
Santa Dulce dos Pobres: canonização e engajamento no Instagram¹

Camila de Jesus dos Santos²

Heitor Ferrari Marback³

Eliezer Cruz Neto⁴

Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE)

Resumo

A pesquisa teve como objetivo discutir o processo de canonização e seus desdobramentos no perfil do Instagram da OSID – Obras Sociais Irmã Dulce. Foram utilizadas pesquisa bibliográfica e exploratória analítica, com a realização de um estudo de caso. Utilizando a ferramenta Google Trends, foram levantadas e analisadas as buscas pelo termo “Santa Dulce dos Pobres”. Em seguida, foram avaliadas as métricas curtidas, comentários, salvamentos e visualizações em postagens realizadas no perfil da OSID no Instagram no dia 13 de agosto (data da Canonização), em três anos consecutivos - 2018, 2019 (ano da canonização) e 2020. Assim, foi possível afirmar que a canonização de Santa Dulce dos Pobres influenciou a audiência, impactando positivamente os resultados das ações de comunicação digital adotadas pela OSID no Instagram.

Palavras-chave

Comunicação Religiosa; Mídias Sociais; Canonização; Santa Dulce dos Pobres.

Introdução

Desde os seus surgimentos, religião e comunicação passaram por profundas transformações, com o propósito de se moldarem às necessidades humanas de cada momento da história. Líderes religiosos, de uma forma geral, comunicam bem e permitem que as ideias e princípios que defendem sejam disseminadas e consigam sensibilizar o grande público. Dessa forma, a religião contribuiu de forma direta com o surgimento e desenvolvimento de uma das mais potentes ferramentas comunicação: a propaganda.

¹Trabalho apresentado no GP 6 – Comunicação e Religiões, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Jornalista, especialista em Mídias sociais (Centro Universitário Jorge Amado - Unijorge), e-mail: camiladejesus.jornalista@gmail.com.

³Doutor em Difusão do Conhecimento, professor do Centro Universitário Jorge Amado (Unijorge), e-mail: hfmaback@gmail.com

⁴Mestre em Administração, Relações Públicas, professor da Universidade Católica do Salvador (UCSal). e-mail: eliezerzuc@gmail.com

De acordo com Gonzalez (2009), a propaganda pode ser definida como ações de atividades ideológicas que tendem a influenciar o homem, com objetivo político, cívico ou religioso. “É o ato de propagar ideias, princípios e teorias sem o fator comercial. Deriva do latim moderno *propagare*, e significa "para ser espalhado", ou "enterrar o rebento de uma planta no solo." (GONÇALEZ, 2009, p. 7).

Gonzalez pontua ainda que a terminologia propaganda surgiu há 400 anos, no início do século XVII, em 1622 com a fundação da *Congregatio Propaganda Fide* (Congregação para a Propagação da Fé) - atualmente denominada Congregação para Evangelização dos Povos - uma comissão de Cardeais que tinha como objetivo inicial fundar seminários formadores de missionários que difundissem a religião católica, além de supervisionar a propagação do Cristianismo pelo mundo.

A Igreja Católica iniciou suas atividades no Brasil ainda no século XVI, quando o Papa Júlio III criou a Diocese de São Salvador da Bahia, primeira sede da instituição no país. Ao longo da história, o surgimento ou nascimento de novos países e comunidades demanda sempre esforços de construção de alicerces religiosos. Isso fica evidenciado no pensamento de Eliade (2021), quando relata que “desde o início da história a religião faz parte da vida do homem.”

Puntel (2012) e Bombonato (2009) convergem suas opiniões quando afirmam que a ligação da Igreja com a comunicação inicia com o próprio Deus. Primeiro com a criação do homem como imagem e semelhança de Deus: Puntel defende que “O Cristo Senhor, Palavra Eterna do Pai, ao se fazer um de nós, nos comunica, com rosto, coração, gestos e palavras humanos, a face amorosa de Deus.” (PUNTEL, 2012). Nessa mesma linha, Bombonato (2009) reforça que esta ligação se fortalece com a morte de Jesus Cristo para a salvação do homem:

Existe um elo, íntimo e profundo, entre igreja e comunicação. Nada pode romper esta relação, pois ela está fundamentada no fato de que a salvação trazida por Jesus Cristo realiza-se essencialmente como ato de comunicação. Deus, que, de muitos modos, se comunicou com os seres humanos ao longo da história, na plenitude dos tempos enviou seu Filho ao mundo. Na história da salvação, a pessoa de Jesus é o evento comunicativo por excelência, sacramento do encontro do ser humano com Deus (BOMBONATTO, 2009, p. 15).

Seguindo a discussão sobre a ligação entre comunicação e religião, Puntel aponta que no Concílio Vaticano II e posteriormente com o magistério, a Igreja reconheceu claramente a grande importância dos *mass media*, no desenvolvimento da pessoa humana.

