá a interação dos públicos nos comentários de conteúdo jornalístico religioso publicado por órgãos de imprensa católicos no Facebook. E desdobrando-se em três objetivos específicos: (1) mapear as formas utilizadas pelos interagentes para comentar o conteúdo jornalístico, (2) comparar as diferenças na participação através dos comentários das páginas estudadas entre si e as diferenças na participação através dos comentários em veículos de referência e (3) estudar as manifestações de religiosidade, e devoção nas novas formas de relacionamentos proporcionadas pelas redes sociais na internet e as novas tecnologias a elas relacionadas.

A atual investigação apresenta-se como continuação de pesquisa anteriormente desenvolvida pelo autor (CAMINADA, 2014), na qual tratou sobre a participação nos comentários na canonização dos papas João XXIII e João Paulo II na página do Programa Brasileiro da Rádio Vaticano no Facebook. Estudando 51 comentários, em seis notícias, verificou-se uma forte relação de manifestação da devoção católica. Diante desses números, constatou-se a necessidade de analisar um corpus mais abrangente para melhor compreender o fenômeno e responder a indagações como as seguintes: “A ênfase espiritual na reverberação de conteúdos jornalísticos sobre religião é um fenômeno constante? Ela acontece nos comentários das publicações em veículos ligados à cobertura religiosa?” (CAMINADA, 2014, p. 14)

Para que se pudesse abranger um número mais diversificado de interagentes, comentando sobre diferentes assuntos, foram escolhidas as três notícias mais comentadas de cada dia durante uma semana (de domingo a sábado) nas três maiores páginas no Facebook de órgãos de imprensa católicos: Aleteia<sup>3</sup>, com quase 500 mil curtidas; Canção Nova Notícias<sup>4</sup>, com quase 400 mil curtidas; e Rádio Vaticano –

---

<sup>3</sup> Endereço da página no link: <https://www.facebook.com/Aleteiapt>

<sup>4</sup> Endereço da página no link: <https://www.facebook.com/noticias.cancaonova>

Programa Brasileiro<sup>5</sup>, com pouco mais de 200 mil curtidas. Nos dias em que as páginas não publicaram ao menos três notícias em seus perfis, ou não houve comentários em ao menos três notícias, foram coletados os comentários das notícias disponíveis. Esse critério se dá pelo escopo da pesquisa de evidenciar o estudo dos comentários de notícias religiosas, fazendo assim com que o maior número de comentários fosse contemplado pela amostra.

Dessa forma, foram coletados de forma manual, de 26 de abril a 16 de maio de 2015, 857 comentários de 48 notícias publicadas pelas três páginas, as respostas aos comentários foram descartadas. A escolha pelos comentários permite focar nas manifestações de religiosidade e não tanto no estabelecimento de diálogo e interação entre os participantes. No período de 26 de abril a 2 de maio, na página de Aleteia; de 3 a 9 de maio, na página Canção Nova Notícias; e de 10 a 16 de maio, no endereço do Rádio Vaticano - Programa Brasileiro.

Para analisar os dados e atender aos objetivos da investigação, foi utilizado o método de Análise de Conteúdo (KRIPPENDORFF, 1990) que compreende o manuseio de um grande número de informações. Para melhor compreensão do fenômeno da manifestação da devoção católica e facilitar a comparação entre os públicos dos três órgãos de imprensa católicos, os comentários foram divididos em nove categorias de análise: marcação, exaltação, responsório, controvérsia, complemento, oração, bíblia, transmissão e spam.

O estudo foca em notícias publicadas no Facebook, pois grande parte da participação através dos comentários está concentrada nessa plataforma. Além disso, a Rádio Vaticano sequer permite comentários em seu próprio site. Outro motivo que leva a atenção para as redes sociais é a possibilidade de que os conteúdos religiosos em notícias recircule nas redes sociais de diversas pessoas, inclusive de não fiéis, ou não curtidores das páginas. Afinal, os conteúdos em que os amigos interagem podem aparecer no Feed de Notícias, mesmo sem estabelecer conexão (através das curtidas) com as páginas.

