

**Da pessoa ao processo: a emergência  
do “dispositivo-Franciscus” em tempos  
de mediação da religião**

From the person to the process: the emergence  
of the “dispositivo-Franciscus” in times of mediatization of religion

De la persona al proceso: la emergencia del  
“dispositivo-Franciscus” en tiempos de mediatización de la religión

**Moisés Sbardelotto**

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | [msbardelotto@yahoo.com.br](mailto:msbardelotto@yahoo.com.br)

**Resumo:** Desde sua eleição em 2013, o Papa Francisco pode ser entendido como um eixo articulador de processos comunicacionais de grande relevância nas sociedades contemporâneas. É o que chamamos de “dispositivo-Franciscus”. Neste artigo, analisamos primeiramente o contexto comunicacional atual, entendido a partir das lentes teóricas da mediação da religião. Em seguida, refletimos sobre o conceito de dispositivo e, especificamente, de “dispositivo-Franciscus”. Descrevemos e analisamos empiricamente alguns processos comunicacionais articulados em torno da pessoa Francisco, desencadeados principalmente a partir da sua primeira aparição pública como sumo pontífice da Igreja Católica. Por fim, concluímos que tal dispositivo emerge a partir da complexa articulação entre a comunicação pessoal do Papa Francisco, a comunicação institucional da Igreja, a comunicação midiático-corporativa e a comunicação social em rede, convertendo-se hoje em um dos principais elementos de análise para a compreensão do catolicismo contemporâneo.

**Palavras-chave:** dispositivo; mediação; religião; catolicismo; Papa Francisco.

**Abstract:** Since his election in 2013, Pope Francis can be understood as an axis of articulation of communicational processes of great relevance in contemporary societies. This is what I call as “Franciscus-dispositive.” This paper firstly analyzes the present communicational context, understood from the theoretical lens of the mediation of religion. Then, it reflects on the concept of dispositive and, specifically, of “Franciscus-dispositive.” It describes and empirically analyzes some communicational processes articulated around the person of the pontiff, triggered from his first public appearance as the supreme pontiff of the Catholic Church. Finally, it concludes that the complex articulation between Pope Francis’ personal communication, the institutional communication of the Church, media-industrial communication and networked social communication gives rise to this dispositive, which today becomes one of the main elements of analysis for the comprehension of contemporary Catholicism.

**Keywords:** dispositive; mediation; religion; Catholicism; Pope Francis.

**Resumen:** Desde su elección en 2013, el Papa Francisco puede ser entendido como un eje articulador de procesos comunicacionales de grande relevancia en las sociedades contemporâneas. Es lo que llamamos de “dispositivo-Franciscus”. En este artículo analizamos primeramente el contexto comunicacional actual, entendido desde el lente teórico de la mediación de la religión. A continuación, reflexionamos sobre el concepto de dispositivo y, en concreto, de “dispositivo-Franciscus”. Describimos y analizamos empíricamente algunos procesos comunicacionales articulados en torno a la persona del pontífice, desencadenados principalmente a partir de su primera aparición pública como sumo pontífice de la Iglesia Católica. Finalmente, concluimos que tal dispositivo surge de la compleja articulación entre la comunicación personal del Papa Francisco, la comunicación institucional de la Iglesia, la comunicación mediático-corporativa y la comunicación social en red, convirtiéndose hoy en uno de los principales elementos de análisis para la comprensión del catolicismo contemporâneo.

**Palabras clave:** dispositivo; mediación; religión; catolicismo; Papa Francisco.

## Introdução

Em 2013, o mundo religioso – mas não só – foi abalado por dois eventos epocais. O primeiro deles, em fevereiro, foi o anúncio da renúncia do então Papa Bento XVI, uma decisão muito incomum ao longo da história da Igreja Católica Romana<sup>1</sup>. Poucas semanas depois, em março, foi a vez do conclave dos cardeais, que se reuniu e realizou uma eleição papal cujo resultado final foi marcado por inúmeros “ineditismos”: havia sido eleito o primeiro papa não europeu desde o ano 741, o primeiro papa latino-americano, o primeiro papa da ordem dos jesuítas – isto é, Jorge Mario Bergoglio, o então arcebispo de Buenos Aires, Argentina.

Mas o que mais surpreendeu o mundo – religioso ou não – foi o nome assumido por esse novo papa, também inédito na história dos pontífices: *Franciscus*. Adotar esse nome significava uma referência direta a um dos santos mais populares do catolicismo: São Francisco de Assis (1182-1226). Tal santo, na tradição católica, é conhecido como o “Pobrezinho de Assis”, dado o seu estilo de vida marcado pela pobreza, pelo despojamento e pela sua íntima relação com a natureza. Para o novo papa, o nome Francisco foi escolhido logo após o fim da eleição, ainda no conclave, quando o cardeal brasileiro Claudio Hummes (1934-2022), frade franciscano e arcebispo emérito de São Paulo, parabenizou Bergoglio pela eleição e lhe disse: “Não se esqueça dos pobres!” O pontífice recém-eleito, então, logo pensou em Francisco de Assis, “o homem da pobreza, o homem da paz, um homem que ama e cuida da criação”, como contou aos jornalistas que cobriam o conclave (FRANCISCO, 2013a, online).

Para além das questões religiosas e eclesiais, a escolha desse nome – antes mesmo da primeira aparição pública do novo pontífice e de qualquer palavra por ele proferida – foi uma verdadeira “revolução”, do ponto de vista comunicacional, para os padrões históricos do catolicismo. Tratava-se não apenas de uma nomenclatura, de um apelativo, mas sim de um verdadeiro “programa de governo” ou, melhor, de um *programa comunicacional* do novo papado, reatualizando, por um lado, a memória simbólica do santo de Assis e sua evocação à pobreza e ao despojamento, e, por outro, introduzindo principalmente elementos de novidade, ineditismo, surpresa e expectativa no catolicismo em geral. Tudo o que veio depois, ao longo do pontificado – especialmente a construção sociocomunicacional em torno do “modo de ser papa”, aquilo que foi chamado de “efeito-Francisco” (ZAVATTARO, 2014) –, foi consequência, primeiramente, dessa escolha disruptiva de um nome que *dava nome* a um novo jeito de ser papa e de praticar o papado – e, consequentemente, a uma nova identidade para o próprio catolicismo mundial.

Com o passar do tempo, principalmente a partir da simbologia desse nome, pôde-se perceber que a comunicação de Francisco foi desdobrando processos sociocomunicacionais mais amplos e multifacetados, em complexidade crescente (OLING, 2018; MILANI, 2019; SIMON, 2019; SBARDELOTTO, 2021; SANTOS, 2022). Entretanto, para além do estilo

---

<sup>1</sup> O caso mais recente de uma renúncia pontifícia por decisão livre e espontânea foi a do Papa Gregório XII (1406-1414). Segundo o historiador estadunidense John O'Malley (2013), os papas renunciadores seriam apenas nove ou dez papas em toda a história da Igreja. Já para o historiador espanhol Josep María Martí Bonet, os papas que renunciaram de forma livre ou forçada – ou até violenta – seriam 22 (VINTE..., 2013).

peçoal de Francisco, a comunicação papal se manifesta na articulação com uma trama de sentidos e práticas comunicacionais institucionais da Igreja Católica, de corporações midiáticas e da sociedade em geral, conectada em redes comunicacionais<sup>2</sup> e em acelerada midiatização digital (SBARDELOTTO, 2017). É aquilo que aqui chamamos de “dispositivo-Franciscus”, isto é, matrizes interacionais sociais constituídas e organizadas *a partir da comunicação papal, sobre ela e também para além* daquilo que o Papa Francisco efetivamente comunica, mediante interações que ressignificam não apenas a pessoa do papa, mas também o próprio catolicismo.