(PUNTEL, 2012). Na mesma linha, Martino (2014), afirma que os produtos da cultura de massa (imprensa, televisão, rádio e novas mídias) “são responsáveis por alterar comportamentos e se estruturam como um canal no questionamento de atitudes e situações”. (MARTINO, 2014, p. 173)

Como a religião é um aspecto marcante para a humanidade, é natural que as organizações carreguem características da fé dos seus dirigentes. Contudo, existem também aquelas instituições lastreadas por segmentos religiosos e que desenvolvem importantes atividades voltadas aos menos favorecidos, como é o caso do objeto de estudo deste trabalho: as Obras Sociais Irmã Dulce (OSID).

A canonização da Santa Dulce dos Pobres, tanto do ponto de vista informativo, quanto do religioso, foi um fato largamente divulgado pela mídia. Por conta dessa relevância, surgiu uma inquietação inicial, um primeiro questionamento: em que medida a canonização impactou no engajamento do perfil do Instagram da OSID? A partir da avaliação de métricas, disponibilizadas pelos responsáveis pela comunicação da OSID, surgiram novas tensões. O crescimento no engajamento reflete a grandeza da importância da canonização? Assim, buscou-se construir uma discussão sobre o processo de canonização e seus desdobramentos no canal digital Instagram da OSID.

Para desenvolvimento desse estudo foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, guiada pela produção de teóricos da área de comunicação religiosa; e exploratório analítico com a realização de um estudo de caso. Conforme aponta Robert Yin, essa abordagem é uma investigação que busca compreender significados atribuídos por sujeitos a ações, para identificar problemas, percepções e expectativas. Um estudo de caso busca analisar e investigar um fenômeno contemporâneo, dentro do seu contexto da vida real (Yin, 2015, p. 17). Nessa etapa da pesquisa foram realizados 2 procedimentos distintos de coleta de dados. Inicialmente, foram analisadas as buscas pelo termo “Santa Dulce dos Pobres” no Google – tanto as buscas gerais na plataforma, quanto a busca por notícias. Para isso foi utilizada a ferramenta Google Trends, entre 01 de janeiro de 2018 até 31 de agosto de 2022. Em seguida, foram avaliadas as métricas curtidas, comentários, salvamentos e visualizações em postagens realizadas no perfil da OSID no Instagram no dia 13 de agosto, de 2018, 2019 (ano da canonização) e 2020. Nesse dia, Data Litúrgica, a Igreja Católica festeja a Santa Dulce dos Pobres.

A principal hipótese levantada foi que após a canonização da Irmã Dulce dos Pobres, as métricas de engajamento e alcance do perfil da OSID foram afetadas de maneira positiva.

A comunicação na Igreja Católica

Sbardelotto (2016) afirma que a religião se midiaticiza quando aparece nos meios de comunicação, mediante a crescente presença de temáticas na mídia (SBARDELOTTO, 2016, p.121). O autor segue apontando que

A midiaticização da religião traduz-se não apenas como um momento de alteração das práticas das instituições religiosas, mas também como uma aparente reestruturação, mais ampla dos significados do que é "sagrado", "religioso" e da "experiência religiosa" (SBARDELOTTO apud MARTINO, 2012, p. 237)

Puntel (2011) diz que após a introdução da imprensa, a atenção da Igreja Católica volta-se para os meios de comunicação impressos. Segundo a autora, o Papa Inocêncio VIII ao publicar o decreto *Inter Multiplices*, primeiro “documento que define o pensamento da Igreja sobre os meios de comunicação e como abordá-los” (PUNTEL, 2011, p. 224) estava preocupado com a espiritualidades dos católicos e “via no advento da imprensa uma nova tecnologia que poderia ameaçar o controle eclesiástico da produção cultural de seu tempo” (PUNTEL, 2011, p. 224). Diante da postura deste Papa e de outros Pontífices que viriam posteriormente como Clemente XIII e Leão XIII, Puntel afirma que “ a Igreja teve sérias dificuldades em reconhecer os valores positivos nos meios de comunicação e em perceber suas potencialidades para atuar como instrumentos na defesa da dignidade dos seres humanos” (PUNTEL, 2011, p.224).

Puntel (2011) descreve que somente com o Papa Pio XII (1939-1958) que a Igreja aprofundou e ampliou suas reflexões sobre as relações sociais dentro de uma sociedade democrática e sobre o papel da informação na constituição da opinião. O Papa Pio XII foi autor da encíclica *Miranda Prorsus*, em 1957, a segunda sobre comunicação no século XX, que dá ênfase ao cinema, à rádio e à televisão. Diferente de seus antecessores, este pontífice relata a partir deste documento a “grande capacidade de análise e uma postura positiva em relação aos meios eletrônicos, ao seu potencial e às exigências pastorais que delas derivam.” (PUNTEL apud DARIVA, 2003, p. 33).

