

# A saída de Bento XVI do Vaticano: uma cerimónia na era da (auto)mediatização

## *The departure of Benedict XVI from the Vatican: a ceremony in the age of (self-)mediatization*

### **Bernardino Frutuoso**

diasfrutuoso@yahoo.com

Doutorando em Ciências da Comunicação da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa.

### **Rita Figueiras**

figueirasrita@gmail.com

Doutorada em Ciências da Comunicação, Professora Associada da Universidade Católica Portuguesa.

### **Resumo**

Neste artigo debatemos os conceitos de mediatização, auto-mediatização e mediatização da religião apoiados na análise empírica da transmissão televisiva da saída de Bento XVI do Vaticano em 2013. A análise permitiu concluir que este evento ilustra o processo de auto-mediatização da Santa Sé, fruto da crescente mediatização da religião, e que esta aproximação à lógica dos *media* serve primordialmente os propósitos evangélicos da Igreja Católica. Deste modo, a auto-mediatização patente neste ritual televisionado reflete, em nosso entender, uma dinâmica complexa que pode interrogar as teses da mediatização.

**Palavras-chave:** mediatização, mediatização da religião, automediatização, lógica dos *media*, Igreja Católica, CTV, Papa Bento XVI.

### **Abstract**

This article debates the concepts of mediatization, self-mediatization and mediatization of religion against the empirical analysis of the broadcasting of the departure of Pope Benedict XVI from the Vatican in 2013. Findings suggest that this media event illustrates the process of self-mediatization of the Vatican as a consequence of the mediatization of religion, and that its adaptation to the media logic serves primarily the evangelical purpose of the Catholic Church. Hence, the self-mediatization strategy evident in this media event indicates a complex dynamic that may question the mediatization theses.

**Keywords:** mediatization, mediatization of religion, self-mediatization, media logic, Catholic Church, CTV, Pope Benedict XVI.

### **Introdução**

Para surpresa de todos, no dia 11 de fevereiro de 2013, Bento XVI anunciou a renúncia ao cargo de bispo de Roma. A intenção foi comunicada durante um consistório, onde explicou os seus motivos aos bispos: “Examinando repetidamente a minha consciência diante de Deus, cheguei à certeza de que as minhas forças, devido à idade avançada, já não são idóneas para exercer adequadamente o ministério petrino” (Bento XVI, 2013). Nesta ocasião, o pontífice comunicou também que a Sé de Roma ficaria vacante, a partir das 20h00 do dia 28 desse mesmo mês de fevereiro. Aos 85 anos, Joseph Ratzinger tomava, assim, uma decisão que, apesar de não ter antecedentes

na História moderna e contemporânea da Igreja Católica – o último papa a renunciar fora Gregório XII em 1406 –, tinha respaldo jurídico no Código de Direito Canónico (Cânone 332, § 2).

A saída de Bento XVI do Vaticano deu origem a uma transmissão televisiva em direto para o mundo, preparada e conduzida pelo Centro Televisivo do Vaticano (CTV), *medium* institucional da Santa Sé<sup>1</sup>. Isto significa que, ape-

1 A chamada “televisão do papa”, a agência televisiva de informação da Santa Sé, foi fundada em 1983, no pontificado de João Paulo II. Segundo o estatuto (Vaticano, 1998), o CTV tem como propósito geral contribuir para o anúncio universal do Evangelho (cf. art. 1.1.). A sua missão específica é documentar a atividade da Santa Sé utilizando os instrumentos e a linguagem da comunicação televisiva (cf. art. 1.2.) e promover a sua presença no campo do audiovisual em todo o mundo (cf. art. 1.3.).

sar de poder ter assumido um carácter eminentemente católico e um desenvolvimento privado-institucional de acordo com a lógica da Igreja Católica, esta vacância foi transformada pela própria Santa Sé num evento estruturado em linha com a lógica dos *media*.

No contexto contemporâneo da crescente mediação da sociedade em geral (Hepp, 2014) e da religião em particular (Hjarvard, 2014), é à luz destes conceitos que enquadrámos a análise da referida emissão e argumentamos que esta tele-cerimónia, mais do que uma manifestação da mediação do catolicismo, é um indicador de uma estratégia de auto-mediação da Igreja Católica. Todavia, não consideramos que tal signifique que a Igreja Católica esteja a perder a sua identidade, a substituir a sua lógica interna pela dos *media* ou que tal traduza um processo de transferência de funções de uma instituição (Igreja Católica) para outra (os *media*). A auto-mediação combina elementos da lógica dos *media* com a da Igreja Católica, permitindo-lhe satisfazer um conjunto de objetivos em conformidade com a lógica interna da instituição. Deste modo, sugerimos que a auto-mediação patente neste ritual televisionado reflete uma dinâmica complexa que pode interrogar as teses da mediação.