A partir desse horizonte, neste artigo, analisaremos primeiramente o contexto comunicacional contemporâneo, entendido a partir das lentes teóricas da midiatização da religião, no qual se inserem os modos de ser, de interagir e de comunicar do Papa Francisco. Em seguida, aprofundaremos a reflexão sobre o conceito de dispositivo e, especificamente, de “dispositivo-Franciscus”. Com isso, poderemos descrever e analisar empiricamente alguns processos comunicacionais articulados em torno da pessoa do pontífice, de suas palavras e gestos, mas também para além deles, desencadeados principalmente a partir da sua primeira aparição pública como sumo pontífice da Igreja Católica, no dia 13 de março de 2013.

## Religião em midiatização

Do ponto de vista da história da Igreja Católica, a comunicação papal de Francisco, embora apresente uma continuidade com práticas comunicacionais de pontificados anteriores, manifesta alguns elementos disruptivos, que demandam uma análise particular. Isso porque, com ações simples e cotidianas, “tão aparentemente espontâneas a ponto de fazer esquecer a sua densidade semiótica [...]”, Francisco penetra o mundo da comunicação justamente porque *age como se as mídias não existissem* (SEDDA, 2017, p. 59, tradução nossa). Tal postura não ocorre porque Francisco opte por ignorar deliberada e conscientemente a ação midiática, mas principalmente porque a sociedade contemporânea, incluindo as religiões e suas lideranças, experimentam o mundo já “imersas” em um ambiente crescentemente midiático, do qual se torna cada vez mais difícil perceber os limiares e as fronteiras.

Hoje, de modo crescente, “a sociedade percebe e se percebe a partir do fenômeno da mídia” (GOMES, 2008, p. 21). Emerge, assim, um processo de midiatização das sociedades e culturas contemporâneas, que explicita a “natureza da inter-relação entre as mudanças históricas na comunicação midiática e outros processos transformacionais” (HEPP, 2012, p. 38, tradução nossa), como os vividos pela Igreja Católica e pelo catolicismo em geral.

Contudo, não é possível restringir a midiatização a um período histórico específico, especialmente levando-se em consideração os desdobramentos comunicacionais do próprio catolicismo ao longo da história, pois “os processos de comunicação e as tecnologias

---

<sup>2</sup> Entendemos por redes comunicacionais um ecossistema de conexões entre ambientes comunicacionais diversos, não necessariamente digitais, em que cada microssistema interage com os demais, afetando e sendo afetado, dando forma a um macrossistema conexas. Nenhuma mídia específica e nenhum dos interagentes é fundamental para a manutenção de uma dada rede comunicacional, e eles também só “existem” em rede enquanto se comunicam entre si (SBARDELOTTO, 2017).

mediáticas condicionaram o modo como o cristianismo se desenvolveu historicamente” (HORSFIELD, 2015, p. 2, tradução nossa). Basta acompanhar a história das primeiras comunidades cristãs para perceber já então diversos processos comunicacionais que moldaram a sua evolução ao longo da história e das culturas (testemunhos, textos, livros, rituais, imagens, etc.), o que aponta para uma certa continuidade dos processos atuais em relação ao passado, mas, ao mesmo tempo, para uma grande capacidade de reinvenção e reconstrução, relacionada com as grandes mudanças e transformações comunicacionais (SBARDELOTTO, 2017).

Segundo Rothenbuhler (2009), a mediação não é um fenômeno novo, mas até um fundamento da própria comunicação humana. Em uma linha de análise semelhante, Verón (2012, p. 9-11, tradução nossa) afirma que a mediação é “uma das dimensões fundamentais do processo de especiação do *sapiens*” e da “evolução das sociedades humanas”, como sistema auto-organizante da construção de sentido, envolvendo a materialização e a exteriorização de processos cognitivos, em diversas configurações históricas.

Retomar essa “perspectiva histórica de longo prazo da mediação” (VERÓN, 2014, p. 14) nos permite evitar pensá-la como uma mutação inexistente e impensável em épocas anteriores ou como uma ruptura a-histórica nos processos sociais. O que temos atualmente, portanto, é uma maior evidência de tais processos, graças à complexificação das manifestações da mediação, que a tornam mais empiricamente observável nas práticas sociais. Do ponto de vista observacional, é a experiência social contemporânea que possibilita a emergência da mediação como objeto de reflexão comunicacional, graças a pontos de saturação e bifurcações na escala espaço-temporal, em termos de velocidade e alcance dos processos comunicacionais, em que a curva histórica de sua evolução sofre deslocamentos significativos.

A partir dessas processualidades comunicacionais que vão dando origem a um ambiente social resignificado, a mediação pode ser entendida como “a chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade” contemporânea (GOMES, 2008, p. 30), por revelar a natureza comunicacional das culturas e das sociedades. E o “conteúdo” do fenômeno da mediação são os processos midiáticos, cada vez mais abrangentes, cada vez mais acelerados, cada vez mais diversificados.

A noção de mediação a que nos referimos aqui está ligada a um conceito ampliado de “mídia”, que vai além da sua concepção corporativista (a chamada “grande mídia”) ou tecnicista (os aparatos tecnológicos de comunicação). Mídia envolve uma *rede de relações entre meios tecnológicos de comunicação e práticas socioculturais em um dado contexto*. Ou seja, trata-se de um sistema comunicacional formado pela interação entre tecnologias, usos comunicacionais socioindividuais e processos socioculturais mais amplos. A mediação, nesse sentido, envolve justamente a ação de “dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos, baseados cada vez mais no conjunto de técnicas (e não mais em uma única técnica, como antigamente)” (MIÈGE, 2009, p. 110). Trata-se, portanto, de um *metaprocessamento comunicacional*, constituído por processos midiáticos emergentes no eixo do espaço e pelas transformações comunicacionais evolutivas de sociedades e culturas no eixo do tempo, em complexidade, aceleração e abrangência cada vez maiores (SBARDELOTTO, 2017).

A perspectiva da midiática possibilita entender a comunicação em sua *processualidade*, não apenas como uma ação social sobre elementos simbólicos ou tecnológicos, mas como a inter-relação dinâmica entre esses três níveis. Por outro lado, possibilita entender a comunicação em sua *historicidade*: comunicação e tecnologia, por exemplo, desde sempre estão intimamente interligadas e se desenvolvem mutuamente; por isso, a tecnologia não é uma irrupção contemporânea e recente nos processos comunicacionais, mas é tão antiga quanto os primeiros registros humanos, como as pinturas rupestres, manifestando-se de formas diferenciadas e específicas ao longo da história. Daí, por fim, a *complexidade* da midiática, que, a partir de tais redes de relações, faz emergir mídias, entendidas não como meros elementos externos a nós – como aparatos tecnológicos (o televisor, por exemplo) ou empresas de informação (o canal de televisão) – mas como sistemas-ambientes socioculturais de comunicação, nos quais agimos e somos “agidos”, em aceleração e abrangência cada vez maiores.