---

<sup>5</sup> Endereço da página no link: <https://www.facebook.com/radiovaticanobrasil>

Outra peculiaridade do estudo é seu interesse nas demonstrações de religiosidade das pessoas nas redes sociais, através da relação entre sua fé e o conteúdo religioso, ou sobre a religião, publicado em notícias. Analisando um corpus de 857 comentários, a pesquisa apresenta resultados consistentes sobre a propagação da fé católica e a recirculação do conteúdo jornalístico religioso através dos comentários de notícias, além de evidenciar diferentes características das páginas estudadas. Seu ineditismo se mostra na proposta de estudar essas manifestações em comentários de notícias, estudando assim essas relações entre a fé e o produto noticioso.

## **2. Manifestações de religiosidade na internet e comentários de notícias**

A internet e o surgimento de novas tecnologias possibilitaram novas e melhores formas de participação em produtos culturais e midiáticos. Autores como Jenkins, Green e Ford (2014) exploram o termo Cultura da Participação e advogam que os públicos sempre foram ativos e trocavam suas experiências sobre aquilo que liam/ouviam/assistiam, mas destacam que a internet possibilitou que essas trocas fossem visíveis e publicáveis. Além disso, pessoas com preferências e aptidões mais restritas puderam se encontrar e estabelecer diferenças ferramentas de compartilhamento de experiências. Assim acontece, por exemplo, com grupos de católicos em pequenas comunidades que tem a possibilidade de saber sobre o papa e a Igreja sem que necessite de uma intermediação por líderes, ou clérigos.

Nos últimos anos, a popularização das redes sociais na internet, possibilitou a essas plataformas se tomarem parte da vida cotidiana de milhões de pessoas e se. De acordo com a Revista Superinteressante<sup>6</sup>, 1,4 bilhão de pessoas no mundo, sendo 59 milhões no Brasil, acessam diariamente o Facebook, site que abriga os comentários desta pesquisa. As pessoas se cadastram na rede e se conectam através das relações de amizade e das curtidas de páginas estabelecidas na rede. A partir disso, elas publicam, comentam, curtem e compartilham diversos conteúdos, construindo assim seu perfil público.

---

<sup>6</sup> Dado retirado da reportagem “O lado negro do Facebook”, da edição 348, de junho de 2015, da revista Superinteressante.

Esses conteúdos variam desde textos, vídeos, gifs animados, links sobre notícias, suas vidas particulares, seus gostos e sua religião. Jenkins, Green e Ford (2014) dizem que “nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações.” Entretanto, apontam que existe uma série de fatores que motivs a essa decisão, mas que especialmente as pessoas se engajam em conteúdos que julgam valer a pena dividir com seus amigos.

Em alguns casos, os públicos ligados em rede estão aproveitando esse aumento da capacidade de comunicação para criar uma cultura mais diversificada, que desafia instituições arraigadas, amplia as oportunidades econômicas, e, até mesmo no caso da mídia religiosa, talvez salve nossa alma. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 359)

Não somente nos sites de redes sociais, mas também em outras plataformas online se desenvolve diversas formas de expressões da devoção e espiritualidade, desde os sites de “velas virtuais”, ou “santuários virtuais”, assim como as transmissões de novenas e missas, até os aplicativos de oração e compartilhamento de mensagens do papa. Sbardelotto (2011, p. 9) diz que essas plataforma se apresentam como “não apenas uma liturgia assistida pela mídia, mas também uma liturgia centrada, vivida, praticada e experienciada pela mídia, em que esta também oferece modelos para as práticas, para o espaço e para o imaginário litúrgicos.” Conduta condenada pela Igreja Católica que preza pela participação do fiel na comunidade, em convívio com as outras pessoas. Entretanto, como aponta Spadaro (2012, p. 127) é permitida e incentivada a prática religiosas no “campo de uma possível ‘devoção digital’ que pode de qualquer maneira ser ligada às várias formas de ‘comunhão espiritual’ conhecidas desde sempre pela tradição” e documentos da Igreja.

Assim como essas formas de exercício e demonstração da fé, os comentários em notícias também são uma grande característica da Cultura da Participação. Diaz Noci *et al.* (2010), indicam que os comentários são a forma mais elementar de possibilitar, mas também de enquadrar, a participação dos leitores.

