

Papa Francisco e sua presença digital no *Instagram* ¹

Andressa Eloisa de Oliveira Rodrigues²

Gerson Luiz Martins³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo fazer uma avaliação prévia da construção da imagem do Papa Francisco nas mídias sociais, para isso foi observado o perfil oficial do Papa na plataforma *Instagram* @franciscus. A metodologia escolhida foi a análise qualitativa, de cunho descritivo, com o intuito de mostrar que o *Instagram* vai além de uma plataforma de compartilhamento de fotos e vídeos, mas que pode ser um instrumento de aproximação com o público. O referencial teórico escolhido aborda temas como redes sociais, *Instagram*, comunicação na Igreja Católica, e autores como Castells, Pierre Levy, Raquel Recuero e Antonio Spadaro. Foram analisados e categorizados os posts no recorte de 90 dias – 01 de janeiro de 2022 a 01 de abril de 2022.

PALAVRAS-CHAVE: Papa Francisco; Redes Sociais; *Instagram*; Catolicismo; Comunicação

INTRODUÇÃO

Ao assumir o pontificado da Igreja Católica Apostólica Romana em janeiro de 2013, Jorge Bergoglio escolhe o nome de Francisco e herda a conta no *Twitter* @pontifex_pt, criada em 2002 e utilizada pelo Papa Bento XVI. O Papa Francisco e o termo *Papa Francisco* (figura pública) chegou a ocupar por várias vezes os *Trending Topics* – assuntos mais falados do *Twitter* – e quando ingressou no *Instagram* em 2016, pautou vários veículos de comunicação no Brasil e no mundo⁴. As contas são gerenciadas

¹ Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023.

² Aluna do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e-mail: andressa.eloisa@gmail.com

³ Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: gerson.martins@ufms.br

⁴ Alguns veículos que noticiaram a criação da conta do Papa no *Instagram*: ><https://extra.globo.com/noticias/mundo/papa-francisco-faz-conta-no-instagram-pede-rezem-por-mim->

pela equipe de mídia social do Vaticano, que passam por um tipo de vistoria teológica e católica, uma revisão feita por teólogos para evitar erros do ponto de vista teológico antes de qualquer publicação estar na rede.

Francisco é o primeiro papa a ter uma conta em rede social desvinculada da conta oficial do Vaticano e que para a Igreja Católica tornou-se um espaço onde se pode ganhar popularidade com suas postagens. Para o objetivo proposto as publicações feitas no *Instagram* no período de 01 de janeiro de 2022 à 01 de abril de 2022 foram analisadas e categorizadas de acordo com o tema abordado, no total de 50 publicações.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Fragoso, Recuero e Amaral (2011) afirmam que a Internet pode ser estudada sobre duas perspectivas: como cultura e como artefato cultural, na segunda perspectiva a internet é inserida na vida cotidiana das pessoas e de seus afazeres mais simples. A intencionalidade de aproximação da Igreja com os fieis no ciberespaço, pode ser observada pela segunda ótica, a busca pela inserção no dia a dia dos usuários do *Instagram*. “Os indivíduos ou grupos participantes são imersos em um mundo virtual, ou seja, eles possuem uma imagem de si mesmos e de sua situação. Cada ato do indivíduo ou do grupo modifica o mundo virtual e sua imagem no mundo virtual”. (LEVY, 1999, p. 79)

Nas mídias sociais os usuários constroem um perfil com a representação idealizada de sua própria imagem e nesse espaço virtual, interagem com outras pessoas, por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos. Sodré (2006) afirma que o *bios* virtual também constrói para si e para os outros representações de sua religiosidade, ligadas as suas personalidades, que podem partir do real para o virtual ou do caminho contrário do virtual para o real. De acordo com Recuero (2009) redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas, os usuários buscam dentro do virtual a extensão de sua realidade.

18917971.html<; ><https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/03/papa-francisco-tera-conta-no-instagram.html><; >
<https://veja.abril.com.br/mundo/papa-pop-e-conectado-francisco-estreia-perfil-no-instagram/>< Acesso em: 25 de março de 2023