Neste artigo, começamos por debater os conceitos de mediação, auto-mediação e mediação da religião. Depois, apresentamos a nossa proposta metodológica e a análise empírica da transmissão da saída de Bento XVI do Vaticano vai, em seguida, permitir-nos regressar à discussão dos conceitos centrais neste trabalho.

## 1 O conceito de mediação e a mediação da religião

Na sociedade contemporânea, afirma Mark Deuze (2012), vivemos nos *media* e já não apenas com os *media*, eles são para nós como a água é para os peixes. Os *media* tornaram-se indistintos, ubíquos e invisíveis, ou seja, estão presentes e integram-se em todas as esferas da vida social. Esta aceleração da presença e da importância da comunicação e dos *media* na vida quotidiana tem implicado mudanças significativas na sociedade em geral e na religião em particular. Neste contexto, a mediação tem-se afiançado como uma nova perspectiva teórica que procura perceber a centralidade e ubiquidade cada vez mais crescentes dos *media* na sociedade e na cultura, bem como as transformações estruturais de longo prazo que os meios de comunicação produzem nas mais variadas instituições sociais.

A noção de mediação – como se pode depreender de elementos comuns a diversos investigadores, entre os quais Friedrich Krotz (2007), Stig Hjarvard (2014), Andreas Hepp (2014) e Knut Lundby (2014) – pode ser

compreendida, precisamente, como o meta-processo complexo, cumulativo e multimodal de articulação dos *media* nos processos sociais, com as consequentes e crescentes “mudanças nas práticas, culturas e instituições nas diferentes sociedades” (Lundby, 2014, p. 26). De um prisma que não se centra nos *media*, a mediação pode ser conceptualizada para analisar a inter-relação “entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro” (Hepp, 2014, p. 51).

A teorização da mediação não se tem desenvolvido de maneira unívoca. Nos últimos anos têm surgido múltiplas linhas de pesquisa que expressam a diversidade hermenéutica nas apropriações e operacionalizações epistemológicas, como é o caso da “perspectiva institucional” (Hjarvard, 2014; Bolin, 2014). Nesta perspectiva, a mediação aponta para um desenvolvimento bilateral dos *media* que corresponde a um processo social no qual estes adquirem, por um lado, o estatuto de instituição social e, por outro, a capacidade de contaminar outras instituições sociais. Esta abordagem institucional da mediação desenvolve-se a partir do conceito da “lógica dos *media*” (Altheide e Snow, 1979). Nas palavras de Hjarvard (2016, p. 96), a lógica mediática pode ser entendida como “a constelação de regras e recursos institucionais, estéticos e tecnológicos”.

Esta nova configuração sócio-mediática exige que as instituições – incluindo as religiosas – assumam práticas e estratégias que incluam protocolos, linguagens e estéticas dos *media*. Isto significa que as instituições incorporam a lógica dos *media* na sua ação (Altheide e Snow, 1979). Atores não mediáticos têm-se adequado à lógica dos *media* – ainda que em diferentes graus e modalidades –, em busca de representação mediática e com vista a atuarem de forma bem-sucedida numa cultura e sociedade mediáticas (Hjarvard, 2014; Figueiras, 2017). Podemos então dizer que a mediação refere-se ao processo adaptativo dos diferentes campos sociais a estas regras institucionalizadas dos *media*.

A antecipação da lógica dos *media* e a sua incorporação na ação e racionalidade de variadas instituições têm dado lugar ao que Frank Marcinkowski (2014) designou por “auto-mediação”. Esta corresponde ao esforço que variadas instituições têm desenvolvido no sentido de dominar as regras que governam o acesso ao espaço público. A auto-mediação deve, então, ser entendida como uma resposta por parte de variadas instituições sociais às mudanças no seu meio ambiente institucional induzidas pelos *media*. Frank Marcinkowski (2014) descreve este processo como uma mediação reflexiva, com os atores sociais a tirarem vantagem dos *media*, a anteciparem os seus efeitos e a desenvolverem estratégias de comunicação que os beneficiem num contexto cada vez mais regido pelas regras mediáticas.

À imagem de outras instituições, a aproximação à lógica dos *media* tem sido também uma das formas primordiais que a religião tem encontrado para manter a ligação com os fiéis e se adaptar à crescente centralidade dos *media* na sociedade contemporânea. Ainda que, como bem frisa Hoover (2014, p. 51), no Ocidente a religião tenha sido sempre mediada, cada vez mais, “as mídias não apenas cobrem ou transmitem religião ou ideias religiosas; na verdade, elas ajudam a dar forma à religião contemporânea”. Na mesma linha, Martín-Barbero (1997) refere que as instituições e atores religiosos não se limitam a usar os meios de comunicação para transmitir as suas pregações ou para aumentar as audiências, mas convertem-se aos meios radiofônicos e televisivos e utilizam-nos como elementos fundamentais para a mediação das experiências religiosas.