Aquilo que aqui chamamos de “dispositivo-Franciscus” é sinal e sintoma disso, pois evidencia um processo de midiática da própria pessoa do papa, assim como um processo de midiática mais amplo e complexo, em que o papa é, ao mesmo tempo, *fonte e destino* de práticas de sentido outras, no emaranhado das redes comunicacionais. Nesse contexto, entendida como um sistema social de significação cultural e de comunicação social em torno do “sagrado” e do transcendente, a religião, hoje, se depara com contextos comunicacionais emergentes, nos quais a fé é percebida e expressada de formas inovadoras em comparação com os contextos pessoais, comunitários e institucionais tradicionais.

Pensar a midiática da religião não significa perceber apenas como as religiões hoje são “mediadas” pelas corporações midiáticas ou como as práticas religiosas vão sendo “traduzidas” em produtos midiáticos específicos. O processo de midiática da religião é muito mais complexo do que a “mediação midiática” (em sentido estrito) das práticas religiosas. Nos novos contextos de interação social,

as mídias podem ser, ao mesmo tempo, *fonte* de religião e espiritualidade, um *indicador* da mudança religiosa e espiritual e podem *estar articuladas* com as tendências religiosas e espirituais – *mudando a religião* mediante essas interações e *sendo mudadas por* essa relação (HOOVER, 2008, p. 4, tradução nossa).

Nos processos comunicacionais envolvidos naquilo que aqui chamamos de “dispositivo-Franciscus”, o que percebemos é que

as relações entre o “mundo da vida” e o sagrado se estruturam e se articulam em torno de processos de experimentação tecno-simbólicos, aos quais se submetem rituais e liturgias, enquanto requisitos fundamentais para a produção da crença, hoje. Mergulhados em operações de contato, envolvidos em uma ambiência de fluxos e de conexões, os indivíduos se veem diante de uma nova “economia do sensível” que gera os dispositivos e provisões mediante os quais se remetem ao sagrado (FAUSTO NETO, 2004, p. 10).

Nesse deslocamento, a mediação catalisa e exponencia múltiplas construções de sentido religioso em circulação, mediante processos midiáticos difusos e diferidos, que, por sua vez, não estão dados de antemão, mas também se constituem a partir de práticas religiosas locais. Ocorre “um deslocamento da religião para o céu aberto do mercado simbólico de natureza midiática” (FAUSTO NETO, 2004, p. 3). Com isso, “o fenômeno midiático amplia a semântica cultural da religião, ultrapassando as próprias instituições religiosas e suas propostas de controle” (CARRANZA, 2011, p. 55).

Desse modo, os sentidos do “ser religioso” – seus saberes e fazeres – encontram brechas e escapes no processo de circulação comunicacional, indo muito além (ou ficando muito aquém) dos ritos e mitos religiosos tradicionais, assim como das instituições e autoridades religiosas. Isso graças também à emergência de novos agentes midiáticos – pessoas e grupos – que passam a promover modalidades complexificadas de significação do *socius* e do *sacrus* principalmente em ambientes digitais. Advém daí um novo tipo de “gestão” do social e do religioso, que passa, agora, pela mediação desses novos agentes midiáticos, que não substituem, mas se articulam aos agentes religiosos tradicionais, operando (micro)transformações de sentido sobre o “sagrado” como autoridades religiosas *mediaticamente emergentes*, ou seja, como “leigos-amadores” (SBARDELOTTO, 2016; 2018).

No caso em análise, a mediação da religião explicita-se particularmente a partir de processos de comunicação localmente observáveis sobre o catolicismo e o Papa Francisco, articulados como dispositivos específicos. Aprofundaremos, agora, essa conceituação.

### **Predispondo o “dispositivo-Franciscus”**

Em geral, a sociedade só toma contato e se comunica com um Papa Francisco “mediaticamente disposto”, ou seja, com *disposicionamentos midiáticos* do papa – o corpo do pontífice, sua pessoa e tudo o que ele representa chegam à sociedade em geral ressignificados em produtos midiáticos, como textos, fotos, áudios e vídeos. No momento da sua eleição, por exemplo, o *close* na fumaça branca e, depois, no homem vestido de branco que apareceria na sacada da Basílica de São Pedro para se apresentar ao mundo como novo pontífice da Igreja Católica só foram possíveis graças à transmissão do Centro Televisivo Vaticano, que se converteu no “meio que transformou o ocorrido em evento e, conseqüentemente, em comunicação” (VIGANÒ, 2017, p. 14). Mas tais disposicionamentos não significam um enquadramento representacional institucionalmente já dado de Francisco, de modo autônomo e independente em relação ao agir social, mas são fruto de um dispositivo interacional e midiático emergente, que envolve uma rede de relações entre elementos sócio-tecnosimbólicos, *dispostos e redispuestos* por processos comunicacionais complexos e heterogêneos.

O “dispositivo-Franciscus”, como o entendemos, se inscreve, de modo amplo, no macroconceito de “dispositivo” trabalhado como eixo analítico em diversas pesquisas em ciências humanas e sociais. A noção remonta a Foucault (2000, p. 244, grifo nosso), que o definiu como

um conjunto *decididamente heterogêneo* que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais,

filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a *rede que se pode tecer entre estes elementos*.

Não nos cabe aqui fazer uma genealogia de tal conceito na filosofia foucaultiana, mas, resgatando sua relevância nos estudos socioantropológicos, nos apropriamos das suas ideias centrais, como a *heterogeneidade* e a *interconexão* dos elementos que o compõem. De modo mais comunicacionalmente focado, somamo-nos à especificidade do conceito trabalhado por Braga (2017a, p. 33), que elabora a noção de “dispositivo interacional”, isto é, uma “diversidade de matrizes socialmente elaboradas e em constante reelaboração – que de um modo ou outro a sociedade aciona para poder interagir”.

Um dispositivo interacional, segundo o autor, é “comunicacionalmente desenvolvido e culturalmente acionado para o exercício de episódios interacionais” (BRAGA, 2017a, p. 38). No caso do “dispositivo-Franciscus”, para além da comunicação pessoal do Papa Francisco – de suas palavras e gestos –, produzem-se socialmente em torno dele determinados *arranjos* midiático-comunicacionais, “uma grande quantidade de táticas-padrão, de modelos reconhecíveis, mas com grande plasticidade de reconhecimento, que podem ser chamados pelos participantes *a serviço de sua comunicação*” (BRAGA, 2017a, p. 33, grifo nosso).

Cada episódio interacional “é o próprio dispositivo em momento de realização, caracterizado pela especificidade de seus elementos, seus objetivos e pelo sistema de relações comunicacionais constituído; modulado pelas circunstâncias de sua ocorrência singular” (BRAGA, 2017a, pp. 38-39). Analisar o “dispositivo-Franciscus”, portanto, é buscar entender como ele se organiza social e praticamente “*como base para comunicação entre participantes* (em qualquer abrangência, número, dimensão ou processualidade” (BRAGA, 2017a, p. 39), ou seja, como a comunicação papal desencadeia, catalisa e articula outros processos comunicacionais propriamente *sociais* e crescentemente complexos.

