

Papa pop marca trajetória de Francisco na Igreja católica: breves apontamentos sobre marcas folkcomunicacionais¹

Kevin Kossar Furtado²

Universidade Federal do Paraná - UFPR

Sérgio Luiz Gadini³

Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG

RESUMO

O texto destaca situações e aspectos que revelam uma imagem midiática do papa Francisco a partir da perspectiva da folkcomunicação. Sua figura, frequentemente associada à simplicidade, linguagem acessível e proximidade com as pessoas, se configura como exemplo de articulação entre a autoridade institucional e repertórios simbólicos da cultura popular. A pesquisa se baseia na análise discursiva de gestos, vestimentas e falas do pontífice, assim como da recepção e repercussão de fatos pela imprensa. O carisma de Francisco articula elementos da folkcomunicação, como o uso de metáforas populares, e uma constante identificação com os marginalizados.

PALAVRAS-CHAVE: folkcomunicação; expressões da cultura popular; papa Francisco; imagem midiática; jornalismo.

INTRODUÇÃO

A eleição de Jorge Mario Bergoglio como papa Francisco, em 2013, marcou uma inflexão na comunicação da Igreja católica. Com uma postura mais informal, gestos simbólicos de humildade e um discurso voltado aos pobres e marginalizados, Francisco passou a ser retratado como um “papa pop”, acessível e carismático. O texto propõe analisar essa imagem à luz da folkcomunicação, destacando algumas situações e aspectos que marcaram a trajetória papal de Bergoglio.

Francisco foi representado em longas-metragens (*Dois papas* e *Amém: perguntando ao papa*), documentário (*Um homem de palavra*) e capa de revista (*Rolling Stone Italia*). Sua presença e circulação mobilizam dinâmicas que, embora não se originem da comunicação popular tradicional, dialogam com categorias da folkcomunicação, sobretudo quando se observa sua capacidade de se fazer entender por públicos amplos, diversos e, muitas vezes, distantes da linguagem clerical. A linguagem

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Folkcomunicação, mídias regionais e diversidade cultural, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Doutorando em Comunicação na UFPR, email: kevin@aol.com.br.

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG, email: slgadini@uepg.br.

direta, os gestos simples e a representação de Francisco como interlocutor dos dilemas contemporâneos o inserem em uma ecologia simbólica que ressoa com repertórios populares, embora mediados pela indústria cultural.

ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

Os estudos folkcomunicaçãois, inaugurados por Luiz Beltrão (1967), se caracterizam por aproximações e diálogos com variadas orientações metodológicas, que envolvem referências conceituais específicas e ao mesmo tempo híbridas, coleta e apropriação de dados empíricos e sistematizações que buscam apreender e estudar estratégias de expressão popular que, como práticas comunicacionais, ao mesmo em que atuam como agentes e marcas culturais de grupos historicamente excluídos do acesso aos bens e serviços, asseguram dignidade aos sujeitos individuais ou coletivos. Vale destacar, ainda, que muitos estudos em folkcomunicação também dialogam com variações dos estudos culturais, que registram contribuições na descrição etnográfica de experiências, fenômenos e práticas de apropriação e consumo cultural (Gadini, 2007, p. 54).

No presente estudo, o recorte de peças veiculadas por produtos pela imprensa retrata situações com Francisco que expressam sintonia ou identificação como práticas e manifestações das culturas populares que o aproximam da vida simples de grupos sociais marginalizados ou excluídos dos processos de desenvolvimento nas sociedades capitalistas contemporâneas. O recorte não segue uma lógica datada ou temporalmente limitada, mas atende ao propósito norteador do estudo, que considera a hipótese de que a trajetória de vida de Bergoglio, décadas antes de chegar ao cargo máximo do Vaticano, já demonstrava identificação com os pobres e excluídos da vida social.