Grande parte dos estudos sobre os conteúdos de comentários em notícias aborda com preocupação a qualidade dos debates entre os internautas. Estudos realizados em jornais brasileiros (CUNHA, 2013; SAMPAIO; BARROS, 2012) apresentam alto grau

de incivildade e violência verbal por parte dos leitores em suas participações através dos comentários. Contudo, existem ressalvas a esta postura inadequada nos comentários de notícias. Raimondo Anselmino e Bertone (2013) advogam que a criação de perfis de redes sociais e sincronização desses perfis nos portais de notícias para os comentários estancou boa parte dos comentários indevidos. Além disso, Diaz Noci et al. (2010) já indicavam em seu estudo a necessidade de moderação prévia de conteúdo e o benefício dessa prática nas redações. Ainda assim, sua pesquisa encontrou alto índice daquilo que classificou como “críticas amargas”.

### **3. Entre semelhanças e particularidades: a religiosidade nos comentários e páginas do Facebook**

Esta seção trata da descrição e análise do objeto empírico compreendido como os 857 comentários determinados pela amostra para serem coletados no período de análise. Ela subdivide-se em duas partes: a primeira da análise dos comentários de forma geral e a segunda, traçando um comparativo, com base nos comentários, entre as três páginas estudadas e outros veículos jornalísticos.

Contudo, antes de iniciar a análise, é importante destacar algumas particularidades da coleta dos comentários que determinaram o corpus e permitem algumas considerações sobre a relação entre as demonstrações de religiosidade católica e as notícias. Como explicitado na descrição dos procedimentos de coleta, seriam consideradas por dia apenas as três postagens mais comentadas, porém nenhum dos três veículos estudados alcançou o número total de publicações a serem consideradas pela pesquisa. Dessa forma, a projeção inicial de 63 notícias, caiu para 48. Essa redução aconteceu por dois motivos: foram publicadas menos do que três notícias em um único dia, ou as notícias não obtiveram comentários e foram descartadas.

Na tabela abaixo temos a relação do número de notícias consideradas pela análise, a quantidade de comentários coletados e a média de comentários por publicação, de cada veículo. Note-se que a média de comentários por postagem leva em consideração apenas as notícias que foram selecionadas pela pesquisa. Ou seja, não

foram consideradas as publicações sem nenhum comentário, o que ocasionaria em uma média ainda mais baixa.

<b>Página</b>	<b>Notícias</b>	<b>Comentários</b>	<b>Média</b>
Aleteia	17	572	33,64
Canção Nova	11	34	3,09
Rádio Vaticano	20	251	12,55
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>857</b>	<b>17,85</b>

Tabela 1: Notícias e comentários coletados e média de comentários por publicação

Como se pode observar na Tabela 1, a página no Facebook Canção Nova Notícias foi a que obteve menor número de publicações consideradas na análise e também o menor número de comentários absolutos e proporcionais, no período de 3 a 9 de maio de 2015. Dos sete dias de análise, somente no dia 6 é que foram consideradas três notícias. Já nos dias 8 e 9, não foram encontrados comentários em nenhuma publicação e, por isso, foram desconsiderados. Nos dias 3, 4, 5 e 7 de maio, duas postagens em cada dia obtiveram comentários e entraram para a soma da análise.

Já o caso da página do Programa Brasileiro da Rádio Vaticano, no período de 10 a 16 de maio, teve 20 publicações de notícias selecionadas para a coleta dos comentários. Apenas no domingo, dia 10, é que foram publicadas apenas duas notícias, não alcançando o número de publicações diárias a serem consideradas. A relação entre os comentários e o número de notícias é a mais próxima da média geral entre as páginas estudadas.

Já a página Aleteia concentra majoritariamente o maior número de comentários e a maior média de participações. No período de análise de 26 de abril a 2 de maio, apenas no primeiro e no último dia de coleta não houve três publicações selecionadas. No domingo, dia 26, apenas uma notícia e no sábado, dia 2, duas notícias publicadas.

Apesar de serem alimentadas por profissionais, e, nos casos das páginas relacionadas à Canção Nova e Rádio Vaticano, estarem ligadas a outros veículos de abrangência massiva, as páginas dos órgãos de imprensa estudados publicam com frequência moderada no Facebook. Em alguns dias da semana, como nos casos de

sábado, domingo e segunda, dependendo da página, a incidência de publicações é menor, podendo indicar dias de folga dos profissionais. Essa atuação interfere também no número de fãs das páginas e, conseqüentemente, no número pessoas alcançadas pelas publicações.