No entanto, a mediação das mensagens religiosas não significa de *per se* que se verifique o fenómeno da mediatização da religião. O processo de mediatização implica uma alteração no modo de interagir entre a instituição religiosa e os *media*, bem como uma transformação multidimensional da religião, “influenciando os seus textos, práticas, relações institucionais” (Hjarvard, 2014, p. 137). Como refere Martino (2016, p. 38-39), é “um processo no qual tanto a mídia quanto a religião se articulam em práticas e acções comuns”.

Stig Hjarvard (2014) teoriza a mediatização da religião como parte de um processo complexo em que os *media* – como instituição e como ambiente – podem favorecer tanto a secularização como a re-sacralização da sociedade na modernidade tardia, assumindo assim parte das funções sociais anteriormente desempenhadas pelas instituições religiosas. Nas palavras de Hjarvard (2014, p. 13):

*Rituais, cultos, lamentações e celebrações, atividades sociais que costumavam fazer parte da religião institucionalizada, agora são assumidas parcialmente pelos meios de comunicação e transformadas em atividades mais ou menos seculares a serviço de outras finalidades que não aquelas das instituições religiosas.*

O autor (2014, p. 132) considera que os *media* provocam uma série de mudanças nas estruturas institucionais, nos conteúdos simbólicos e nas práticas individuais e sociais:

*Pelo processo de mediatização, os meios de comunicação influenciam e transformam diversos elementos da religião, incluindo a sua autoridade como instituição, o conteúdo simbólico de suas narrativas, bem como a fé e as práticas religiosas.*

Como nota ainda o mesmo autor (2014, p. 133-134), uma teoria que se proponha explicar a interação entre a

religião e os *media* deverá considerar os contextos socio-culturais. Isto significa que o fenómeno da mediatização da religião não constitui um fenómeno histórico, cultural ou geograficamente universal, podendo assumir diferentes formas e produzir resultados diversos. Deste modo, podemos entender a mediatização da religião como um processo complexo de articulação das características e *modi operandi* dos *media* – gramática, linguagem, códigos, limites e possibilidades de construção de mensagens – nas práticas, formações e instituições religiosas.

Atenta a esta nova ecologia mediática, a Santa Sé tem compreendido a importância dos *media* como agentes de mudança nas sociedades e nas culturas. A instituição entende-os como uma fonte de informação, mas também de experiência religiosa ao difundirem cerimónias, práticas e discursos católicos. Nesse sentido, tem apostado em meios de comunicação institucionais, como o Centro Televisivo Vaticano, instituído em 1983.

Este órgão de comunicação institucional, entre outras funções, é essencial para a transmissão de eventos públicos que envolvem os papas e o seu ministério pastoral, para a orientação ético-moral, para a união da comunidade global de fiéis e para a ritualização das transições institucionais. Este *medium* foi o responsável pela transmissão de grandes acontecimentos que tiveram como protagonistas os sumos pontífices, nomeadamente as viagens de João Paulo II, as celebrações no Vaticano e mesmo as cerimónias exequiais do papa polaco em 2005. O CTV foi, igualmente, o *medium* responsável pela realização e difusão da cerimónia que nos propomos aqui analisar: a saída de Bento XVI do Vaticano.

## 2 Metodologia

Neste artigo propomo-nos debater os conceitos de mediatização, auto-mediatização e mediatização da religião apoiados na análise empírica da transmissão televisiva da saída de Bento XVI do Vaticano. Para tal, o nosso *corpus* empírico é constituído pelo texto televisivo integral produzido pelo CTV e cujas imagens e *natural sound* foram retransmitidos pelos mais variados meios de comunicação internacionais.

A nossa análise assenta numa abordagem qualitativa, recorrendo a uma metodologia crítica da imagem visual, proposta por Gillian Rose (2002) e complementada com elementos próprios da semiótica. Na cultura visual, afirma Rose (2002, p. 6), “these images are never transparent windows on to the world. They interpret the world; they display it in very particular ways”. Nessa óptica, Rose (2002, p. 17-28) afirma que há lugares e modalidades que é necessário considerar para interpretar e compreender criticamente as imagens visuais. Os três lugares são: a produção, a própria imagem e a audiência. As modalidades,

que se interceptam com os lugares, concernem à tecnologia utilizada na produção da imagem, na composição da imagem e nas condições sociais.