Na medida em que a constante sintonia, proximidade com as pessoas e grupos sociais que precisam de atenção e políticas públicas ganham visibilidade midiática e repercutem no imaginário coletivo, a adesão e projeção de um “papa pop” ganha força e expressão em sua trajetória, fazendo com que as referidas manifestações que marcam uma vida simples se tornem, pela análise do presente texto, também como estratégias de comunicação e reforço de uma opção pelos pobres. É neste aspecto que tais marcas de um comportamento com projeção midiática opera pelas características do que Luiz Beltrão nomeia como prática folkcomunicacional (Melo, 2007, p. 21).

FOLKCOMUNICAÇÃO E CARISMA POPULAR

A folkcomunicação envolve manifestações comunicacionais enraizadas na cultura popular, que operam como estratégias de comunicação e, ao mesmo tempo, práticas culturais na vida social. É esta a perspectiva que o então jornalista, professor e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão (1918-1986) sistematiza em um estudo inédito, que foi apresentado como tese de doutorado, em 1967, na Universidade de Brasília.

Ao dialogar com tal perspectiva, o carisma de Francisco se aproxima da imagem de um “homem do povo”, cuja linguagem e gestos rompem com a rigidez simbólica tradicional da instituição. A adoção de nome que remete a São Francisco de Assis já sinalizava tal orientação simbólica em direção à humildade, à simplicidade e à opção preferencial pelos pobres.

A referência dialógica da cultura popular com a folkcomunicação toma por base uma reflexão (Gadini, 2007, p. 54) a partir de alguns conceitos que consideram as expressões das culturas regionais e as tendências de globalização identitária, que tensionam modos de pensar, viver e reagir às situações da vida cotidiana. É nesse processo que a atualidade de um viés folkcomunicacional se legitima com força de atualidade e informação presente nas manifestações populares amplificadas pela mídia comercial.

UMA ESTÉTICA DA SIMPLICIDADE COM DISCURSOS ACESSÍVEIS

Desde o início do pontificado, em 2013, Francisco adotou uma estética comunicacional simples: recusou trajes luxuosos, mantendo basicamente uma batina branca (sem os paramentos vermelhos com decoração de ouro), adotou sapatos pretos identificados como “franciscanos”, viveu na Casa Santa Marta em vez dos aposentos papais e optou por se locomover em veículos modestos. Tais gestos performativos expressam marcas simbólicas que dialogavam com valores populares de humildade, generosidade e autenticidade no modo de viver.

Em homilias e falas públicas, Francisco recorreu frequentemente a expressões do cotidiano, metáforas e exemplos concretos da vida comum. Um modo de se expressar que remete às formas comunicacionais populares estudadas por Beltrão a partir de manifestações populares, que registram modos seculares de eficácia comunicativa para registrar eventos históricos da economia, cultura, religiosidade e política.

Aos poucos, e sem muito alarde ou planejamento estratégico, ao menos do ponto de vista da informação pública, a figura do papa Francisco foi registrando uma adesão popular, ampliando o alcance e a própria atuação como líder religioso, o que o transformou em um reconhecido fenômeno pop da cultura globalizada pela mídia digital. Ele se tornou objeto de memes, charges e vídeos virais.

MARCAS FOLKCOMUNICACIONAIS NO FAZER COTIDIANO

Como surgiu a expressão “o papa é pop”? Lançada em 1990, a música *O pap é pop*, do grupo gaúcho Engenheiros do Hawaii, ironiza a absorção do sagrado pela cultura de massas. Ela insinua que até figuras de autoridade religiosa, como o papa, tornam-se alvo da espetacularização e da mercantilização simbólica (Bastos, 2025). Ao ser aplicada ao caso de Francisco, a expressão “papa pop” ganha atualidade, mas em um sentido positivo, pois a visibilidade global e a linguagem acessível do pontífice o aproximam do imaginário midiático, ao mesmo tempo em que tais gestos também indicam um gradual rompimento ou suspensão da tradição de poder no clericalismo convencional da Igreja.