Cerca de 6 anos após a publicação da encíclica *Miranda Prorsus*, durante o Concílio Vaticano II é publicado o decreto *Inter Mirifica*, em 4 de dezembro de 1963. Puntel (2011) menciona que esta é a primeira vez que um concílio geral da Igreja volta-se para o assunto da comunicação, assim como um documento universal da instituição “assegura a obrigação e o direito de ela utilizar os instrumentos de comunicação social”. O decreto afirma que:

A Igreja católica, fundada por Nosso Senhor Jesus Cristo para levar a salvação a todos os homens, e por isso mesmo obrigada a evangelizar, considera seu dever pregar a mensagem de salvação, servindo-se dos meios de comunicação social, e ensina aos homens a usar rectamente estes meios. (DECRETO INTER MIRIFICA, 1966)

A partir deste documento, a Igreja reforça que “é intrínseco à sociedade humana o direito à informação sobre aqueles assuntos que interessam aos homens e às mulheres, quer tomados individualmente, quer reunidos em sociedade, conforme as condições de cada um.” (Papa Paulo VI, 1966). Para Puntel (2011), isto demonstra que o direito à informação foi visto pela Igreja “não como um objeto de interesses comerciais, mas como um bem social.” (Puntel, 2011, p. 229).

Na Instrução Pastoral, “*Communio et Progressio*”, publicada em 23 de maio de 1971, V Dia Mundial da Comunicação, o Concílio Ecumênico do II do Vaticano afirma que os meios de comunicação com os seus progressos, contribuíram para abater barreiras que o espaço e o tempo levantavam entre os homens; sendo assim fatores de proximidade e comunhão. A instrução aponta ainda que “Graças a eles, notícias e conhecimentos de toda a ordem circulam continuamente por toda a terra, permitindo aos homens seguir muito mais activamente a vida do mundo de hoje” (COMMUNIO ET PROGRESSIO, 1971)

Em conformidade com a *Inter Mirifica*, a Instrução Pastoral aponta um aspecto social da relação entre a comunicação e o homem relatando que este necessita de “informação completa, honesta e precisa”, em razão de fatores como: [...] “se situar nas contínuas vicissitudes do mundo em que vive”; [...], “poder adaptar às novas circunstâncias e condições que exigem da sua parte decisões convenientes”, (Communio et progressio, 1971). E a partir destes motivos, a Instrução aponta que ele poderá desempenhar um lugar “activo na sua comunidade, participando na vida económica, política, social, cultural e religiosa”, (Communio et progressio, 1971) e em virtude destas condições:

Ao direito proveniente destas exigências, corresponde o dever recíproco de se informar; com efeito, aquele direito não poderá ser exercido, se o homem fôr mero "objecto" da informação em vez de "sujeito" que activamente a busca. Esta a razão pela qual é necessário que o homem disponha de suficientes recursos e meios de informação para que possa escolher livremente os que mais satisfazem as suas exigências individuais e sociais.”. (COMMUNIO ET PROGRESSIO, 1971).

As Obras Sociais Irmã Dulce

Puntel (2012) afirma que a Igreja foi explícita ao reconhecer que “os meios de comunicação são instrumentos a serviço do homem e do bem comum”. As Obras Sociais Irmã Dulce (OSID), seguem nessa linha, como instituição que está à disposição da sociedade. A obra social tem como fundadora a Santa Dulce dos Pobres, mulher que dedicou a vida ao cuidado de pessoas em condição de rua e enfermos.

A OSID foi fundada por Santa Dulce dos Pobres no início da década de 50. Segundo o site da instituição, as raízes desta datam de 1949 quando a então Irmã Dulce sem ter um local para ir com 70 doentes, pede autorização à sua superiora para abrigar os enfermos em um galinheiro situado ao lado do Convento Santo Antônio. Atualmente, a entidade filantrópica abriga um dos maiores complexos de saúde, 100% SUS (Sistema Único de Saúde) do Brasil. Realiza cerca de 3,5 milhões de procedimentos ambulatoriais por ano a usuários do SUS, idosos, pessoas com deficiência e com deformidades craniofaciais, pessoas em situação de rua, usuários de substâncias psicoativas e crianças e adolescentes em situação de risco social. A instituição conta com um perfil de serviços, distribuídos em 21 núcleos que prestam assistência à população de baixa renda nas áreas de Saúde, Assistência Social, Pesquisa Científica, Ensino em Saúde, Educação e na preservação e difusão da história de sua fundadora.