As imagens que iremos analisar foram produzidas para o *medium* televisão e, nesse sentido, procuramos entender a dinâmica particular desse meio e dos seus “códigos semióticos” (Fiske e Hartley, 2004). Recorremos aos pressupostos da semiótica, com o seu sistema de signos e códigos, o sentido denotativo e conotativo, os significados e os significantes característicos da linguagem e dos conteúdos das narrativas televisivas. Assim, procuramos identificar e interpretar os códigos de construção e os códigos técnicos utilizados na produção da imagem televisiva (Berger, 2014, p. 32-33): o uso dos ângulos da câmara (ângulo normal, picado, contrapicado); a escala dos planos (plano de pormenor, primeiríssimo plano, plano próximo, plano médio, plano americano, plano de conjunto, plano geral); os movimentos da câmara (panorâmica, *zoom*, *tracking*).

Esta estratégia metodológica serve-nos o objetivo de analisar esta transmissão como um “evento mediático”. De acordo com Dayan e Katz (1999, p. 17), estes são “momentos históricos televisionados em direto que fazem parar a nação ou o mundo”. Isto não significa que ignoremos as abordagens críticas e as reformulações ao conceito propostas mais recentemente e que sugerem a sua ampliação para, a par de eventos de celebração, incluir também eventos-catástrofe, como guerras ou ataques terroristas (Couldry, Hepp e Krotz, 2010; Mitu e Poulakidakos, 2016).

Neste trabalho seguimos a definição seminal proposta por Dayan e Katz (1999) e usamos as características dos eventos mediáticos como indicadores para a nossa análise: transmissão em direto e sem interrupções pela televisão, o que implica a suspensão da programação regular tanto tempo quanto o tempo de duração do evento; pré-planeamento, o que permite a negociação da estrutura do evento entre as partes envolvidas – o canal de televisão responsável pela transmissão e a instituição proponente; intervenientes de elevado estatuto simbólico e real; jornalistas como mestres de cerimónias (pontuação das imagens); elevadas audiências e experiência partilhada de comunhão.

Os eventos mediáticos têm uma forte componente ritualista e uma mensagem simbólica subjacente que transcendem a dimensão denotativa das imagens. Pretendemos, assim, identificar também um sentido mais profundo desta tele-cerimónia, pois os acontecimentos mediáticos “não podem ser entendidos a partir de uma base cognitivista, mas exigem uma perspectiva cultural” (Alexander e Jacobs, 1988, p. 28). Apreender esse sentido é uma tarefa complexa que requer um diálogo multidisciplinar, especialmente com a sociologia das religiões e as ciências da religião.

O enquadramento teórico exposto e a abordagem metodológica apresentada refletem-se nas questões formuladas e que orientam este trabalho: a cobertura televisiva da saída do Papa Bento XVI do Vaticano enquadra-se na categoria dos eventos mediáticos? Que imagem de Bento XVI foi re(a)presentada nesta emissão televisiva? De que modo é que a transmissão nos permite debater as teses da mediatização?

## 2.1 Análise visual-semiótica da tele-cerimónia

Numa emissão planeada cuidadosamente pelo CTV e com uma produção que envolveu 40 pessoas, o uso de quatro régies em simultâneo e de 19 câmaras (uma delas a bordo de um helicóptero alugado)<sup>2</sup>, no dia 28 de Fevereiro de 2013 o *medium* televisivo da Santa Sé transmitiu em direto para o mundo a saída de Bento XVI do Vaticano.

A emissão começa com imagens aéreas, que situam o espectador no lugar do acontecimento histórico que vai testemunhar: Roma, Vaticano, Praça de São Pedro, Basílica de São Pedro, pátio de São Dâmaso. Recorrendo a um *close-up* do relógio do pátio de São Dâmaso, que indica 16h35, a realização situa-nos na hora de Roma.

Aos 25 minutos da transmissão, aparece em cena Bento XVI, o protagonista principal do acontecimento. Todas as narrativas requerem uma personagem/herói que centre e concentre a história que se vai contar, focalizando a atenção dos telespectadores. Pouco depois, o papa é apresentado na intimidade, o que aumenta o dramatismo e a emoção da narração, a sair dos seus aposentos no palácio apostólico. Na padieira da porta está gravada a frase (em latim): *Benedictus XVI*. Atrás do papa, segue o seu secretário pessoal, Georg Gänswein, claramente comovido. Pouco depois Bento XVI recebe a bengala do secretário e caminha com passos vacilantes, mostrando a fragilidade da sua saúde (o motivo principal apontado para a renúncia) e induzindo o telespectador a compreender o peso das responsabilidades e problemas que carrega como chefe da Igreja.

Ao chegar ao pátio, o realizador apresenta uma imagem do papa de frente e vemo-lo a esboçar um sorriso e a saudar os presentes, um grupo de uma dúzia de clérigos presididos pelo secretário de Estado, o cardeal Tarcisio Bertone. O grupo que espera o papa está no outro extremo do pátio. Acolhe-o com aplausos. Depois, cada um dos presentes aproxima-se do pontífice, ajoelha-se ou inclina-se em frente e beija o anel de Pedro, símbolo da investidura e poder pontifício. A câmara colocada atrás do papa, em ângulo picado, expressa o poder e a superioridade do bispo de Roma.