A ideia de um papa popular, apropriado pelas mídias e ressignificado por afetos coletivos, pode ser pensada a partir das formulações de Luiz Beltrão sobre a folkcomunicação. Trata-se de um processo comunicacional centrado em agentes populares e expressões simbólicas não institucionalizadas, como festas, narrativas orais, religiosidade popular e humor. Embora o papa atue desde uma posição institucional, sua imagem midiaticizada se constrói em diálogo com formas expressivas do povo – o que o aproxima da recepção pública de dinâmicas folkcomunicacionais.

Francisco não foi o primeiro papa pop. João Paulo II consolidou-se como tal ao combinar carisma comunicativo, intensa visibilidade midiática e uma presença global sem precedentes. A origem polonesa questionou alguns aspectos de uma hegemonia italiana no papado e, diante de um mundo dividido pela Guerra Fria, a eleição também gerou um impacto político e simbólico. Uma personalidade “poliédrica e carismática”, como define o Vaticano, aliada à juventude com que assumiu o cargo e ao domínio de múltiplos idiomas, favoreceu uma agenda internacional intensiva: mais de 100 viagens fora da Itália e contato direto com multidões ao redor do mundo. João Paulo II foi o papa da televisão e da virada midiática da Igreja, com uma imagem constantemente monitorada e transmitida pela imprensa (Veiga, 2020).

Por sua, o papa Francisco, em 2017, estampou a capa da *Rolling Stone Italia*, que o nomeou como “papa pop” e enfatizou seu carisma, sua linguagem acessível e sua atenção aos pobres. A popularidade associa-se a uma comunicação baseada no senso comum e em gestos afetivos. O tom popular das falas contribuiu para uma imagem de líder atualizado e simpático às urgências sociais. A midiaticização do papa ultrapassou o espaço religioso e o inseriu no universo simbólico da cultura pop (O Globo, 2017).

Sua recepção encontra eco nas categorias formuladas por Luiz Beltrão ao tratar da folkcomunicação como forma de enunciação popular assentada em símbolos e afetos coletivos. A linguagem simples, a expressividade corporal e os gestos performáticos integram o que Beltrão denomina de meios e agentes da folkcomunicação, em que a figura do líder carismático se legitima não apenas por sua autoridade institucional, mas pela adesão espontânea do povo. Ao incorporar expressões visuais e verbais que ressoam de setores populares, Francisco se inscreve em uma lógica comunicacional que dialoga com o ethos da cultura popular, mesmo em uma função eclesiástica formal.

A apropriação popular e simbólica de Francisco como ícone da cultura urbana contemporânea aparece em grafites que o mostram de fones, em um patinete ou multado por parar em fila dupla, além de camisetas e doces decorados com sua imagem. Francisco transforma-se em elemento da crítica social e do humor cotidiano. A ressignificação popular se configura como uma forma de comunicação afetiva e horizontal, que consagra o pontífice como símbolo de proximidade e empatia pública, ao mesmo tempo em que o submete à lógica simbólica das ruas (Rocha, 2025).

Tais manifestações se articulam com o que Beltrão define como processos comunicacionais populares, em que o povo reelabora mensagens e representações a partir de seus próprios códigos simbólicos. A folkcomunicação, nesse sentido, compreende não apenas os meios orais e tradicionais, mas também expressões contemporâneas que preservam a mediação comunitária e a criatividade popular. A imagem de Francisco escapa do controle institucional e reconfigura-se como signo multifacetado; mesclam religiosidade, crítica e humor. Essa circulação simbólica confirma a vitalidade das linguagens populares como modos legítimos de intervenção e leitura da realidade.

Um encontro promovido por Francisco em 2024 com humoristas de diferentes países, reforçou a imagem de um líder aberto ao riso e às expressões culturais populares. Ao acolher artistas da comédia, um gênero historicamente associado à crítica social e à

linguagem do povo, o papa se projetou como figura que legitima afetos cotidianos e que reconhece o humor como linguagem de aproximação (Gshow, 2025). A iniciativa se aproxima da lógica da folkcomunicação ao considerar a valorização de expressões simbólicas que circulam fora dos canais institucionais, mas que produzem forte identificação popular. Ao incorporar o riso como estratégia pastoral e reconhecer nos comediantes uma forma legítima de leitura da realidade, Francisco se insere no campo da mediação simbólica entre a Igreja e os repertórios comunicacionais das massas. Aqui, a liderança papal performa a escuta e abertura aos códigos culturais populares.