O Papa Francisco (2018) aponta a importância de um espírito de santidade que impregne tanto a solidão como o serviço, tanto a intimidade como a tarefa evangelizadora, “para que cada instante seja expressão de amor doado sob o olhar do Senhor. Desta forma, todos os momentos serão degraus no nosso caminho de santificação.” (Papa Francisco, 2018). Assim, Maria Rita de Souza Brito Pontes Lopes (nome de batismo da até então Beata Dulce dos Pobres), foi canonizada pelo Papa Francisco em 13 de outubro de 2019, se tornando Santa Dulce dos Pobres.

Comunicação religiosa no ambiente digital e mídias sociais

Papa Paulo VI (1975) declara na Exortação *Evangelii Nuntiandi* que no século tão marcado pelos "mass media" ou meios de comunicação social, "o primeiro anúncio, a catequese ou o aprofundamento ulterior da fé, não podem deixar de se servir destes meios". Ou seja, a comunicação é necessária para a Igreja Católica e isto reverbera nos instrumentos que surgem a partir de seus integrantes, como é o objeto de estudo deste trabalho: o perfil da OSID no Instagram e o engajamento nesta mídia, a partir da canonização de sua fundadora.

Sbardelotto (2012) afirma que em uma sociedade em midiatização, "o religioso já não pode ser explicado nem entendido sem levar em conta o papel das mídias." (Sbardelotto, 2012, p. 131). O autor ressalta também que a fé, a partir da vivência e prática em ambientes digitais, aponta para uma mudança na experiência religiosa do fiel e da manifestação do religioso.

Junto com o desenvolvimento de um novo meio, como a internet, vai nascendo também um novo ser humano e, por conseguinte, um novo sagrado e uma nova religião - por meio de microalterações da experiência religiosa da fé (e por isso também da experiência humana). (SBARDELOTTO, 2012, p. 147-148).

O Papa João Paulo II (1990) afirma na Carta Apostólica *Redemptoris Missio* que o uso dos *mass media*, não tem somente a finalidade de multiplicar o evangelho. De acordo com o Santo Papa, "trata-se de um facto muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta nova cultura, criada pelas modernas comunicações." (Papa João Paulo II, 1990).

Puntel (2017) denota que o Papa Bento XVI pode ser considerado um dos primeiros pontífices de um período acentuadamente digital e suas mensagens relacionadas ao Dia Mundial das Comunicações pontuam este contexto no qual a Igreja está inserida. A autora crê que esse posicionamento é um caminho para realizar uma "evangelização de diálogo entre a fé e a cultura" (2017).

Num esforço e reflexão progressiva, demonstrando conhecimento, abertura para a cultura contemporânea, e firmeza no ensinamento do magistério que é preciso realizar uma evangelização de diálogo entre fé e cultura, as mensagens de Bento XVI revelam o quanto a Igreja é solicitada a caminhar na mudança cultural e a “sair” da defasagem eclesial na maneira de transmitir a fé. (PUNTEL, 2017, p. 498)

MIRANDA apud Puntel afirma que a fé é sempre a fé, “mas a percepção da mesma passa por transformações e diversas interpretações ao longo da história com novos sujeitos, novos contextos socioculturais, onde existem homens e mulheres que vivem numa determinada época histórica, com anseios, carências, angústias, busca de sentido diversificados de outras épocas” (MIRANDA apud Puntel, p. 489. 2017).

O Papa Bento XVI (2011) na Mensagem do 45º Dia Mundial das Comunicações, “Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital” reforça o sentido do documento *Inter Mirifica* sobre a comunicação e o contexto social, Bento XVI aponta que “hoje a profunda transformação operada no campo das comunicações guia o fluxo de grandes mudanças culturais e sociais”. Diante deste contexto, o Pontífice recorda que além de publicar um conteúdo religioso é preciso testemunhar a partir do Evangelho mesmo que não fale deste de maneira explícita:

Comunicar o Evangelho através dos novos mídia significa não só inserir conteúdos declaradamente religiosos nas plataformas dos diversos meios, mas também testemunhar com coerência, no próprio perfil digital e no modo de comunicar, escolhas, preferências, juízos que sejam profundamente coerentes com o Evangelho, mesmo quando não se fala explicitamente dele. (BENTO XVI, 2011).

Sendo a OSID, o perfil da entidade no Instagram demonstra através do trabalho desenvolvido pela Obras Sociais Irmã Dulce, o papel fundamental que esta tem para a sociedade desde os primórdios com a Irmã Dulce até a atualidade no cuidado, o servir, princípios básicos do Evangelho à assistência social aos enfermos, idosos, crianças e aqueles que necessitam do trabalho realizado por esta instituição.

Análise dos resultados

A notícia da canonização da Santa Dulce gerou curiosidade nas pessoas. As buscas pelo termo “Santa Dulce dos Pobres” no Google, apresentou picos nas semanas da Data Litúrgica nos anos de 2018 e 2020 (50) e 2019 (100), conforme demonstrado na Figura

1. Vale o registro que nos gráficos obtidos através do Google Trends, ferramenta que totaliza e analisa buscas no Google, o valor de 100 representa um pico de popularidade do termo; 50 significa metade da popularidade e uma pontuação 0 significa que não há dados suficientes sobre o termo.