<sup>2</sup> Estes dados foram recolhidos no trabalho de campo que realizámos no CTV, na Cidade do Vaticano, no mês de Julho de 2016, e que incluiu visita aos estúdios do *medium* vaticano e entrevistas com os responsáveis.

Terminados os cumprimentos, Bento XVI encaminha-se para o carro. Os sinos começam a repicar anunciando a saída do papa. O espectador acompanha o percurso da comitiva papal nos jardins do Vaticano, com os planos aéreos a mostrarem ao mundo a beleza do lugar.

Depois das saudações, Bento XVI acena às pessoas que estão nos telhados das casas vizinhas para o verem. Sorri – o realizador usa um plano próximo –, cumprimenta com os braços abertos e entra no helicóptero. Quando as hélices começam a girar, os espectadores veem e ouvem os sinos que tocam e faz-se um *close-up* do relógio em São Dâmaso, que marca agora as 17h05. Recorda-se, novamente, que esta é uma transmissão em tempo real e que o espectador está a testemunhar a história em direto.

O helicóptero descola e o realizador apresenta uma imagem do mecanismo hidráulico das rodas do aparelho que se levanta lentamente; segue-se um outro plano próximo, em contrapicado, que mostra o veículo que descola e se eleva da terra. Uma subida que, metaforicamente, remete para a separação definitiva da antiga vida e o começo de uma outra etapa. Bento XVI poderá voltar ao Vaticano, mas já não será mais o papa, antes “um peregrino”, como ele dirá, que serve a Igreja de uma maneira diferente.

Começa a viagem. O helicóptero da Força Aérea Italiana leva o papa sobre os telhados da Cidade Eterna. Sobrevoa muito baixo os edifícios de Roma projetando sobre eles uma tênue sombra. A tarde está soalheira e o céu azul, propício para uma homenagem ao cineasta Federico Fellini, como tinha programado o diretor do CTV (*Famiglia Cristiana*, 2013). Pretendia-se recordar o filme *La dolce vita*, que começa, precisamente, com a cena de um helicóptero que transporta uma estátua de Jesus para o Vaticano e projeta uma sombra nas paredes dos edifícios, como a bendizer as pessoas que aí habitam. Por analogia, queria-se expressar que o papa, ao sobrevoar os céus da Cidade Eterna, abençoa os seus habitantes e todos os peregrinos presentes na Praça de São Pedro e em Roma. Identificam-se nestas cenas outras características dos eventos mediáticos: são “pré-planeados, anunciados e publicitados com antecedência”, dão tempo aos que “os transmitem e à audiência para imaginarem e se prepararem” (Dayan e Katz, 1999, p. 22).

A transmissão continua com a viagem até ao Castelo Gandolfo. Minutos depois, o realizador mostra Bento XVI a sair do helicóptero. Aprecia-se num *close-up* o papa, que está a sorrir serenamente, enquanto os *flashes* das câmaras dos fotógrafos acendem repetidamente. Ouvem-se os sinos que anunciam a chegada de Bento XVI. O público que assiste pela televisão é convidado a juntar-se às pessoas que se congregam na praça e aos *media* na construção da história (Dayan e Katz, 1999). Apresentam-se grandes planos dos rostos de crianças e adultos com a bandeira

do Vaticano nas mãos; altera-se para imagens de pequenos grupos no meio da multidão, que na representação televisiva querem significar o conjunto dos católicos (Torres, 2013).

O grande plano do relógio, que marca agora 17h35, frisa de novo que a transmissão é em direto. Outro plano apresenta a varanda do castelo vazia, com a janela aberta. Pouco depois, o papa reaparece em cena. É “recebido” pelas câmaras de televisão no interior da residência. Bento XVI caminha sozinho – expressa-se assim a sua autonomia, mas também a solidão da sua decisão –, caminha com determinação até à varanda onde discursará pela última vez como papa.

Neste momento, o papa do *logos* apresenta-se como um simples peregrino que se despede do seu povo. No balcão, Bento XVI abre os braços. Estes são gestos lentos, pouco efusivos, mas que ilustram um abraço a todos em simultâneo. O espectador, num plano geral, une-se à multidão que aclama com bandeiras, grita e salta de emoção. O sumo pontífice agradece, comovido: “Obrigado, obrigado do coração.” Um plano geral aproxima o espectador do papa na varanda. Para tal, usa-se um ângulo em contrapicado – que realça a imagem de poder – alternado com um primeiro plano, que expressa a relação de proximidade entre a personagem principal e os espectadores. Bento XVI abre os braços e esboça um sorriso e continua a agradecer à multidão, enquanto a realização intercala a imagem, com um plano em grande angular, da multidão a partir do alto do balcão, permitindo ao espectador ver a praça a partir da mesma perspectiva do papa.