A especificidade interacional de um dispositivo é justamente a articulação de determinadas matrizes interacionais e modos práticos e compartilhados que *fazem avançar as interações sociais* (BRAGA, 2017a). O “dispositivo-Franciscus” – que envolve, mas vai além da comunicação papal, mediante processos comunicacionais inter-retrorrelacionados – também pode ser entendido como um sistema de relações heterogêneo e complexo, que faz emergir socialmente modos de interagir da sociedade em torno não apenas do papa, mas também do catolicismo como tal ou ainda de questões sociais mais amplas, que se organizam como eixo matricial para a comunicação sociorreligiosa.

Tal dispositivo emerge como um sistema abstrato, construído e descrito a partir de nossas inferências como observadores, que, contudo, são articuladas a partir da observação de relações e processos empiricamente identificáveis em ambientes comunicacionais específicos. Neste caso, a comunicação papal se articula a diversos processos comunicacionais e midiáticos, evidenciando que a sociedade em geral encontra-se hoje embebida por competências de organização das possibilidades de construção social de sentido sobre a religião, de modo geral, e particularmente sobre o catolicismo, potencializadas por esse dispositivo próprio, aqui chamado de “dispositivo-Franciscus”. Ou seja, a interação não se dá em uma zona “franca”, nem mediante operações “neutras”, autônomas e independentes,



mas sim marcadas por limites e possibilidades que moldam e condicionam – “*disposicionam*” – tal construção de sentido.

Ações locais de interação, assim, constituem determinadas matrizes comunicacionais que caracterizam um dispositivo específico, e este, por sua vez, condiciona e molda aquelas ações, transformando o próprio dispositivo. Desse modo, o “dispositivo-Franciscus” é constituído e também modificado social e comunicacionalmente. Se o dispositivo *dispõe a sociedade*, a sociedade também *dispõe os dispositivos*; e, por meio destes, a sociedade *se põe em relação com a realidade e a dispõe* – de modo complexo, inter-retroativo e indeterminado.

Se a comunicação papal circula em redes comunicacionais, ela circula “disposta” em determinadas disposições midiáticas e socioculturais específicas. E é precisamente esse movimento de circulação que dispõe aquilo que emerge como dispositivo observado, que buscaremos agora descrever e analisar.

### Dispondo o “dispositivo-Franciscus”

A força simbólica da escolha do nome Franciscus encontrou sua primeira “encarnação” comunicacional explícita já na primeira aparição pública e nas primeiras palavras do então novo papa, no dia 13 de março de 2013<sup>3</sup>. Depois de a esperada fumaça branca sair pela chaminé da Capela Sistina, veio o tradicional anúncio “*Habemus papam*”, revelando ao mundo que um novo pontífice havia sido eleito e que o escolhido era Jorge Mario Bergoglio. E o mais surpreendente: que ele havia assumido como nome pontifício Franciscus, algo inédito em toda a história do catolicismo. Trata-se de “um nome que sugere imediatamente humildade, mas também, num certo sentido, revolucionária força de ânimo, vontade de mudar realmente as coisas” (VIGANÒ, 2017, p. 9), a começar pelo estilo comunicativo não só da figura do sumo pontífice, mas também de toda a Igreja Católica e do catolicismo como tal.

Minutos depois, o recém-eleito pontífice romano aparece na varanda da Basílica de São Pedro, no Vaticano. Diante da ovação da multidão ali presente, Francisco a saúda de modo singelo, com um leve aceno com a mão direita, entre atônito, hesitante e emocionado. Ao microfone, em seguida, diz suas primeiras e históricas palavras: “*Fratelli e sorelle, buonasera*” (“Irmãos e irmãs, boa noite”). Trata-se de uma saudação tanto corriqueira e pouco solene, à primeira vista, quanto extremamente densa e significativa, pois subverte qualquer expectativa “realista”, de “corte” (após papados mais monárquicos e triunfais, como os de João Paulo II e de Bento XVI), e estabelece uma interação “tu a tu” com as pessoas presentes na praça e também com aquelas do mundo inteiro que acompanhavam o evento via mídias, reconhecendo-as, todas, como “irmãos e irmãs”.

Logo após essas palavras, ele subverte a tradicional bênção papal *Urbi et Orbi* (sobre a cidade e sobre o mundo): “E agora gostaria de dar a bênção, mas antes... antes, peço-lhes um favor: antes que o bispo abençoe o povo, *peço-lhes que rezem ao Senhor para que me abençoe*; a oração do povo, pedindo a bênção para o seu bispo. Façamos em silêncio essa oração *de vocês por mim*” – em tradução e grifo nossos. E inclinou-se diante do povo.

<sup>3</sup> O vídeo desse momento está disponível em: <<https://is.gd/3Twadh>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

Com esse gesto, Francisco desvia o foco do evento em relação a si mesmo, reconhecendo e voltando os olhares midiáticos para aquele “outro” multitudinário que estava à sua frente: pessoas diferentes dele mesmo, que também tinham algo a lhe oferecer, convocadas a serem “cocomunicadoras”, principalmente no multitudinário silêncio orante. Estabeleceu-se um processo de comunicação que subverte até mesmo o jogo de câmeras do Centro Televisivo Vaticano. Quem é o protagonista desses poucos instantes de silêncio? Em quem focar a imagem? O que vai acontecer em seguida? Nesses “vinte intermináveis segundos [...]”, as televisões do mundo inteiro não podiam fazer outra coisa senão transmitir o espetáculo potentíssimo de uma multidão [...] imersa em um silêncio carregado de emoção. Um silêncio completamente antitelevivo” (VIGANÒ, 2017, p. 15).

Após outras palavras dirigidas à Igreja e ao mundo, ao encerrar a noite, Francisco disse algo simples e natural: “Boa noite e bom descanso!” Assim concluiu-se esse momento interacional papa-povo, estabelecendo uma comunicação aberta, dialógica, direta e informal – propriamente “popular”, apesar de toda a formalidade do protocolo vaticano – entre pessoas que compartilhavam os mesmos desejos e as mesmas necessidades, como dormir e descansar.

No ineditismo de seus gestos e de suas palavras, a primeira aparição do novo pontífice revelou que o “Papa Francisco virou do avesso o estilo de comunicação do papado”, mostrando-se “capaz de revolucionar profundamente o estilo comunicativo da Igreja” (VIGANÒ, 2017, p. 7-8). Franciscus, portanto, era muito mais do que apenas um nome papal inédito: era um verdadeiro estilo comunicacional e um horizonte simbólico para o catolicismo – cujo “eixo” de articulação não era Jorge Mario Bergoglio, mas algo mais complexo.