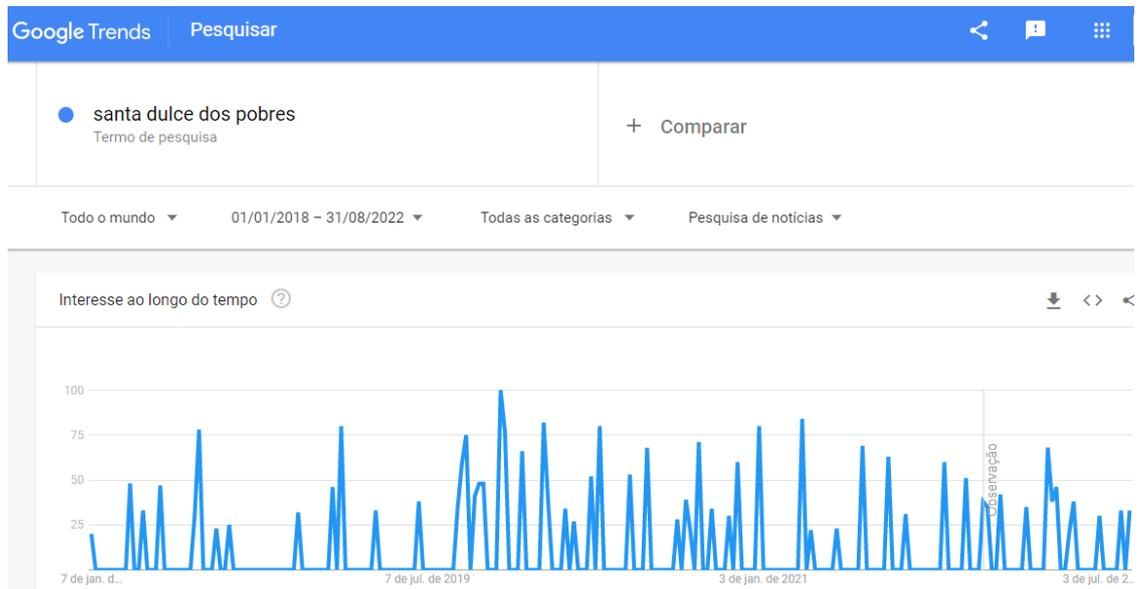
Figura 1: Buscas por “Santa Dulce dos Pobres”



Fonte: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2018-01-01%202022-08-31&q=santa%20dulce%20dos%20pobres>

Em seguida, ao se refinar a análise e inserir o filtro “notícias” envolvendo o termo “Santa Dulce dos Pobres”, é possível perceber que esse vem sendo um tema de presença constante nas buscas no Google. Talvez isso ocorra pelo fato da OSID seguir com suas atividades e seu trabalho de grande relevância social. Assim, é necessário que sejam realizadas novas investigações, utilizando outras ferramentas de monitoramento no ambiente digital para que seja possível afirmar que existe relação entre a notícia da canonização e o interesse das pessoas pelo tema estudado. Porém, ao pesquisar sobre as buscas por “notícias”, envolvendo o termo “Santa Dulce dos Pobres”, entre 01 de janeiro de 2018 até 31 de agosto de 2022, foi possível constatar que além do tema se apresentar de forma recorrente, são evidenciados picos de atencionais.

Figura 2: Buscas por “Santa Dulce dos Pobres” – Filtro “notícias”