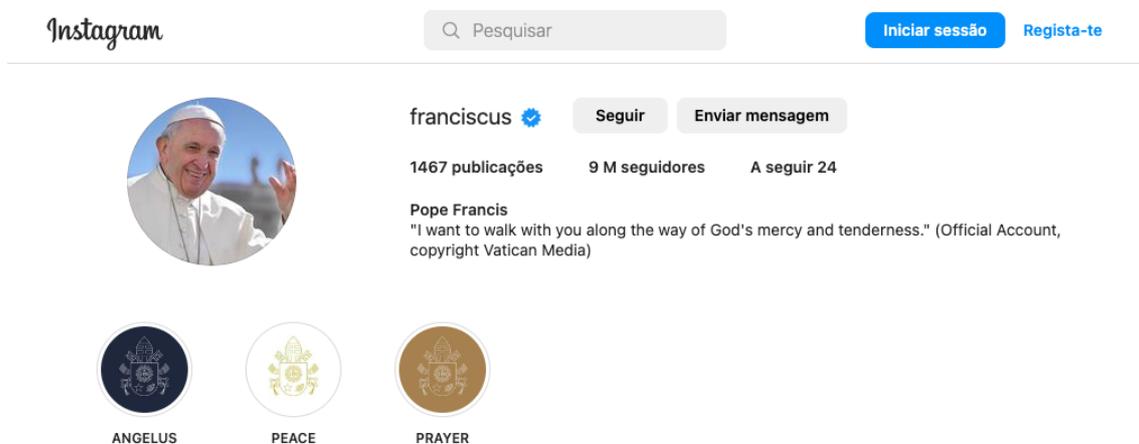
As mídias sociais exercem o papel de expansão da realidade (ou de realidade aumentada), e provocam a mudança da realidade religiosa que antes era focada na presencialidade, as comunidades agora estão no ciberespaço “a mídia passa a ser um dispositivo a promover novas formas de organização que transformam os “antigos” modos de agir das instituições” (GASPARETTO, 2011, p. 29)

Castells (1999) acrescenta que as redes digitais são um meio para fragmentar movimentos, solidificar ideologias, reagrupando indivíduos em identidades, crenças, territórios, etnias, etc.

Para Alves (1987) a religião é uma linguagem construída por meio de palavras, podendo expressar o bem, o mal ou desejo por algo. O intuito da religião católica é doutrinar a fé cristã, formar opiniões e conquistar os fiéis. A figura do Papa carrega em si a prerrogativa de pastor, de líder nos meios de comunicação de massa, utilizados pela Igreja Católica como instrumento desde o final do século 20, com o uso, por exemplo, de canais de televisão exclusivamente católicos. Spadaro (2012) define o termo ciberteologia como método de evangelização a partir da mídia digital; dentro de uma plataforma gratuita, de fácil utilização e que permite capturar fotos e vídeos com poucos cliques.

Em seu perfil *@franciscus* o Papa possui 9 milhões de seguidores e acompanha 24 perfis, todas relacionadas ao Vaticano e a Igreja Católica; seu perfil tem 1.465 publicações entre fotos e vídeos⁵, como mostra a Figura 01.

Figura 01 – Imagem da conta oficial do Papa Francisco no *Instagram*



⁵ Perfil verificado em 23 de março de 2023.

Fonte: reprodução *Instagram*, captura de tela feita pela autora. Acesso em 23 de março de 2023

Das 50 publicações analisadas no recorte de 90 dias, 18 são em formato de vídeos curtos, com duração de até 60 segundos; 05 são posts com apenas uma única foto e 27 são publicações no formato carrossel, com duas ou mais imagens. Os temas abordados são: pedido de oração – 14 posts; fotos com crianças e pessoas na praça São Pedro – 09 posts; missas e celebrações religiosas – 10 posts; reprodução de conteúdo do perfil oficial do Vaticano – 08 posts; mensagem com tema da Quaresma – 05 posts; encontro com o clero – 02 posts; encontro com autoridades políticas – 02 posts. O maior número de comentários foi observado nos posts com conteúdo em vídeo. As legendas contam com traduções em cinco idiomas: italiano, espanhol, francês, inglês e português, personalizadas para os principais públicos da conta.

Na observação as postagens no recorte do período especificado, nota-se que seguem, de certa forma, o calendário litúrgico (datas diferentes do calendário civil, no qual a Igreja aborda suas principais datas celebrativas) e os principais eventos e aparições públicas do papa; as postagens podem ser classificadas como políticas-diplomáticas e como evangelizadoras.

Percebe-se a preocupação da Igreja e do próprio Papa Francisco em avançar pelo ciberespaço, na tentativa de disseminar ainda mais os valores evangélicos:

No princípio da vida cristã, está o “Verbo”, a palavra de Deus. O “Verbo” é também o princípio da vida cristã: uma palavra que fala, que dialoga, que se comunica e interage com o ser humano. E que se comunicou e interagiu ao longo da história até chegar ao século XXI. E hoje, no amplo contexto dos fenômenos comunicacionais, especialmente a partir do surgimento do computador e do desenvolvimento de redes digitais, percebemos que a internet também passa a ser apropriada pelas práticas religiosas. (SBARDELOTO, 2011, p. 4)

Em vários de seus discursos o Papa Francisco mostra a preocupação com as mídias sociais: em 2019 a mensagem para o LIII Dia Mundial das Comunicações Sociais foi totalmente voltada para as comunidades digitais. “No cenário atual, salta aos olhos de todos como a comunidade de redes sociais não seja, automaticamente, sinônimo de

comunidade.”⁶; em 2023 o Papa volta a abordar o tema as mídias sociais por ocasião da mesma data, e pede uma comunicação de coração a coração⁷, reforça a ideia de proximidade entre os usuários das mídias sociais.