Com o passar do tempo, Francisco se revelou “um ‘papa líder’, sujeito capaz de condicionar as visões éticas, políticas e sociais da sua contemporaneidade, as agendas temáticas das mídias e as expectativas em relação à Igreja” (LORUSSO; PEVERINI, 2017, p. 7, tradução nossa). Isso não se deveu, em primeiro lugar, a estratégias de comunicação institucional do Vaticano, mas sim a uma capacidade comunicativa pessoal de Bergoglio, que tornou particularmente significativos e surpreendentes vários de seus gestos cotidianos, que, de outro modo, poderiam passar despercebidos. De acordo com Lorusso e Peverini (2017, p. 8, tradução nossa), ao longo do tempo, o papa passou a reformular continuamente “os códigos da etiqueta (discursiva e comportamental) papal, e nessa contínua ação de recodificação está a sua grande ‘potência semiótica”.

Mas essa “potência semiótica” da comunicação “pessoal” de Francisco, particularmente em tempos de mediação, não existe de modo autônomo e independente, em um “limbo” social ou eclesial. Sem dúvida, a pessoa de Jorge Mario Bergoglio traz um estilo interacional e comunicativo de grande novidade e até de revolução para os padrões católicos tradicionais, mas, nos atuais processos de comunicação, Francisco só é midiaticamente (tão) “potente” graças aos arranjos midiáticos nos quais age e às redes comunicacionais com as quais interage. Aquele seu descentramento em relação ao “outro” multitudinário da Praça de São Pedro é sintoma e indício de um descentramento pessoal e institucional ainda mais profundo em relação aos processos sociais e midiáticos contemporâneos.

O “dispositivo-Franciscus”, como o concebemos, diz respeito justamente a tais redes de relações, matrizes interacionais e arranjos midiáticos complexos, que emergem a partir

da articulação *com as ações comunicacionais do Papa Francisco e também para além delas*. Em circulação, toda ação comunicacional do Papa Francisco se articula a outros agentes e a outras ações comunicacionais (indivíduos, grupos, instituições, artefatos tecnológicos, construtos simbólicos, etc.), fazendo emergir sentidos inovadores sobre o próprio catolicismo, que são fruto de tais complexos arranjos midiático-comunicacionais.

A partir daquela primeira comunicação papal – entendida como um dispositivo interacional específico –, emerge em diversos outros momentos uma *complexa articulação inter-retroativa* entre a comunicação (inter)pessoal do Papa Francisco, a comunicação institucional da Igreja Católica, a comunicação midiático-corporativa e a comunicação social em redes diversas. Analisemos alguns casos que evidenciam a articulação *disposicional* entre esses diversos níveis.

Primeiramente, para além de todo o caráter revolucionário dos gestos pessoais e das palavras de Francisco – sua comunicação *(inter)pessoal* –, sua primeira aparição papal só alcançou tamanha “potência” simbólica e comunicacional em nível mundial graças à comunicação institucional da Igreja Católica, neste caso, especificamente, a captação de imagens do Centro Televisivo Vaticano. A difusão televisiva daquele momento conseguiu “produzir transformações não só na opinião pública, mas também no comportamento das pessoas, nas geografias sociais e, a longo prazo, nas agendas e nas orientações das instituições políticas” (VIGANÒ, 2017, p. 18).

O mesmo ocorreu poucos dias depois da eleição papal, quando Francisco voltou para pagar a própria conta no hotel em que ficou hospedado antes do conclave. Esse gesto – ao mesmo tempo comum e informal, mas também inovador em relação a um imaginário papal marcado por uma certa realeza e pomposidade – ativou um circuito midiático bastante significativo, graças principalmente às mídias vaticanas. Foram estas que tornaram público o gesto pessoal de Francisco, por meio de suas fotografias e vídeos – que, de outro modo, ficaria invisibilizado ou até poderia entrar para a história, mas como mera “narrativa lendária”, e não como *fato*. Estabelece-se aí uma relação complexa entre o Serviço Fotográfico Vaticano, que gerou aquelas imagens quase de “bastidores” da vida papal, as mídias comerciais, que ampliaram o alcance das fotos e dos vídeos, e a sociedade interconectada digitalmente, que exponenciou a ressignificação de um gesto tão corriqueiro para uma pessoa comum e tão revolucionário para um sumo pontífice.

Por outro lado, se Francisco se comunica efetivamente *com o mundo* graças à “revelação midiática” possibilitada pelas mídias vaticanas, estas também não agem sozinhas, mas se articulam com a ação dos *demais grandes meios de comunicação corporativos* que fazem a cobertura papal. Não por acaso, três dias depois de ser eleito, Francisco reuniu-se com centenas de jornalistas e representantes dos meios de comunicação de diversas partes do mundo que fizeram a cobertura do conclave. Em sua fala, o papa reconheceu que os meios de comunicação se tornaram “indispensáveis para narrar ao mundo os acontecimentos da história contemporânea” e agradeceu aos profissionais: “Nestas semanas, vocês puderam falar da Santa Sé, da Igreja, dos seus ritos e tradições, da sua fé e, de modo particular, do papel do Papa e do seu ministério” (FRANCISCO, 2013a, online).

Outro momento-chave de atualização do “dispositivo-Franciscus” a partir da articulação da comunicação papal com a chamada “grande mídia” ocorreu também logo no

início de seu pontificado, em junho de 2013. No voo de volta da sua viagem ao Brasil, Francisco concedeu uma entrevista coletiva a jornalistas representantes dos principais meios de comunicação do mundo. Em resposta a uma pergunta da jornalista brasileira Ilze Scamparini, o papa pronunciou a famosa frase: “Se uma pessoa é gay e procura o Senhor e tem boa vontade, quem sou eu para a julgar?” (FRANCISCO, 2013b, online) – a primeira vez na história em que a palavra “gay” foi dita por um pontífice. Isso levou a revista *Advocate*, a principal publicação da comunidade LGBT+ dos Estados Unidos, a escolher justamente o Papa Francisco como a “pessoa do ano”, estampando seu rosto na capa de sua edição de dezembro de 2013. Segundo a própria revista, com a eleição de Francisco, “uma mudança significativa e sem precedentes ocorreu este ano com relação a como as pessoas LGBT são consideradas por uma das maiores comunidades de fé do mundo” (GRINDLEY, 2013, online, tradução nossa). Este caso aponta para uma singular rede de processos midiáticos possibilitada pelo “dispositivo-Franciscus”, seja pela repercussão midiática do fato de um papa pronunciar publicamente pela primeira vez uma “palavra proibida”, estimulado pelo questionamento dos jornalistas, seja pelo fato de uma revista LGBTQIA+ estampar, de modo inédito, um papa em sua capa, a fim de homenageá-lo.

Outro “disposicionamento” da comunicação papal por parte de uma mídia corporativa ocorreu no caso da troca de cartas públicas e publicadas no jornal italiano *La Repubblica* entre o papa e o diretor-fundador da publicação, Eugenio Scalfari (1924-2022). Personalidade proeminente da *intelligentsia* italiana e ateu assumido, o jornalista italiano havia escrito dois editoriais dirigidos pessoalmente a Francisco em 2013, um em julho e outro em agosto (SCALFARI, 2013a; 2013b), questionando – às vezes asperamente – alguns ensinamentos e posicionamentos da Igreja. No segundo artigo, Scalfari (2013b, online, tradução nossa) havia dito que, mesmo tendo sido eleito há poucos meses, o Papa Francisco estava provocando um escândalo “benéfico, tonificante, inovador”, todos os dias, pelo modo como se vestia, pelo local onde morava, por aquilo que dizia, por aquilo que decidia.