Bento XVI sorri e inicia o discurso: “Queridos amigos, estou feliz por estar convosco, rodeado pela beleza da criação e da vossa simpatia, que me faz muito bem. Obrigado pela vossa amizade e afecto.” Os aplausos interrompem o papa. Destacam-se, com planos médios, pequenos grupos na multidão, que aclamam e acenam com as bandeiras de diferentes países na mão, manifestando, simultaneamente, a presença das Igrejas locais e a universalidade do catolicismo. O papa continua: “Como sabem, este dia é diferente dos anteriores. Só serei o sumo pontífice da Igreja Católica [o realizador usa um plano médio de frente do papa, acentuando a proximidade e a emoção do momento] até às 20h00. Depois não serei mais papa, mas um simples peregrino que inicia a última etapa da sua peregrinação nesta terra.” Novamente aplausos e gritos a que se une o espectador apresentando-lhe a mesma sequência de planos anterior: pequenos grupos na multidão, *zoom out* que enquadra as pessoas. E continua Bento XVI [plano médio]: “Quero ainda com o meu coração, com o meu amor, com a minha oração, com a minha reflexão, com todas as minhas forças interiores, trabalhar para o bem comum, para o bem da Igreja e da humanidade. Sinto-me muito feliz com a vossa simpatia. Continuemos o nosso caminho com o Senhor, juntos para o bem da Igreja e do mundo.

Obrigado.” Ouve-se uma grande ovação. Começam os gritos de “Viva o papa” (o espectador percebe a emoção da multidão com movimentos panorâmicos, recurso ao *zoom in* e *zoom out*). E termina a alocação papal: “Agora, com todo o meu coração, dou-vos a minha bênção [pronuncia-a em latim]. Obrigado, boa noite. Obrigado a todos” (panorama da multidão que grita emocionada).

Numa aparição que dura 3’24”, Bento XVI fala durante 1’27” (1,54% do tempo total da transmissão). Como emissões de natureza altamente simbólicas, os eventos mediáticos são eminentemente visuais, pois, como sublinham Dayan e Katz (1999), as imagens dizem mais do que as palavras.

Bento XVI retira-se da varanda em passos lentos. Com um plano geral, em contrapicado da varanda, o espectador acompanha o papa enquanto sai e deixa para trás o balcão vazio, numa imagem simbólica que expressa, com eloquência, o adeus ao papa e o início da sede vacante.

Seguem-se planos próximos e médios das pessoas que permanecem na praça. As imagens mostram os rostos dos presentes. Expressa-se a passionalidade do acontecimento, a tristeza e a alegria, o temor e a esperança. Na fachada de um edifício, com letras grandes brilhantes feitas com balões, leem-se as palavras que os católicos partilham: “Obrigado, Bento, estamos todos contigo.” As tele-cerimónias, asseveram Dayan e Katz (1999, p. 34), são momentos de comunhão e consenso na opinião pública.

Bento XVI termina o papado com um “rito de passagem”, em conformidade com o guião da coroação teorizado por Dayan e Katz. A transmissão encerra, precisamente, com a imagem do pôr-do-sol nas montanhas da região de Castel Gandolfo. É o ocaso de um ciclo na vida da Igreja Católica, mas tal como o sol que se esconde atrás das montanhas e voltará a brilhar no dia seguinte, também na Igreja brilhará a luz de um novo início. Amanhecerá de novo e também um novo papa será escolhido para dirigir os destinos da Igreja.

## Reflexões finais

Este artigo tinha como principal objetivo debater os conceitos de mediatização, auto-mediatização e mediatização da religião apoiados na análise empírica da transmissão televisiva da saída de Bento XVI do Vaticano. Para tal, formulámos três questões cujas respostas consubstanciam esta reflexão final.

Na era da comunicação global, que se caracteriza por um ambiente digital de intenso fluxo comunicativo e de múltiplas plataformas, continuam a existir eventos mediáticos que são “dias de festa para os *media*” (Dayan e Katz, 1999, p. 1). Neste sentido, e num primeiro nível de análise, o estudo empírico permitiu verificar que a emissão da saída de Bento XVI do Vaticano se enquadra

na categoria dos eventos mediáticos. Isto significa que o evento foi cuidadosamente elaborado tendo em conta a lógica dos *media*. A “lógica”, como uma categoria conceptual, remete para as regras e os recursos específicos que governam um domínio particular, e a tele-cerimónia em estudo foi um evento cuidadosamente coreografado de acordo com as regras específicas de seleção, interpretação e construção de mensagens mediáticas. A análise empírica permitiu-nos constatar que “o papa do *logos* se despediu com uma extraordinária página cinematográfica” (Grasso, 2013).