As imagens oficiais divulgadas mostram sempre o Papa com expressões alegres, com uma simpatia e acolhida, que remete à Igreja como acolhedora e carismática, não diminuem sua imagem de líder máximo de uma religião, mas com a ressignificação desse espaço de relacionamento “emergem em rede não só as pessoas e os conteúdos, mas também as relações. Mudou o próprio significado da palavra comunicação: comunicar não significa mais transmitir, mas compartilhar” (SPADARO, 2012).

CONCLUSÃO

As publicações observadas no Instagram mostram fotos do cotidiano com traços de alegria: entrevistas, encontros com autoridades e pessoas públicas, interações com fieis. Nesses registros descontraídos a imagem do Papa é sempre com sorriso e muito próximo as pessoas em sua volta; Otta (1994) destaca que o sorriso é uma presença universal, fruto da evolução da espécie humana e de sua expressividade, ligado diretamente ao comportamento humano.

A página não deixa de lado seu cunho religioso, e traz momentos de celebrações e de oração, nesse tipo de postagem o semblante traz mais seriedade, os olhos fechados transmitem a integridade e a importância religiosa. Para analisar esse sucinto tempo de publicações também se faz necessário compreender a forma como a Igreja Católica quer se expressar dentro de uma rede social.

Há três temas nos destaques, como mostra a Figura 01: *Angelus* – vídeos do Papa com a leitura de um texto e mensagens aos fieis sobre o tema; *Peace* – um destaque voltado apenas para a temática da paz, onde o Papa pede aos cristãos que rezem pela paz no mundo em vídeos; o terceiro destaque denominado *Prayer*, que traz orações em texto,

⁶ LIII Mensagem do Papa Francisco para o Dia Mundial das Comunicações Sociais. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 23 de março de 2023.

⁷ LVIII Mensagem do Papa Francisco para o dia Mundial das Comunicações. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/20230124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>. Acesso em: 23 de março de 2023.

nas datas celebradas dos santos mais conhecidos da Igreja Católica. Todos os *stories* que estão no destaque possuem *links* que redirecionam para mensagens na íntegra no canal do Vaticano no *Youtube* ou para o próprio cibermeio do Vaticano. Os comentários dos posts são abertos, e qualquer usuário da plataforma pode interagir. “O próprio mundo dos meios de comunicação não pode alienar-se da solicitude pela humanidade, chamado como é a exprimir ternura. A rede digital pode ser um lugar rico para a humanidade: não uma rede de fios, mas de pessoas humanas”⁸ (PAPA FRANCISCO, 2014).

Outra observação sobre as publicações no Instagram do Papa são as temáticas voltadas para temas da atualidade como o meio ambiente e a paz, a exemplo das mudanças climáticas e da guerra da Rússia com a Ucrânia, respectivamente. As legendas, sempre em terceira pessoa do plural (nós), com o uso da linguagem na voz ativa, com o reforço da ideia de proximidade e interação com os seguidores. Os posts com momentos de oração que rementem a introspeção podem ser vistos como um apelo à conversão.

As mídias sociais são espaços de amplo acesso, onde com um dispositivo conectado a Internet é possível criar um perfil, realizar postagens e saber como outros usuários se comportam.

É possível observar que nessa rede social a presença do Papa se torna uma extensão de sua figura pública.

Percebe-se que a inserção de temas recorrentes voltados à evangelização mostra que a comunidade eclesial está atenta as novas tecnologias em sintonia com temas atuais, pedindo aos fieis que priorizem a paz e não as armas; que cuidem do meio ambiente e que olhem para os menos favorecidos.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rubem. **O Suspiro dos oprimidos**. Religião e Linguagem (MEC). São Paulo: Paulus, 1987.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Volume I, 14a ed. São Paulo: Paz e Terra. 1999.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

⁸ Mensagem de Papa Francisco sobre o lançamento do tema “Comunicação a Serviço de uma Autêntica Cultura do Encontro”, lançado em 2014.

FRANCISCO, Papa. **LIII Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais**. Vaticano, 2 jun. 2019. Não paginado.

Disponível em:
>https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html< Acesso em: 23 de março de 2023.

_____. **LVIII Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais**. Vaticano, 21 maio. 2023. Não paginado. Disponível em:
><https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/20230124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>< Acesso em: 23 de março de 2023.

GASPARETTO, P. R. **Mediatização da Religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

OTTA, E. **O sorriso e seus significados** Petrópolis: Editora Vozes, 1994

RECUERO, R. **As Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

SBARDELLOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez bit” Uma análise da experiência religiosa na internet**. Cadernos IHU, Ano IX, n. 35. São Leopoldo: IHU – Unisinos, 2011.

SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e mediatização. *In*: MORAES, D. **Sociedade Mediatizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006 .

SPADARO, Antonio. **O Mistério da Igreja na era das mídias digitais**. Cadernos Teologia Pública, Ano IX, n. 73. São Leopoldo: IHU – Unisinos, 2012.