Em um gesto histórico e sem precedentes, o papa respondeu ao jornalista com uma carta aberta, publicada no mesmo jornal. Nela, o pontífice afirmou que “chegou o tempo [...] de um diálogo aberto e sem preconceitos que reabra as portas para um encontro sério e fecundo” entre a Igreja e a cultura contemporânea. Na conclusão da carta, o papa convidou o jornalista a acolher as suas reflexões “como uma tentativa de resposta, provisória mas sincera e confiante, ao convite que vislumbrei para fazermos um pedaço de estrada juntos” (FRANCISCO, 2013c, online). Neste caso, o “dispositivo-Franciscus” encontra uma atualização em uma conversa “pessoal” entre o papa e o jornalista, que se publiciza na imprensa e se exponencia em interações sociais em diversas redes comunicacionais, ganhando repercussão mundial. O papa age, inovadoramente, respondendo via carta a um jornalista abertamente ateu – ou, melhor, *interage*, porque foi Scalfari quem tomou a iniciativa de lhe escrever direta e publicamente nas páginas do seu jornal, desencadeando tais processualidades midiáticas.

Além disso, a circulação de sentidos produzidos pelo aparato midiático-corporativo, no atual estágio da mediação digital, também não ocorre de modo automático nem autônomo, mas depende, de modo cada vez mais complexo, da circulação de sentidos propriamente *social*, particularmente nos diversos ambientes digitais. Isso se explicitou, por

exemplo, ainda durante o conclave e logo após o anúncio da eleição de Francisco, por meio dos inúmeros *trending topics* (assuntos do momento) no Twitter, relacionados especificamente à pessoa do recém-eleito cardeal Bergoglio, revelando um intenso debate social em nível mundial sobre a eleição do novo papa e sobre seus diversos desdobramentos na vida social e eclesial (SBARDELOTTO, 2013).

Enquadra-se aqui também o reconhecimento feito pelo estudo *Twiplomacy*, que apontou Francisco como o líder mundial mais influente e o segundo mais seguido no Twitter em 2013, seu primeiro ano como pontífice, atrás apenas do então presidente dos Estados Unidos, Barack Obama (TWIPLOMACY, 2013). Entretanto, foi somente a partir da interação com seus seguidores que a sua “influência” (a média entre tuítes papais e retuítes dos demais usuários) e o seu “seguimento” (o número de pessoas que seguem a conta papal) puderam ser avaliados tão positivamente em nível mundial. Para além daquilo que o papa tuíta, é a interação com seus seguidores, no caso do ambiente específico do Twitter, que atualiza concretamente o “dispositivo-Franciscus”.

Nesse mesmo sentido, o “dispositivo-Franciscus” também foi acionado de modo inovador no primeiro *selfie* de um papa, que se transformou em um verdadeiro acontecimento midiático. Em agosto de 2013, três jovens italianos – Riccardo Aguiari, Guglielmo Nicolini e Martina Boiardi –, na época com 15 anos, ao se encontrarem com Francisco durante uma audiência privada no Vaticano, pediram e obtiveram um “autorretrato” com o pontífice. Esse gesto revelou uma inversão da ação comunicacional, em que o pontífice se “submete” ao rito midiático da *selfie* solicitada pelos jovens, e, por sua vez, a imagem resultante não passou por nenhum crivo dos órgãos de comunicação competentes do Vaticano, mas foi posta em circulação imediatamente pelos próprios jovens em suas redes digitais – com um Francisco “descentralizado” também do ponto de vista imagético, ocupando a lateral esquerda da foto, ao lado dos demais “jovens protagonistas” do autorretrato. Tal foto passou, em poucos segundos, a receber a atenção mundial, desdobrando complexos processos de produção social de sentido sobre o papa e o catolicismo, indo (muito) além da comunicação propriamente papal, em um fenômeno em que o próprio pontífice e até a instituição eclesial perdem o controle sobre produtos comunicacionais que lhes dizem respeito, pela ação de “leigos-amadores” midiaticamente autonomizados.

Outro exemplo nesse sentido, mas em uma modalidade “midiática” mais tradicional, apenas nos primeiros meses de seu primeiro ano de pontificado, foram os vários telefonemas diretos de Francisco – sem passar por secretários ou telefonistas do Vaticano – a pessoas comuns que lhe enviaram cartas ou cuja situação lhe comoveu, como a irmã de um empresário italiano assassinado (ELISEI, 2013), uma mulher, também italiana, que desistiu de abortar (POVOLEDO; BLIEFSKY, 2013) e uma jovem argentina vítima de estupro (PAPA..., 2013). Tudo isso só chegou à atenção da sociedade em geral por meio da ação comunicacional *das próprias pessoas envolvidas*, que decidiram publicizar midiaticamente – seja por meio de entrevistas à grande mídia, seja em postagens em suas redes digitais pessoais – aquilo que foi conversado inicialmente com o pontífice, na intimidade de um telefonema. O “dispositivo-Franciscus”, nestes casos, se atualiza como uma comunicação *sobre a comunicação papal e para além dela*, ressignificando a pessoa de Francisco e quase “subvertendo” seu papel como papa, pois agora são pessoas comuns que “dão voz pública”

à comunicação do sumo pontífice – uma comunicação igualmente “subversiva” do ponto de vista dos protocolos eclesiásticos.

Nesse sentido, a própria comunicação papal não nasce *ab ovo*, mas é marcada por uma “incidência retroativa” (BRAGA, 2017b), em que o próprio papa aciona interações a partir de respostas que pretende, espera ou receia – ou até sequer imagina, dada a indeterminação dos processos comunicacionais. O “dispositivo-Franciscus” se constitui e se organiza *em circulação* e, por outro lado, tal dispositivo pode ser entendido como um “ponto nodal da circulação” (BRAGA, 2017b, p. 53). Sob esse ponto de vista, o próprio papa é

*um enunciador enunciado dentro de um discurso que foi pré-ordenado por outros. O quanto o papa assume como seu o discurso que as várias mídias [e indivíduos midiaticizados] fazem dele é, neste ponto, um problema delicado: como ele não parece projetar, ou coordenar, estrategicamente o discurso público que outros fazem sobre ele, a força midiática desse papa reside no fim, pelo menos em parte, na defasagem entre a própria enunciação de si e a enunciação que as mídias [e, talvez até de modo mais importante, a sociedade em midiaticização] fazem dele* (POZZATO, 2017, p. 36, tradução e grifo nossos).

Em outras palavras, é possível dizer que, nos processos comunicacionais em jogo no que chamamos de “dispositivo-Franciscus”, a própria identidade do Papa Francisco

vive em uma dimensão social que é multidimensional e pluridiscursiva. Isto é, não existe uma identidade ontológica que precede à imersão, o condicionamento e a construção social que a identificam, a definem, a diferenciam das outras identidades em circulação. Por isso [...] todo sujeito é feito das práticas discursivas que lhe dizem respeito e o posicionam. [...] Se a identidade social de um sujeito é feita também pelos discursos que circulam sobre ele, então também adquirem destaque os textos em circulação que têm o papa como objeto. Certamente, não se trata da comunicação *do* papa, porque ele não é o seu responsável, mas fazem parte dos discursos que vão definir a identidade desse sujeito social (LORUSSO, 2017, p. 179, tradução nossa).