Talvez, um dos episódios mais emblemáticos da projeção pop de Francisco foi o lançamento do álbum *Wake up!*, em 2015, no qual sermões do papa são entrelaçados com músicas contemporâneas, em estilo pop e rock progressivo. Com trechos falados em diversas línguas, incluindo o português, a obra traduz elementos litúrgicos em sonoridades reconhecíveis pela cultura jovem, e aproxima tradição e contemporaneidade. O gesto comunicativo, além de inédito, alinha-se a uma estética de abertura e diálogo. Francisco, assim, não apenas aderiu à cultura de massas como também reforça a representação de um perfil de líder comunicacional híbrido e acessível (O Globo, 2015).

ALGUMAS FRASES MARCANTES DE FRANCISCO

Vale, ainda, aqui, destacar algumas frases extraídas de falas, discursos ou textos da autoria de Francisco que sintetizam preocupações com força de atualidade, simpatia popular e identificação com os excluídos. “Vocês já têm um Deus brasileiro, queriam um papa brasileiro também?”, diz o papa em 22 de julho de 2013, durante uma entrevista a jornalistas brasileiros. “Vocês não têm salvação. É muita cachaça e pouca oração”, brinca o papa, ao ser abordado por um padre brasileiro no final de uma audiência, em 21 de maio de 2021. “Sobreviver em Roma não é fácil! E quando estiverdes um pouco a lutar, bebei um bocadinho de cachaça para levantar o ânimo”, diz, sob risos, em 3 de outubro de 2022.

“Não queria ser papa. [...] Uma pessoa que quer ser papa não gosta realmente de si mesma”. Essa foi uma afirmação, logo no início do pontificado, brincando sobre as dificuldades de assumir o cargo mais alto da Igreja católica. E, no primeiro discurso papal, Francisco anunciou ser um papa da periferia global. “Vós sabeis que o dever do conclave era dar um bispo a Roma. Parece que os meus irmãos cardeais tenham ido buscá-lo quase ao fim do mundo... Eis-me aqui”, disse Francisco, em 2013, em Roma.

CONSIDERAÇÕES: ENTRE JOÃO PAULO II, FRANCISCO E LEÃO XIV

Se João Paulo II tornou-se pop pelo alcance midiático e intensidade de sua exposição, Francisco assumiu esse mesmo traço sob outra ótica: menos centrada na espetacularização institucional e mais na horizontalidade comunicacional. Enquanto João Paulo II foi a figura católica mais visível no momento de ascensão da TV global, Francisco se inseriu como símbolo na cultura digital, foi apropriado em memes, estampado em camisetas, retratado em grafites e até sampleado em disco de rock. Sua imagem transitou com fluidez por ambientes religiosos e seculares, em linguagens de humor, crítica social e da cultura pop. João Paulo II foi acompanhado; Francisco, compartilhado. O primeiro se constituiu como líder midiático; o segundo, como signo popular e performático. Francisco construiu uma imagem pop com maior adesão às estéticas do cotidiano e às linguagens da cultura popular, aproximando-se das formas de recepção e circulação próprias da folkcomunicação.

O argentino Jorge Mario Bergoglio, Francisco, o 266º papa da Igreja católica, cujo pontificado durou pouco mais de 12 anos, faleceu na manhã de 21 de abril de 2025. A repercussão de inúmeras situações de diálogo, interação (cartas, telefonemas e mensagens) com pessoas de diferentes países do mundo que o procuraram ao longo do mandato começaram a circular, fortalecendo ainda mais a imagem de um personagem simples, efetivamente popular e sensível às mais variadas causas sociais e humanas.