O pontificado de Bento XVI foi bem menos mediático que o do seu predecessor, João Paulo II, e, num segundo plano de análise, pretendíamos identificar a imagem que o evento projetou de Bento XVI, um papa considerado distante e com um fraco carisma mediático.

A emissão colocou o papa no centro dos *media*, atualizou o imaginário de uma figura importante do panorama religioso mundial e reelaborou para a posteridade e memória futura uma percepção distinta de Bento XVI. Esta tele-cerimónia re(a)presentou o “papa-instituição” como um “homem-papa”, mostrando-o na intimidade. A partir de vários enquadramentos e ângulos, a realização construiu uma emissão assente também na ideia de proximidade. Aproximou os telespectadores do papa, dando-lhes a conhecer o apartamento apostólico, os jardins do Vaticano, a residência de Castel Gandolfo. O artifício da proximidade e da construção da empatia concretizou-se igualmente num dos ângulos de realização predominante na emissão – o da perspectiva do próprio papa. O telespectador partilhou a vista do helicóptero, com o papa sobrevoou a cidade de Roma e avistou Castel Gandolfo. Na nova morada vislumbrou os fiéis, tal como o papa, a partir da varanda.

A transmissão do CTV colocou os telespetadores ao lado do papa, avistando tudo e todos como se estivessem literalmente a seu lado e a acompanhá-lo naquele momento solitário. Esta transmissão projetou também na memória da audiência-comunidade a imagem de um papa sereno e carismático, que deixou o cargo convencido de que a sua decisão histórica era a melhor para a Igreja Católica.

Tal como referido, a mediatização da religião e a auto-mediatização têm instigado mudanças ao nível dos critérios de decisão e das racionalidades subjacentes à ação da Igreja Católica, tendo em conta que os “*mídia*, as suas lógicas e processos acabam afectando os modos pelos quais o campo religioso se estrutura para atingir os seus públicos” (Borelli, 2010, p. 10). E este evento televisionado em direto ilustra bem a convergência entre os *media* e o catolicismo e o processo de auto-mediatização da Santa Sé e dos papas, líderes espirituais dessa instituição religiosa secular e com milhões de seguidores.

Neste processo de mediatização, devido ao poder da televisão e da hipertelevisão (Scolari, 2013) – os múltiplos ecrãs dos dispositivos electrónicos actuais nos quais se disponibilizou o conteúdo –, emergiu um acontecimento mediático (Dayan e Katz, 1999) que concatenou milhões de pessoas em simultâneo, crentes e não crentes. Unidas em torno da emissão, e por uma experiência técnico-electrónica à escala global, a tele-cerimónia permitiu-lhes um acesso igualitário e a partilha de uma memória deste momento histórico (Dayan e Katz, 1999).

O CTV, a “televisão do papa”, produziu uma tele-cerimónia adequada à lógica televisiva, considerando-se as regras, a estética, os ritmos, os formatos e as diferentes estratégias enunciativas deste *medium*. Mas através do CTV, a Santa Sé também gizou, projetou e geriu uma mensagem simbólica ao serviço da lógica interna da instituição. Neste sentido, tal como na transmissão de outros eventos, através do CTV – por meio da representação da imagem e/ou som – foi possível a proclamação da mensagem evangélica *urbi et orbe*. Esta tele-cerimónia, por ter sido produzida *ad intra* por um meio televisivo institucional, permitiu à Santa Sé controlar a projeção público-mediática do evento que foi retransmitido por inúmeros *media* espalhados pelo mundo.

Este evento mediático projetou uma mensagem simbólica de continuidade e expressou a manutenção da tradição apostólica e dos valores católicos, esvaziando, assim, quaisquer possibilidades de questionamento ou de polémicas em torno da decisão inédita da renúncia. Através desta cerimónia, a Santa Sé mostrou um papa e uma Igreja Católica fortes, de portas abertas e casa de todos, com capacidade de diálogo com o mundo e com a sociedade atual. Sinal de uma “Primavera eclesial” que a cobertura mediática, a práxis comunicacional e o ministério do Papa Francisco, o sucessor de Bento XVI, afiançou desde os primeiros instantes do pontificado.

Em nosso entender, a auto-mediatização patente neste ritual televisionado reflete uma dinâmica complexa que pode interrogar as teses da mediatização. Não consideramos que a Igreja Católica esteja a perder a sua identidade, a substituir a sua lógica interna pela dos *media* ou que a (auto)mediatização traduza simplesmente um processo de transferência de funções de uma instituição (Igreja Católica) para outra (os *media*). Consideramos que a integração da lógica dos *media*, fruto de uma inevitável mediatização do catolicismo, serve primordialmente os propósitos evangélicos da Igreja Católica. Deste estudo extraímos, assim, a pista de trabalho que a mediatização do catolicismo pode coexistir com a catolização dos *media* e que ambos os processos podem co-evoluir em paralelo.