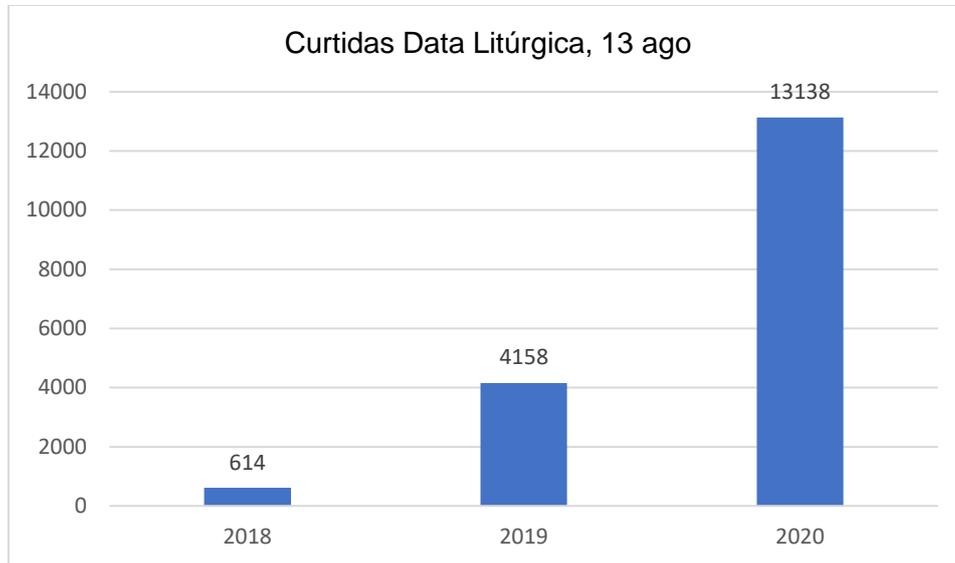


Fonte: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2018-01-01%202022-08-31&gprop=news&q=santa%20dulce%20dos%20pobres>

Com o advento da Canonização, houve um crescimento do engajamento no perfil da OSID no Instagram, quando foi feito o anúncio pelo Vaticano do reconhecimento do milagre que elevaria a Bem-Aventurada ao posto de Santa Dulce dos Pobres. Foram avaliados os quantitativos de visualizações, curtidas, comentários, salvamentos e quantitativo de contas alcançadas, conforme demonstrado a seguir.

Conforme apresentado no Gráfico 1, a métrica “quantidade de curtidas” nas postagens do dia 13 de agosto, Dia Litúrgico da Santa, evoluíram de forma significativa no período analisado. Em 2018 foram registradas 614 curtidas, evoluindo para 4158 no ano seguinte e 13138 em 2020. Assim, o quantitativo de curtidas cresceu mais de seis vezes de 2018 para 2019 e mais que triplicou de 2019 para 2020. Ao analisarmos o crescimento no período avaliado, é possível verificar um avanço de mais de 21 vezes.

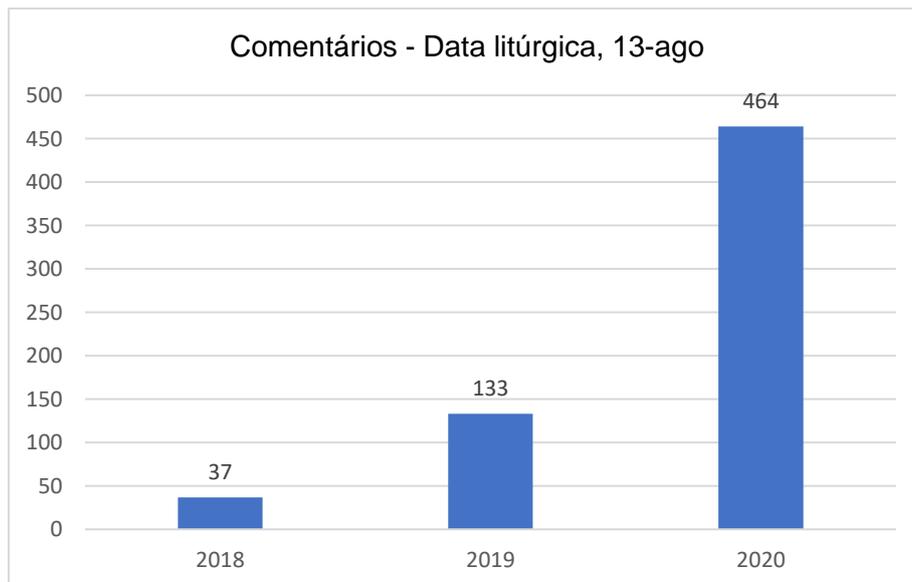
Gráfico 1 – Evolução no quantitativo de curtidas – 13 de agosto (2018, 2019 e 2020)



Fonte: Dados da pesquisa

A análise da métrica “quantidade de comentários” apresenta crescimento em intensidades muito semelhantes ao apresentado na métrica “quantidade de curtidas”. Em 2018 a postagem da data litúrgica registrou 37 comentários, evoluindo para 133 em 2019 e 464 em 2020. Isso representa um avanço de mais de 12 vezes na variável estudada.

