



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS

BIG DATA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Eduardo Batista de Lima

Jorge de Freitas Neto

Júlia Neres Aguiar

Victor Castro Silva

Orientadores: Prof. Gustavo Vinhal e Prof. José Ricardo

Relatório Técnico: Religiões nas Mídias Sociais

PROJETO INTEGRADOR V-B

SUMÁRIO

I. INTRODUÇÃO-----	3
II. PROPÓSITO DO PROJETO-----	3
III. ORGANIZAÇÃO-----	3
IV. AÇÕES DESENVOLVIDAS-----	4
V. MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS-----	4
VI. RESULTADOS OBTIDOS-----	5
VII. CONCLUSÃO CRÍTICA-----	5
VIII. REFERÊNCIAS-----	6

I. INTRODUÇÃO

A Igreja Católica, uma das instituições mais antigas e influentes da história, tem enfrentado o desafio de se adaptar às mudanças da era digital. Desde o início do século XXI, as mídias sociais transformaram a maneira como as pessoas se comunicam, consomem informações e participam da vida em comunidade. Nesse contexto, o Vaticano abraçou as redes sociais como uma oportunidade estratégica para expandir sua missão de evangelização e fortalecer sua conexão com os fiéis.

Com o Papa Francisco como figura central, a Igreja Católica utiliza plataformas como X, Instagram e YouTube para disseminar mensagens espirituais, promover valores cristãos e engajar diferentes públicos ao redor do mundo. Este relatório busca explorar como essa presença digital é estruturada, quais ações são desenvolvidas, os resultados alcançados e os desafios enfrentados nesse processo de comunicação global.

II. PROPÓSITO DO PROJETO

A presença do Vaticano e da Igreja Católica nas mídias sociais reflete um esforço consciente de atender às demandas de um mundo cada vez mais conectado. A principal missão da Igreja sempre foi levar a mensagem do Evangelho a todas as nações, e as redes sociais oferecem um ambiente ideal para alcançar pessoas de diferentes culturas, línguas e idades.

Além da evangelização, as plataformas digitais permitem:

1. Promover reflexões sobre temas teológicos e sociais.
2. Unir comunidades em torno de causas humanitárias.
3. Oferecer suporte espiritual em tempos de crise, como durante a pandemia da COVID-19, quando as redes sociais foram usadas para transmitir missas e orações ao vivo.
4. Esse propósito é sustentado por uma visão de inovação pastoral, na qual a tecnologia é vista como um meio de conectar a fé com a vida cotidiana das pessoas.

III. ORGANIZAÇÃO

A presença digital do Vaticano é coordenada por diferentes equipes e instituições:

Papa Francisco: Como líder da Igreja Católica, o Papa é a principal figura pública nas redes sociais. Suas mensagens diárias no X (@Pontifex) e Instagram (@Franciscus) abordam temas como esperança, solidariedade e justiça social. Ele escreve em nove línguas, incluindo português, para alcançar o maior número possível de fiéis.



Perfil do Papa Francisco no X



Perfil do Papa Francisco no Instagram

Vatican Media: Essa organização é responsável por gerenciar os canais oficiais do Vaticano, incluindo transmissões ao vivo, produções de vídeos e a criação de conteúdos para o Vatican News.



Canal no Youtube Vatican News

Conferências Episcopais e Dioceses Locais: As igrejas regionais também utilizam redes sociais para engajar comunidades locais, compartilhando eventos, reflexões e iniciativas específicas.

Parcerias com Jovens: Em eventos como o Dia Mundial da Juventude, a Igreja incentiva jovens a se tornarem embaixadores digitais, criando conteúdo e mobilizando seguidores.

IV. AÇÕES DESENVOLVIDAS

O Vaticano realiza uma ampla gama de atividades para alcançar seus objetivos:

Publicação de Mensagens Religiosas

As mensagens do Papa Francisco no X alcançam milhões de pessoas diariamente, oferecendo reflexões curtas, acessíveis e relevantes. O Instagram, por sua vez, combina imagens simbólicas, como momentos de oração e celebrações litúrgicas, com mensagens de fé.

Transmissões ao Vivo

As missas do Papa, o Angelus dominical e eventos globais como o Natal e a Páscoa são transmitidos pelo YouTube e Facebook, permitindo que fiéis do mundo todo participem virtualmente.

Campanhas Específicas

Durante o Mês Missionário, o Vaticano utiliza as redes sociais para compartilhar histórias de missionários ao redor do mundo, inspirando doações e apoio às comunidades carentes.