O “dispositivo-Franciscus”, portanto, não diz respeito unicamente à pessoa do papa, a seus gestos e palavras, a suas modalidades comunicativas interpessoais. Não se trata de um processo “papacêntrico”, cuja força motriz seria o Papa Francisco. Também não se trata de um processo “midiacêntrico”, que envolveria apenas as mídias vaticanas ou corporativas em geral. Trata-se, antes, de uma articulação *tensa e complexa* de ações comunicacionais e de práticas midiáticas, que retroagem sobre a própria comunicação papal, convocando-a, desdobrando-a e transformando-a, indo também “além” dela.

O “dispositivo-Franciscus”, por conseguinte, é um processo de expansão e diversificação em relação a referências interacionais já instauradas (como a comunicação papal e eclesiástica) e a circuitos mais estabelecidos (como as mídias vaticanas e corporativas), englobando-os e articulando-os com outras referências interacionais e circuitos que vão emergindo nos processos comunicacionais e midiáticos em jogo na vida social em geral

(BRAGA, 2017c). Emerge, assim, uma “trama de relações das quais o Papa Francisco é sinal – nó sensível e semântico, *produto e produtor de uma diferença que produz outra diferença*” (SEDDA, 2017, p. 49, tradução e grifo nossos).

## Conclusões

A escolha do nome papal Franciscus e a primeira aparição do pontífice foram um momento “genésico” e matricial de processos comunicacionais posteriores, articulados em torno da pessoa do pontífice, de suas palavras e gestos, mas também para além deles. Ao analisarmos a articulação entre a comunicação pessoal do Papa Francisco, a comunicação institucional da Igreja Católica, a comunicação midiático-industrial e a comunicação propriamente social em redes comunicacionais, podemos perceber elementos que apontam para a construção e circulação de sentidos no processo de mediação das sociedades e das religiões contemporâneas.

Essa complexa articulação entre as várias ações comunicacionais do Papa Francisco, sobre ele e para além dele faz emergir um dispositivo próprio, que aqui chamamos de “dispositivo-Franciscus”, entendido como um sistema abrangente, heterogêneo e complexo de relações socialmente produzido e culturalmente organizado como um dos principais eixos para a comunicação sobre o catolicismo na contemporaneidade. Francisco, pessoalmente, desencadeia um processo de comunicação que retroage sobre ele mesmo e até sobre o próprio catolicismo de modo geral – a partir de novas comunicações “sociais” em sentido amplo. Em suas diversas “encarnações” midiáticas e comunicacionais específicas, o “dispositivo-Franciscus” revela que a comunicação papal é geradora de – e também gerada por – processos sociocomunicacionais e midiáticos mais amplos e multifacetados, em complexidade crescente.

A observação de tal dispositivo evidencia que a comunicação papal, a instituição religiosa católica, o âmbito midiático-corporativo e a sociedade em geral encontram-se, todos eles, embebidos hoje por competências de organização das possibilidades de construção social de sentido sobre o catolicismo. Assim, nem o papa nem a comunicação papal podem ser consideradas como um “ponto central” para a observação das processualidades da mediação do catolicismo contemporâneo, afinal

os sujeitos são sempre sujeitos e corpos sociais – e isso é ainda mais verdadeiro para um pontífice, que é ao mesmo tempo homem individuado e encarnação da instituição, singularidade e totalidade. Os discursos *do* Papa Francisco circulam junto com os discursos *sobre* o Papa Francisco, e juntos, na sua reação recíproca, fazem sentido (LORUSSO; PEVERINI, 2017, p. 9, tradução nossa).

Por isso, é preciso complexificar o olhar, resguardando a relevância do pontífice na expressividade socioreligiosa católica, mas observando e analisando também os sentidos sociais produzidos e postos em circulação – particularmente em ambientes digitais – sobre e para além do papa. Tal processo, porém, não ocorre de modo autônomo, automático ou espontâneo, mas sim mediante a emergência de um dispositivo específico, que emerge

também de modo específico de acordo com os interagentes e as interações comunicacionais envolvidas. O “dispositivo-Franciscus”, portanto, se transforma em ponto nodal dos circuitos sociais de comunicação sobre o catolicismo contemporâneo, captando e ressignificando materiais de diferentes circuitos intra e intermediáticos, e dinamizando e direcionando novas interações e circuitos a jusante no âmbito católico (BRAGA, 2017c).

A análise do “dispositivo-Franciscus” também permite perceber algumas transformações que a mediação provoca nos processos de produção de sentido no catolicismo. Por um lado, a “potência comunicacional” daqueles primeiros gestos de Bergoglio – principalmente ao assumir o inédito nome pontifício inspirado no Pobrezinho de Assis e ao se inclinar perante aquele “outro” multitudinário à sua frente na Praça de São Pedro – caracterizou de modo particular os arranjos comunicacionais que foram se constituindo ao longo do papado. Trata-se de uma comunicação marcada por um processo constante de *descentramento*, em que a autoridade máxima da Igreja Católica passa a agir a partir do reconhecimento de que não age comunicacionalmente sozinha ou isolada nem tem o controle sobre os processos midiáticos nos quais está envolvida. Não é à toa que o papado de Francisco foi caracterizado, desde o princípio, por um convite à superação da própria “autorreferencialidade” eclesial (FRANCISCO, 2013d), com base na “convicção de que tudo está estreitamente interligado no mundo” (FRANCISCO, 2015, n. 16).

O “dispositivo-Franciscus”, portanto, explicita que os processos comunicacionais contemporâneos – até mesmo os mais institucionais, tradicionais e de autoridade como os pontifícios – não ocorrem de modo autônomo, independente e autorreferencial, mas convivem e interagem com inúmeros outros agentes e ações comunicacionais, de modo heterorreferencialmente complexo. Francisco talvez seja o primeiro papa a reconhecer que a Igreja Católica não se sustenta mais apenas com uma “*comunicação-para*”, considerando o outro apenas como um receptor apassivado de sua ação comunicacional, mas só existe e subsiste em um contexto de “*comunicação-com*”, de uma *comum-ação* com tais agentes e ações, vendo-se compelida a assumi-los como parte de seus próprios processos constituintes e instituintes.

Esse processo ressignifica não apenas os sentidos eclesialmente já estabelecidos sobre o pontífice e o papado, mas também tudo aquilo que os circunda – inclusive e principalmente o próprio catolicismo, em sua práxis pública e sua expressividade social, em complexidade crescente. Desse modo, os sentidos produzidos por tais processos manifestam predicados novos e emergentes da experiência católica contemporânea, que passa a ser incompreensível fora do caldo cultural da mediação. Os desdobramentos dessas processualidades são sempre indeterminados e imponderáveis, demandando um acurado acompanhamento, observação e análise para seu reconhecimento e sua compreensão.

## Referências

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina (Coords.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: Eduepb, 2017a. p. 17-42.