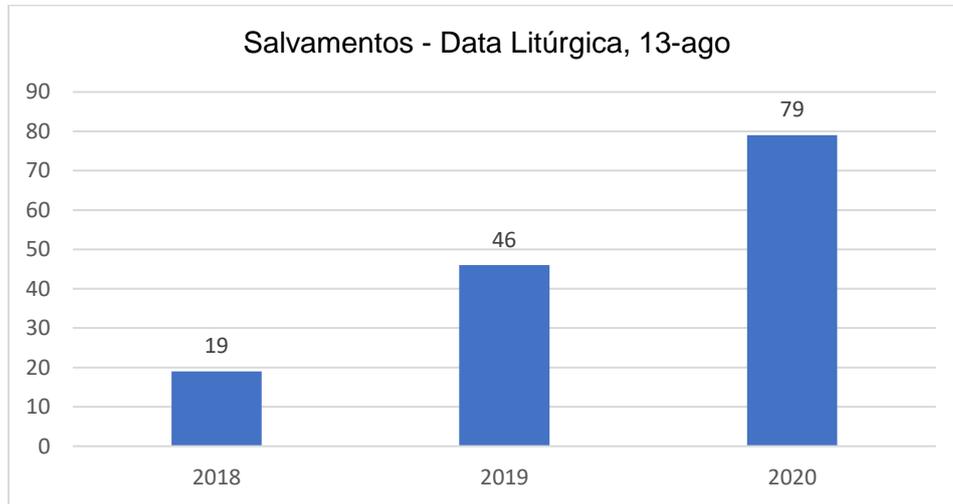
Gráfico 2 – Evolução no quantitativo de comentários – 13 de agosto (2018, 2019 e 2020)



Fonte: Dados da pesquisa

A evolução na “quantidade de salvamentos” das postagens do Dia Litúrgico, conforme apresentado no gráfico 3, seguiu a mesma tendência de crescimento. A postagem do dia Litúrgico em 2018 registrou 19 salvamentos, 46 em 2019 e 79 em 2020.

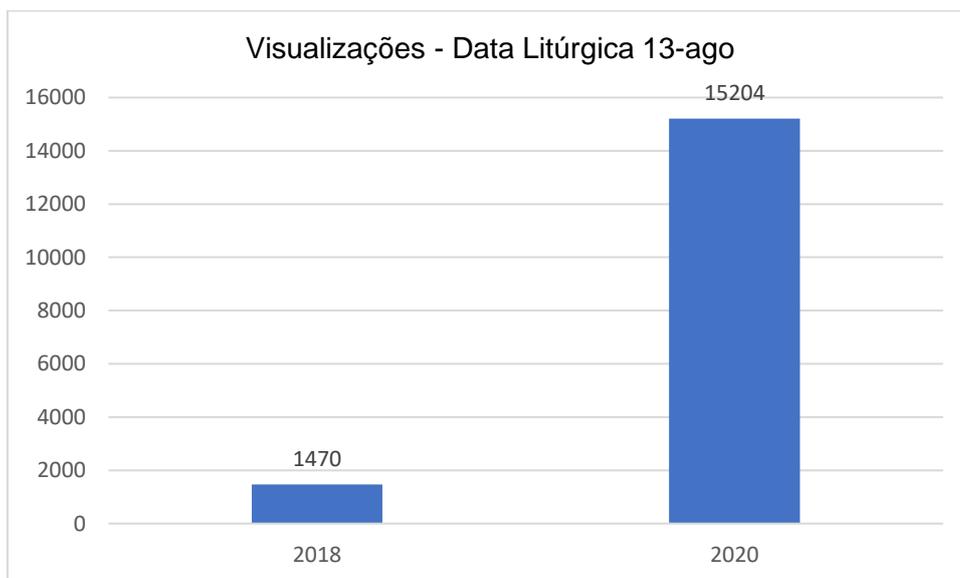
Gráfico 3 – Evolução no quantitativo de salvamentos – 13 de agosto (2018, 2019 e 2020)



Fonte: Dados da pesquisa

A métrica “visualizações” só fica disponível para as postagens em formato de vídeo. Como não houve post dessa natureza em 2019, somente foi possível comparar o quantitativo de visualizações de 2018 e 2020. Foi registrado crescimento de mais de 10 vezes nessa métrica, evolução demonstrada no gráfico 4.

Gráfico 4 – Evolução no quantitativo de visualizações – 13 de agosto (2018 e 2020)



Fonte: Dados da pesquisa

Assim, é possível afirmar que o processo de canonização de Santa Dulce dos Pobres influenciou a audiência, impactando positivamente os resultados das ações de comunicação digital adotadas pela OSID no Instagram. A área responsável pela comunicação da OSID afirma que o crescimento do engajamento se deu de maneira orgânica e espontânea, ou seja, sem a utilização de impulsionamento ou uso de anúncios pagos ou post patrocinados pela instituição.

Considerações finais

Nos seus primórdios, a Igreja Católica não reconhecia a comunicação como ferramenta que contribuía para a evangelização, assim como para a sua difusão. Somente a partir do século 17, este cenário começa a se modificar, primeiro com a criação da Congregação para a Propagação da Fé, que tinha como meta perpetuar os valores e a mensagem da Instituição. Posteriormente, Papas como Paulo VI, João Paulo II e Bento XVI reconhecem e validam a importância da comunicação e o seu papel na relação humana com o sagrado.

Conforme Puntel (2011) denota, a Igreja não utilizou da comunicação somente com “fins comerciais”, mas com o intuito de fazer o bem-comum. Ao observar o objeto deste estudo: o perfil da OSID no Instagram, evidencia o quanto a comunicação aplicada ao digital é fundamental na relação desta com o homem no que tange um aspecto tão íntimo e pessoal: a fé.