O que se pode perceber é que o número de interações e participação em conteúdos noticiosos é menor que em outros conteúdos devocionais ligados à fé católica. Um caso a ser citado é o da página no Facebook do Padre Fábio de Melo<sup>7</sup>, com mais de 5 milhões de fãs, são compartilhados links de músicas, palestras, shows, fotos, vídeos, e mensagens do padre.

### **3.1 As manifestações da fé católica nas diferentes formas de comentários**

O comentário está entre as três formas de interações mais básicas do Facebook, localizado logo abaixo da publicação, ao lado das funções Curtir e Compartilhar. Esta pesquisa leva em consideração somente os comentários e os organiza em nove categorias distintas. As categorias são baseadas na pesquisa anterior (CAMINADA, 2014), em que foram apresentadas oito categorias. Dessas oito, duas estão replicadas na pesquisa (Exaltação e Transmissão), outras duas (Intercessão e Responsório) foram agrupadas para uma única classificação (Responsório), outra categoria foi renomeada para agrupar um número maior de comentários (de Agradecimento para Oração) e duas categorias foram suprimidas por serem específicas do contexto anteriormente analisado (Pedindo Canonizações e Relíquias). Além da categoria Outros que foi renomeada como Spam. Além das relacionadas com a pesquisa anterior, outras quatro categorias foram inseridas para dar conta do material empírico analisado: Marcação, Controvérsia, Complemento e Bíblia.

Antes de analisarmos o corpus, segue abaixo, as tabelas 2 e 3 que organizam a incidência dos comentários nas categorias em números absolutos e na percentagem correspondente para cada veículo e no geral.

---

<sup>7</sup> Endereço da página no link: <https://www.facebook.com/PadreFabiodeMelo>

<b>Categorias</b>	<b>Aleteia</b>	<b>NCN</b>	<b>RVB</b>	<b>TOTAL</b>
Marcação	253	1	10	264
Exaltação	137	10	51	198
Responsório	59	17	104	180
Controvérsia	67	0	28	95
Complemento	32	1	5	38
Oração	6	3	26	35
Spam	14	1	19	34
Bíblia	4	0	3	7
Transmissão	0	1	5	6

Tabela 2: Quantidade de comentários por categoria

<b>Página</b>	<b>Marcação</b>	<b>Exaltação</b>	<b>Responsório</b>	<b>Controvérsia</b>	<b>Complemento</b>	<b>Oração</b>	<b>Spam</b>	<b>Bíblia</b>	<b>Transmissão</b>
<b>Aleteia</b>	44,23%	23,95%	10,31%	11,71%	5,59%	1,05%	2,44%	0,7%	-
<b>NCN</b>	2,94%	29,41%	50%	-	2,94%	8,82%	2,94%	-	2,94%
<b>RVB</b>	3,98%	20,31%	41,43%	11,15%	1,99%	10,35%	7,57%	1,19%	1,99%
<b>Total</b>	30,8%	23,1%	21%	11,08%	4,43%	4,08%	3,96%	0,81%	0,7%

Tabela 3: Percentual de comentários por categoria

Em números absolutos, a categoria mais utilizada é Marcação. Essa categoria evidencia uma das funcionalidades implantadas pelo Facebook em sua plataforma. A marcação funciona como uma citação de algum dos contatos na rede social, ela pode ser feita em fotos, mas também nas publicações de status e nos comentários. Quando algum interagente é citado, ele recebe a notificação em seu perfil. Nos casos observados pela investigação, ele funciona basicamente como uma recomendação de leitura. Em muitos casos, as pessoas simplesmente marcavam outros perfis sem nenhuma outra mensagem, ou menção. Em outros casos, a recomendação fica mais explicitada por expressões como “Olha aí”, “Vejam isso” e similares. Já outros, fizeram referências a outras conversas, ou elementos externos, com o assunto da notícia.

A segunda categoria mais utilizada pelos interagentes, com porcentagens muito próximas nas três páginas, é Exaltação. Ela corresponde aos comentários de maior carga positiva na avaliação daqueles que comentam, pois exaltam algum aspecto relacionado à publicação. A exaltação pode se relacionar de três formas: à notícia em si, ao fato noticiado, ou às personagens da notícia.