Não há, pois, ainda, sequer condições de avaliar tamanha repercussão e desdobramentos dos casos e situações que legitimam a representação popular do papa, pouco tempo após a morte. Mas, é possível iniciar uma breve reflexão em torno de incontáveis aspectos que a trajetória de Francisco imprimiu, destacando uma simpatia, sensibilidade e envolvimento com referências e marcas das culturas populares presentes nas sociedades complexas do mundo contemporâneo. É este o olhar folkcomunicacional, em que o popular deixa-se apreender pelo viés massivo e industrial da cultura midiática sem perder as características das origens que levaram ao conhecimento público. Fica, pois, o desafio reflexivo aos estudos folkcomunicacionais para atentar à contribuição e reconhecimento de expressões das culturas populares pelo papa Francisco, no período que vai de 2013 a 2025, à frente da direção global da Igreja católica.

Ao que tudo indica, o papa Leão XIV deve adotar um estilo menos “pop” e mais discreto. Em sua primeira aparição pública como pontífice, Leão XIV se apresentou com

vestimentas papais tradicionais, em contraste com a simplicidade de Francisco. Leão XIV é conhecido por sua aversão aos holofotes, características que o distinguem de Francisco, cuja presença midiática era marcante (McElwee, 2025). Mas este é um tema para outras reflexões, breves e não menos pertinentes aos estudos folkcomunicacionais.

REFERÊNCIAS

- BASTOS, Nicolý. “O papa é pop”: qual a origem da expressão? **CNN Brasil**, 22 abr. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/o-papa-e-pop-qual-a-origem-da-expressao/>. Acesso em: 9 maio 2025.
- FRANCISCO. Benção apostólica “Urbi et orbi”: primeira saudação do papa Francisco. **Santa Sé**, 13 mar. 2013. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2013/march/documents/papa-francesco_20130313_benedizione-urbi-et-orbi.html. Acesso em: 10 maio 2025.
- GADINI, Sérgio Luiz. Cultura popular. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. (Orgs). **Noções básicas de folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. p. 54-58.
- GSHOW. Humoristas brasileiros visitaram o papa Francisco no Vaticano, em 2024; relembre o encontro. **Gshow**, 21 abr. 2025. Disponível em: <https://gshow.globo.com/cultura-pop/famosos/noticia/humoristas-brasileiros-visitaram-o-papa-francisco-no-vaticano-em-2024-relembre-o-encontro.ghml>. Acesso em: 9 maio 2025.
- MCELWEE, Joshua. Prevost, first US pope, supported Francis and shunned spotlight. **Reuters**, 8 maio 2025. Disponível em: <https://www.reuters.com/world/prevost-first-us-pope-supported-francis-shunned-spotlight-2025-05-08/>. Acesso em: 9 maio 2025.
- MELO, José Marques de. Folkcomunicação. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. (Orgs). **Noções básicas de folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. p. 21-24.
- O GLOBO. O papa é pop: Francisco estampa a capa da ‘Rolling Stone’ na Itália. **O Globo**, 9 mar. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/religiao/o-papa-pop-francisco-estampa-cap-da-rolling-stone-na-italia-21036243>. Acesso em: 9 maio 2025.
- O GLOBO. Papa pop e progressista, Francisco gravou disco com rock. **O Globo**, 21 abr. 2025. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2025/04/21/papa-pop-e-progressista-francisco-gravou-disco-com-rock-progressivo.ghml>. Acesso em: 9 maio 2025.
- ROCHA, Letícia. Francisco é pop: para vira tema de grafites, camisetas e doces. **UOL**, 13 mar. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2025/03/13/francisco-e-pop-papa-vira-tema-de-grafites-camisetas-e-doces.htm>. Acesso em: 9 maio 2025.
- VEIGA, Edison. João Paulo 2º: os cem anos do primeiro ‘papa pop’. **BBC News Brasil**, 17 maio 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52686094>. Acesso em: 9 maio 2025.