Educação e Reflexão

O canal Vatican News oferece vídeos explicativos sobre temas como as encíclicas papais, o significado de celebrações litúrgicas e a história da Igreja.

Respostas a Crises

Durante a pandemia, a Igreja usou as redes sociais para promover esperança e resiliência, transmitindo missas virtuais e mensagens de conforto.

Criação de uma Mascote Digital

Como parte das estratégias para alcançar jovens e criar maior identificação com o público digital, o Vaticano lançou "Luce", uma mascote virtual. Luce é utilizada em campanhas específicas, animações educativas e postagens interativas nas redes sociais. A mascote busca transmitir mensagens de fé de maneira lúdica e acessível, promovendo valores cristãos em um formato atrativo para a geração Z.



Mascote “Luce” do ano Santo da Igreja Católica para 2025

V. MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS

A escolha das plataformas digitais é estratégica para atingir diferentes públicos:

X: Com mais de 18 milhões de seguidores, o Papa Francisco usa a plataforma para mensagens curtas e acessíveis.

Instagram: Voltado para jovens e pessoas visuais, o perfil oficial apresenta um tom mais emocional.

YouTube: Transmissões ao vivo e vídeos educativos promovem a inclusão de fiéis que não podem comparecer presencialmente.

Facebook: Grupos regionais usam a plataforma para organizar eventos locais e manter a comunidade conectada.

TikTok: Algumas dioceses têm explorado a plataforma para alcançar a geração Z.

VI. RESULTADOS OBTIDOS

A presença digital do Vaticano tem gerado resultados notáveis, tanto quantitativos quanto qualitativos. Com mais de 18 milhões de seguidores no X, o Papa Francisco se posiciona como uma das figuras religiosas mais influentes na plataforma, utilizando mensagens simples, mas profundamente reflexivas, para alcançar pessoas de diferentes culturas e idiomas. No Instagram, a combinação de imagens simbólicas e mensagens espirituais tem atraído especialmente jovens, reforçando o vínculo com uma geração que muitas vezes está distante de práticas religiosas tradicionais. As transmissões ao vivo no YouTube, como as missas papais e celebrações litúrgicas, proporcionam inclusão a fiéis em áreas remotas, permitindo que participem de eventos globais em tempo real. Além disso, campanhas como o Dia Mundial da Juventude e ações de caridade promovidas nas redes mobilizam milhões de pessoas em torno de valores cristãos,

gerando impacto social significativo e incentivando a solidariedade. No campo educativo, vídeos explicativos e reflexões compartilhados no Vatican News têm ajudado a esclarecer temas teológicos, promovendo maior entendimento da doutrina católica e fortalecendo a relação entre fé e prática cotidiana. Esses resultados evidenciam o sucesso da Igreja em adaptar sua missão à era digital, utilizando as mídias sociais não apenas para evangelizar, mas também para fomentar uma comunidade global conectada por valores cristãos.

VII. CONCLUSÃO CRÍTICA

A presença do Vaticano nas mídias sociais demonstra o potencial de uma instituição tradicional em se adaptar às exigências do mundo moderno. A eficácia dessas ações é evidente, mas os desafios permanecem. Por exemplo:

Desinformação: A Igreja enfrenta dificuldades para combater notícias falsas e interpretações equivocadas.

Engajamento Sustentável: Atrair a atenção em um ambiente saturado de conteúdos exige inovação constante.

Barreiras Culturais: Algumas culturas resistem à digitalização da fé.

Apesar desses desafios, o impacto positivo é inegável. A Igreja Católica mostra que as mídias sociais são mais do que uma ferramenta de comunicação: são um novo espaço para evangelização, inclusão e mobilização global.

VIII. REFERÊNCIAS

BOFF, Leonardo. Saber cuidar: ética do humano, compaixão pela Terra. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

CROATTO, Severino. Linguagens da experiência religiosa. São Paulo: Paulinas, 2010.

LEMOS, Carolina Teles; AMADO, Wolmir Terezio. Concepções e uso da mídia na Igreja Católica. *Pesquisas em Teologia*, v. 28, n. 3, p. 99-115, 2020.

VATICAN NEWS. Vatican News: A missão do Papa nas mídias sociais. Disponível em: <https://www.vaticannews.va>. Acesso em: 3 dez. 2024.

X OFICIAL DO PAPA FRANCISCO. Perfil oficial do Papa Francisco no X. Disponível em: <https://X.com/Pontifex>. Acesso em: 3 dez. 2024.