Quando os comentários exaltam a notícia publicada no Facebook em si, pode-se notar os interagentes parabenizando a publicação ou em expressões como “bela” ou “grande” notícia, “excelente texto” ou, ainda, “muito bom saber sobre isso”. Em relação ao fato noticiado, os comentários o exaltam avaliando das seguintes formas: “foi lindo”, “emocionante”, “marcante”. Por fim, os comentários também exaltam as personagens envolvidas, ou citadas na notícia, com destaque especial para o papa Francisco. Os comentários evidenciam a admiração por essas figuras, em expressões muito utilizadas como: “amo/adoro o papa” e “sou fã”.

Outra forma utilizada para interagir e muito marcante pela demonstração da religiosidade católica é Responsório. Os responsórios são frases de invocação e resposta, muito tradicionais na Igreja Católica e, muitos deles, foram implantados no início do cristianismo. Atualmente, são muito ligados à liturgia e as devoções populares e dos santos. Os responsórios litúrgicos mais utilizados nos comentários são “amém”, “glória a vós Senhor”, “glória a Deus”, “Aleluia”, “assim seja” e “bendito seja o Senhor”. E os devocionais mais marcantes são “salve Maria” e após a invocação de um santo “rogai pós nós”.

A próxima categoria de comentários é Controvérsia que destaca uma das características mais salientes da conversação online. O termo controvérsia corresponde às discussões e desentendimentos entre os interagentes nos comentários e, também, às discordâncias com o enfoque da notícia, ou o fato noticiado. Na maioria dos casos, os comentários controversos debatiam sobre o assunto da notícia publicada como nos casos de textos sobre o casamento e a conduta dos padres (em Aleteia) e as visitas recebidas pelo papa Francisco dos líderes políticos de Cuba e Palestina. Além disso, a publicação de comentários de propagação de pensamentos de outras doutrinas religiosas, como o espiritismo, levam os interagentes a travar discussões mais ferozes. Geralmente, essas discussões são marcadas por posições mais conservadoras e tradicionalistas.

A próxima classificação de comentários é Complemento e está intimamente ligado ao potencial jornalístico e informativo das páginas estudadas, assim como também remete ao potencial de colaboração da audiência nos produtos jornalísticos em ambientes como o das redes sociais na internet. Mesmo com menor incidência, a manifestação de outras informações em complemento ou extensão daquilo que foi publicado na notícia também esteve presente. Em outros casos, as pessoas compartilhavam as experiências vividas nos lugares em que se passavam as notícias.

Oração é outra categoria com forte ligação às demonstrações de religiosidade nas redes sociais na internet. A oração, ou prece, é uma prática difundida em todas as religiões e consiste na invocação de seres superiores. No caso das práticas católicas encontradas nos comentários, as pessoas dirigiam suas preces a Deus ou aos santos, geralmente pedindo alguma intervenção divina, ou dádiva, seja para si ou para os outros. Uma prática recorrente são as preces em favor do papa, pela sua saúde ou de outras pessoas e agradecimentos por graças alcançadas.

A categoria Spam pode ser considerada como descartável, apesar de ter atingido um percentual alto. São mensagens sem sentido, incompreensíveis e propagandas de sites, canais e novenas na internet.

Bíblia é outra classificação ligada à religiosidade. Nos comentários encontrados, eram transcritas citações bíblicas, ou apenas feita a citação, ou, ainda, apenas uma referência a alguma passagem do livro sagrado dos cristãos. Os livros bíblicos citados são geralmente os evangelhos, ou trechos de salmos.

Por fim, Transmissão corresponde aos comentários que se referem às transmissões de eventos religiosos. As pessoas avaliavam a transmissão dos acontecimentos noticiados, ou aproveitavam para dizer que estavam naquele momento sintonizadas a outro meio de comunicação.

### **3.2 Com a mesma fé, mas com diferentes conteúdos e formas de participação**

Ao observarmos as diferenças nos números de comentário por página de órgão de imprensa católica percebemos algumas discrepâncias latentes, especialmente de Aleteia para os outros dois. Essas diferenças na participação através dos comentários

podem ser reflexos do conteúdo publicado. Como se pode inferir no grande número de marcações (de recomendação de conteúdo) na página de Aleteia e muito menor nas demais que pode estar ligado ao estilo de escrita da página, que prefere acontecimentos menos factuais sobre a Igreja e aborda os conteúdos em tom mais doutrinal ou catequético.