\_\_\_\_\_. Circuitos de comunicação. In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina (Coords.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: Eduepb, 2017b. p. 43-64.

\_\_\_\_\_. Suíte nº 2. In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina (Coords.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: Eduepb, 2017c. p. 137-144.

CARRANZA, Brenda. *Catolicismo midiático*. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

ELISEI, Franco. Um telefonema inesperado: “Oi, Michele, é o papa”. *Instituto Humanitas Unisinos*, 10 ago. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/upDaBM>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

FAUSTO NETO, Antônio. A igreja doméstica: estratégias televisivas de construção de novas religiosidades. *Cadernos IHU*, São Leopoldo, n. 7, 2004.

FOUCAULT, Michel. Os intelectuais e o poder – conversa entre Michel Foucault e Gilles Deleuze. In: \_\_\_\_\_. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2000. p. 69-78.

FRANCISCO. Encontro com os representantes dos meios de comunicação social. Discurso do Santo Padre Francisco. *Vatican.va*, 16 mar. 2013a. Disponível em: <<https://is.gd/Ajyswp>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

\_\_\_\_\_. Visita apostólica do Papa Francisco ao Brasil por ocasião da XXVIII Jornada Mundial da Juventude. Encontro do Santo Padre com os jornalistas durante o voo de regresso. *Vatican.va*, 28 jul. 2013b. Disponível em: <<https://is.gd/OW57u6>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

\_\_\_\_\_. Carta do Santo Padre Francisco ao director do jornal italiano “La Repubblica” Eugenio Scalfari. *Vatican.va*, 4 set. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/RSqH5L>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

GOMES, Pedro Gilberto. O processo de mediação da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. (Orgs.). *Mediação e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008. p. 17-30.

GRINDLEY, Lucas. The Advocate’s Person of the Year: Pope Francis. *Advocate.com*, 16 dez. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/w5NcbB>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

HEPP, Andreas. *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity, 2012.

HOOVER, Stewart M. *Media and Religion: White Paper from The Center for Media, Religion, and Culture*. Boulder: University of Colorado, 2008.

HORSFIELD, Peter. *From Jesus to the Internet: A History of Christianity and Media*. West Sussex: Wiley Blackwell, 2015.

LORUSSO, Anna Maria. Attraverso lo schermo: visioni papali. In: LORUSSO, Anna Maria; PEVERINI, Paolo (Curs.). *Il racconto di Francesco: la comunicazione del Papa nell'era della connessione globale*. Roma: LUISS University Press, 2017. p. 179-199.

\_\_\_\_\_; PEVERINI, Paolo. Introduzione. In: LORUSSO, Anna Maria; PEVERINI, Paolo (Curs.). *Il racconto di Francesco: la comunicazione del Papa nell'era della connessione globale*. Roma: LUISS University Press, 2017. p. 7-12.

MIÈGE, Bernard. *A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social*. São Paulo: Paulus, 2009.

MILANI, Tatiane. *Agonística expressa em circulação: o Papa Francisco como articulador de sentidos*. 2019. 159 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019.

OLING, Jociane Marchesan. *A comunicação de Papa Francisco no Instagram no contexto multicultural contemporâneo*. 2018. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

O'MALLEY, John. os papas renunciadores seriam apenas nove ou dez papas em toda a história da Igreja. *Instituto Humanitas Unisinos*, 3 mar. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/P6VkVo>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

PAPA telefona para mulher argentina que lhe relatou caso de estupro. *GI*, 28 ago. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/wYRLVJ>>. Acesso em: 10 ago. 2022

POVOLEDO, Elisabetta; BLIEFSKY, Dan. É o papa no telefone, e todo mundo está falando. *Folha de S.Paulo*, 11 set. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/b26EYM>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

POZZATO, Maria Pia. Dono e ironia. Aspetti paradossali nella comunicazione di Papa Francesco. In: LORUSSO, Anna Maria; PEVERINI, Paolo (Curs.). *Il racconto di Francesco: la comunicazione del Papa nell'era della connessione globale*. Roma: LUISS University Press, 2017. p. 23-48.

ROTHENBUHLER, Eric W. Continuities: Communicative Form and Institutionalization. In: LUNDBY, Knut (Dir.). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang Publishing, 2009. p. 277-292.

SANTOS, Jonathan Moura dos. *Não é suficiente ver, é preciso olhar: o gestual do Papa Francisco e a comunicação da Igreja Católica na contemporaneidade*. 2022. 93 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Casper Líbero, São Paulo, 2022.

SBARDELOTTO, Moisés. A comunicação do Papa Francisco. In: PUNTEL, Joana T. (Org.). *O humano na dinâmica da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2021. p. 67-106.

\_\_\_\_\_. Da religião à reconexão: novos modos de ser e fazer religiosos em tempos de mediação digital. *Paulus – Revista de Comunicação da FAPCOM*, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 71-83, jul./dez. 2018.

\_\_\_\_\_. *E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital*. São Paulo: Paulinas, 2017.

\_\_\_\_\_. O “leigo-amador” no contexto da mediação digital e a circulação do “religioso” na internet. In: FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana (Orgs.). *Redes digitais: um mundo para os amadores*. Novas relações entre mediadores, mediações e mediações. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. p. 231-256.

\_\_\_\_\_. O caso @Pontifex e a reconstrução do religioso em dispositivos conexiais. *Logos – Comunicação e Universidade*, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 57-72, jul./dez. 2013.

SCALFARI, Eugenio. Le risposte che i due Papi non danno. *La Repubblica*, 7 jul. 2013a. Disponível em: <<https://is.gd/tWeBi1>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

\_\_\_\_\_. Le domande di un non credente al papa gesuita chiamato Francesco. *La Repubblica*, 7 ago. 2013b. Disponível em: <<https://is.gd/AmPX5o>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SEDDA, Franciscu. Imprevedibile *Franciscus*. In: LORUSSO, Anna Maria; PEVERINI, Paolo (Curs.). *Il racconto di Francesco: la comunicazione del Papa nell’era della connessione globale*. Roma: LUISS University Press, 2017. p. 49-74.

SIMON, Marcello Zanluchi Surano. *Papa Francisco: uma encíclica viva de gestos e imagens*. 2019. 129 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2019.

TWIPLOMACY. *Twiplomacy Study 2013*. [S.l.], 23 jun. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/HF9jE1>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

VERÓN, Eliseo. Teoria da mediação: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *MATRIZES*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.

\_\_\_\_\_. La mediatización, ayer y hoy. CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (Coomps.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 9-15.

VIGANÒ, Dario Edoardo. *Irmãos e irmãs, boa noite! O Papa Francisco e a nova comunicação da Igreja*. Petrópolis: Vozes, 2017.

VINTE e dois papas renunciaram ou foram obrigados a isso antes de Bento 16. *UOL*, 15 fev. 2013. Disponível em: <<https://is.gd/OHWutf>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

ZAVATTARO, Fabio. *Stile Bergoglio, effetto Francesco: i segreti di un successo*. Cinisello Balsamo: San Paolo, 2014.

**Moisés Sbardelotto**

Professor da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e membro do Núcleo de Estudos em Teologia e Comunicação (Nect/PUC Minas).