Santa Dulce dos Pobres foi a primeira mulher brasileira a receber este título pela Igreja Católica, o que reforça a hipótese de que este episódio somado à sua trajetória de doação e entrega ao bem-comum, associado ao trabalho que continuou com as Obras Sociais Irmã Dulce, especialmente dos mais necessitados contribui para o crescimento do engajamento da instituição no Instagram, o que é comprovado a partir dos dados quantitativos obtidos através das métricas (curtidas, visualizações, salvamentos, comentários). Contudo, apesar de validar o impacto do processo de canonização de Santa Dulce dos Pobres no canal digital da OSID, esse estudo não tem o intuito de encerrar a discussão sobre a importância da comunicação para a religião. É fundamental que sejam realizados outros trabalhos de pesquisa que viabilizem mais inferências e apontem para a necessidade de se tratar a comunicação religiosa de forma planejada e articulada, com o objetivo de maximizar os resultados dos esforços dos profissionais que atuam na área. Da mesma forma, ficam aqui sugestões para estudos futuros que possam discutir, por

exemplo, se a importância e grandeza da canonização se refletiu na mesma intensidade no engajamento nos perfis das redes sociais da OSID.

Referências bibliográficas

BENTO XVI. **Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital**. 45º Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações. 5 de junho de 2011a. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/it/messages/communications.index.html>. Acesso em: 24 ago. 2022

CARBACA GONÇALEZ, Márcio. **Publicidade e Propaganda**. Curitiba, 2019. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Publicidade_E_Propaganda/mcjMntKor5gC?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=conceito+de+propaganda&printsec=frontcover. Acesso em: 10 mai.2022

DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja – Documentos fundamentais**. São Paulo: Paulinas, 2003.

IRMÃ DULCE, Obras Sociais. **A Osid hoje**. Disponível em: <https://www.irmadulce.org.br/portugues/institucional/a-osid-hoje>. Acesso em: 16 mai. de 2022

JOÃO PAULO II. Carta Encíclica **Redemptoris Missio**, 1990. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html. Acesso em: 16 mai. 2022

MIRANDA, M. de F. Evangelizar ou humanizar?. **Revista Eclesiástica Brasileira**, [S. l.], v. 74, n. 295, p. 519–548, 2014. DOI: 10.29386/reb.v74i295.477. Disponível em: <https://revistaeclesiasticabrasileira.itf.edu.br/reb/article/view/477>. Acesso em: 16 mai. 2023

O'CONNOR, Martinho J. **Instrução Pastoral *Communio Et Progressio*** sobre os Meios De Comunicação Social, 1971. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_2305_1971_communio_po.html

PAPA FRANCISCO. Exortação Apostólica **Gaudete Et Exultate**, 2018. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20180319_gaudete-et-exultate.html. Acesso em: 24 ago.2022

Paulo VI. Decreto **Inter Mirifica** sobre os Meios De Comunicação Social, 1966. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html. Acesso em: 16 mai. 2022

Paulo VI. Exortação Apostólica **Evangelii Nuntiandi**, 1975. Disponível em: https://www.vatican.va/content/paul-vi/pt/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html. Acesso em: 16 mai. 2022.

PUNTEL, Joana T. **A Igreja a caminho na comunicação**, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/view/9755>. Acesso em: 28 ago.2022

PUNTEL, Joana T. **A transmissão da fé na nova arquitetura da comunicação contemporânea**, Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175->

5841.2017v15n46p487#:~:text=O%20estudo%20aborda%20a%20converg%C3%Aancia,para%20a%20transmiss%C3%A3o%20da%20f%C3%A9.Acesso em: 28 ago.2022

SÁ MARTINO, Luís Mauro - Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos, 2014. Disponível em: Acesso em: 16 mai. 2022.

SBARDELOTTO ,Moisés. **Interação em Rituais on-line católicos: uma análise da prática religiosa em tempos de internet.** Disponível em https://www.google.com.br/books/edition/M%C3%ADdias_sociais/7mZyDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em 16 mai. 2022

SBARDELOTTO, Moisés. **"E O VERBO SE FEZ REDE" Uma análise da circulação do "católico" em redes comunicacionais online**, São Leopoldo,2016. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3715888. Acesso em: 16 mai. 2022

SEBASTIÃO R. K., Dom Murilo. **Documentos de fundação e outros registros da Arquidiocese de São Salvador da Bahia Sede Primacial do Brasil**, Salvador,2019. Disponível em: https://cdn.arquidiocesasalvador.org.br/wp-content/uploads/2019/11/LIVRO_300X300_DOM_MURILO_05.06.2019-.pdf Acesso: em 04 mai.2022

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2001