Outras duas categorias demonstraram grande diferença em suas porcentagens em comparação com Canção Nova e Rádio Vaticano entre Aleteia são Oração e Responsório. Essas tipologias são muito mais marcantes nas duas primeiras páginas do que na última citada anteriormente. Pode-se dizer que os públicos dos dois são mais ligados à devoção e à espiritualidade, enquanto que a audiência do outro é muito mais combativa, pelo número de comentários em Controvérsia.

Além das grandes diferenças de percentual, três categorias não obtiveram incidência em todos os veículos. Na página do Facebook de Canção Nova Notícias as categorias Bíblia e Controvérsia não estiveram presentes em nenhum comentário. Entretanto, fica mais difícil fazer alguma avaliação sobre essas ausências, porque a pesquisa priorizou a participação nos comentários de notícias católicas de forma geral e, por isso, respeitou o mesmo período de análise sem se preocupar com a proporcionalidade de comentários entre os veículos. Por terem sido considerados apenas 34 comentários, não se pode dizer que esse tipo de participação não está presente na página da Canção Nova.

A outra categoria é Transmissão, ausente na página de Aleteia. Isso acontece, porque esses comentários foram publicados especificamente nas duas páginas que publicam conteúdos produzidos para outros veículos de comunicação como o rádio, no caso do Programa Brasileiro da Rádio Vaticano, e televisão, no caso da Canção Nova. Esses dois órgãos de imprensa católicos transmitem celebrações e eventos religiosos ao vivo e gravados, enquanto que Aleteia é um site e tem sua atuação exclusivamente na internet.

Por fim, a comparação entre os comentários publicados em notícias de veículos jornalísticos religiosos e os veículos de referência, em resposta aos questionamentos da pesquisa anterior (CAMINADA, 2014), fica comprometida, pois as pesquisas mais relevantes, citadas na seção anterior, apresentam os números sobre os comentários nos

próprios sites dos jornais e esta pesquisa. Ainda mais se for considerada a observação Raimondo Anselmino e Bertone (2013) de que o perfil público em redes sociais na internet, como o Facebook, inibe a elaboração de perfis falsos (grandes responsáveis pela violência e incivildade nos comentários) e torna pública vasta relação de dados do autor do comentário.

Ainda assim, podemos considerar, tomando os dados encontrados nas pesquisas de Diaz Noci e equipe (2010), Sampaio e Barros (2012) e Cunha (2013), que a participação nos comentários em notícias religiosas é mais branda. Apesar da categoria Controvérsia somar mais de 10%, os comentários discordantes atendem a certa polidez e civilidade, não são encontradas palavras de baixo calão, ofensas pessoais e rispidez nos comentários das notícias religiosas estudadas. Apesar do clima de tensão nas redes sociais na internet, os comentários nas páginas de Aleteia, Canção Nova Notícias e Rádio Vaticano – Programa Brasileiro são civilizados e demonstram uma relação com a religião, fator que pode contribuir para o ambiente ameno.

#### **4. Considerações Finais**

A investigação atual comprova as características de demonstração da religiosidade católica em notícias, vislumbrada em estudo anterior (CAMINADA, 2014). Ao se observar as categorias, percebe-se demonstrações devocionais explícitas em, ao menos, quatro categorias (Exaltação, Responsório, Oração e Bíblia) que correspondem a 48,99% dos comentários. Através de seus comentários, as pessoas expressam sua fé de forma a mostrar seu amor pelo líder da Igreja, copiando pedaços de orações e invocações, pedindo ou agradecendo por intervenções miraculosas. Características essas muito particulares da devoção católica e dos santos, além de transcrever citações bíblicas. Além dessas categorias, pode-se considerar o maior grupo de comentários, Marcação com 30,8%, como também uma característica da religiosidade se for levado em consideração como uma forma de propagação da fé, também chamada de evangelização. As pessoas que comentam desejam que outras pessoas tenham acesso àquele conteúdo, seja por informação factual, ou por formação religiosa.