## Referências

- ALEXANDER, J.; JACOBS, R. 1988. Mass Communication, Ritual and Civil Society. In: T. LIEBES; J. CURRAN (ed.), *Media Ritual and Identity*. London / New York, Routledge, p. 23-41.
- ALTHEIDE, D.; SNOW, R. 1979. *Media Logic*. Beverly Hills, CA, Sage.
- BENTO XVI. 2013. *Declaratio*. Disponível em: <[http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/speeches/2013/february/documents/hf\\_ben-xvi\\_spe\\_20130211\\_declaratio.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/speeches/2013/february/documents/hf_ben-xvi_spe_20130211_declaratio.html)>. Acesso em: 1/11/2016.
- BERGER, A. 2014. *Media Analysis Techniques*. Beverly Hills, CA, Sage.
- BOLIN, G. 2014. Institution, Technology, World: Relationships Between the Media, Culture and Society. In: K. LUNDBY (ed.), *Mediatization of Communication*. Berlin, De Gruyter Mouton, p. 175-197.
- BORELLI, V. 2010. *Mídia e Religião: entre o mundo da fé e o do fiel*. Rio de Janeiro, E-papers.
- COULDRY, N.; HEPP, A.; KROTZ, F. (ed.). 2010. *Media Events in a Global Age*. London / New York, Routledge.
- DAYAN, D.; KATZ, E. 1999. *A História em Directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra, Minerva.
- DEUZE, Mark. 2012. *Media Life*. Cambridge, Polity Press.
- FAMIGLIA CRISTIANA. 2013. In volo su Roma, oggi e 53 anni fa. 1 Março 2013. Disponível em: <<http://www.famigliacristiana.it/articolo/in-volo-su-roma-oggi-e-53-anni-fa.aspx>>. Acesso em: 20/10/2016.
- FIGUEIRAS, R. 2017. *A mediatização da política na era das redes sociais*. Lisboa, Alethêia.
- FISKE, J.; HARTLEY, J. 2004. *Reading Television*. London / New York, Taylor & Francis, Routledge.
- GRASSO, A. 2013. Il congedo del Papa, una pagina di cinema. *Corriere della Sera*, 2 Março 2013. Disponível em: <[http://www.corriere.it/spettacoli/13\\_marzo\\_02/congedo-del-papa\\_281d4a2c-82fb-11e2-839d-17a05d1096bb.shtml](http://www.corriere.it/spettacoli/13_marzo_02/congedo-del-papa_281d4a2c-82fb-11e2-839d-17a05d1096bb.shtml)>. Acesso em: 23/10/2016.
- HEPP, A. 2014. As configurações comunicativas de mundos midiáticos: pesquisa da mediatização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, 1:45-64. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/82930/85964>>. Acesso em: 10/08/2016.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. 2015. Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society*, February 18, p. 1-11. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443715573835>>. Acesso em: 15/08/2016.
- HJARVARD, S. 2014. *A mediatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo, Ed. Unisinos.
- HJARVARD, S. 2016. Olhando além do campo: o desenvolvimento da agenda de pesquisa da mediatização. *Matrizes*, 10(1):89-102. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/119465/116861>>. Acesso em: 10/11/2016.
- HOOVER, S. 2014. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. *Comunicação & Sociedade*, 35(2):135-153.
- KROTZ, F. 2007. The Meta-Process of “Mediatization” as a Conceptual Frame. *Global Media and Communication*, 3:256-260.
- LUNDBY, K. 2014. *Mediatization of Communication*. Berlin / Boston, De Gruyter Mouton.

- MARCINKOWSKI, F. 2014. Mediatization of Politics: Reflections on the State of the Concept. *Javnost – The Public*, 21 (2):5-22.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1997. Mass Media as a Site of Resacralization of Contemporary Cultures. In: S. HOOVER; K. LUNDBY (ed.), *Rethinking media, religion, and culture*. Thousand Oaks / London / New Delhi, Sage, p. 102-116.
- MARTINO, L. 2016. *Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais*. São Paulo, Paulus.
- MITU, B.; POULAKIDAKOS, S. (ed.). 2016. *Media Events: A Critical Contemporary Approach*. London, Palgrave Macmillan.
- ROSE, G. 2002. *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London, Sage.
- SCOLARI, C. 2013. La tv después del broadcasting: hipertelevision redes y nuevas audiencias. Disponível em: <<https://hipermedias.com/2013/06/15/la-tv-despues-del-broadcasting-hipertelevision-redes-y-nuevas-audiencias>>. Acesso em: 20/10/2016.
- TORRES, E. 2013. *A multidão e a televisão*. Lisboa, Universidade Católica Editora.
- VATICANO. 1998. *Statuto del Centro Televisivo Vaticano*. Città del Vaticano, Tipografia Vaticana.

Artigo submetido em 16-01-2017  
Aceito em 24-07-2017