Dessa forma, confirmamos a relação estreita entre as notícias religiosas e a demonstração da religiosidade católica no Facebook, ao menos em conteúdo produzidos por páginas relacionadas a essa fé. Por isso, ainda surgem questionamentos a serem respondidos sobre a demonstração da religiosidade em notícias veiculadas por jornais de referência, em que os fãs da página não necessariamente comungam da mesma fé.

Em comparação entre si, as páginas Aleteia, Canção Nova Notícias e Rádio Vaticano – Programa Brasileiro apresentam algumas diferenças em seus conteúdos que podem explicar a mudança de postura da audiência. Enquanto que a primeira página preza por textos mais ligados à doutrina católica, as duas últimas atualizam conteúdo mais factual, noticioso e, por isso, o alto índice de recomendação no primeiro. Enquanto que nos dois últimos temos maior manifestação da religiosidade católica, com a devoção aos santos, as orações e responsórios.

Já em comparação com outros veículos de referência, encontra-se um índice baixo de discussão nos comentários pela categoria Controvérsia, com 11%. Apesar das dificuldades de comparação já explicitadas acima, pode-se afirmar que os comentários nas páginas de Facebook estudadas não apresentam palavras de baixo calão, violência e incivildade. As discussões são pontuais, não apresentam ataques pessoais e poucos são em tom de crítica. Não há como negar que essa relação também se deve ao conteúdo jornalístico publicado e aos valores religiosos compartilhados pelos fãs dessas páginas.

Outra observação levantada pela pesquisa é sobre a maior participação e demonstração da religiosidade em outros conteúdos e páginas nas redes sociais na internet, como em publicações de frases de santos, músicas e outros. Essa observação também propõe novas pesquisas sobre a demonstração de religiosidade e do que Spadaro (2012) chama de “devoção digital” em outros tipos de conteúdo e em outras redes sociais na internet.

O caso aqui estudado de notícias sobre religião pode se assemelhar com o conteúdo esportivo, especialmente para os torcedores. Os torcedores de determinadas agremiações preferem os conteúdos das páginas de suas torcidas e times, ao conteúdo jornalístico esportivo para, assim, torcer pelo seu time. Entretanto, o fato das manifestações religiosas estarem também presentes nos comentários de notícias é um fenômeno a ser estudado e aprofundado, especialmente a relação entre as notícias e a fé.

Novas tecnologias vão surgindo e com elas novas apropriações surgem a serviço das relações humanas, sejam essas relações com imanente ou com o transcendente, elas precisam ser estudadas.

## 5. Referências

CAMINADA, Thiago. Jornalismo, fé e interação: a participação do público na página do Programa Brasileiro da Rádio Vaticano no Facebook. **IX Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial**. Universidade Estadual de Londrina, 2014. Disponível em: [https://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom2014/Trabalhos/Thiago%20Caminada\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o,%20m%C3%ADdia%20e%20entretenimento%20na%20cibercultura.pdf](https://www2.metodista.br/unesco/anaisdaeclesiocom2014/Trabalhos/Thiago%20Caminada_Comunica%C3%A7%C3%A3o,%20m%C3%ADdia%20e%20entretenimento%20na%20cibercultura.pdf)

CUNHA, Dóris de Arruda C. Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícias. **Calidoscópico**. v. 11, n. 3, set/dez, 2013. doi: 10.4013

DÍAZ NOCI, Javier; *et al.* Coments in news, democracy booster or journalistic nightmare: assessing the quality and dynamics of citizen debates in catalan online newspapers. **International Symposium on Online Journalism**. 2010.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido**: Teoría y práctica. Barcelona: Paidós, 1990.

RAIMONDO ANSELMINO, Natália; BERTONE, Mauro. Prensa y redes sociales en Internet: aproximaciones a la relación de los diarios argentinos en línea con Facebook y Twitter. **Brazilian Journalism Research**. v. 9, n. 2, 2013

SAMPAIO, Rafael Cardoso; BARROS, Samuel Anderson Rocha. Os sites de notícias podem estimular a deliberação online?: um estudo de comentários dos leitores postados em folha.com. **Brazilian Journalism Research**. v. 8, n. 2, 2012.

SBARDELOTTO, Moisés. “Como por um espelho”: um estudo sobre a interface interacional de rituais online católicos. **Anais do VI Eclesiocom**: Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial, São Bernardo do Campo, 2011.

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