



## SEÇÃO: DOSSIÊ – INFLUENCIADORES DIGITAIS CATÓLICOS

## Celebrização clerical e teologia da levianização: uma análise comunicacional pastoral da influência digital religiosa

*Clerical celebrization and theology of frivolization: a pastoral communicational analysis of digital religious influence*

*Celebrización clerical y teología de la livianización: un análisis comunicacional pastoral de la influencia religiosa digital*

**Moisés Sbardelotto<sup>1</sup>**

[orcid.org/0000-0001-9660-8894](https://orcid.org/0000-0001-9660-8894)

[moises@pucminas.br](mailto:moises@pucminas.br)

**Recebido em:** 10 nov. 2023.

**Aprovado em:** 31 dez. 2023.

**Publicado em:** 10 jul. 2024.

**Resumo:** O artigo analisa a atuação digital do Pe. Patrick Fernandes, que passou de mero “pároco de aldeia” do interior do Pará, no Brasil, a “macroinfluenciador digital”, alcançando milhões de seguidores no Instagram em poucas semanas ao longo de 2021. Busca-se apontar as principais causas e consequências socioeclesiais desse processo. Primeiramente, apresentam-se alguns elementos teóricos sobre o fenômeno da influência digital, particularmente religiosa. Em seguida, analisam-se a pessoa/*persona*, performance e conteúdo digitais do presbítero, a fim de compreender como emergiram e se manifestam suas práticas comunicativas. Articulam-se, em seguida, algumas reflexões comunicacionais pastorais sobre a influência digital do Pe. Patrick. Com isso, em conclusão, busca-se apreender alguns limites e possibilidades da influência digital católica para a práxis eclesial contemporânea.

**Palavras-chave:** Celebrificação clerical. Teologia da levianização. Influência digital religiosa. Influenciadores digitais da fé.

**Abstract:** The article analyzes the digital performance of Father Patrick Fernandes, who went from being a mere “country priest” from the interior of Pará, in Brazil, to a “digital macro-influencer”, reaching millions of followers on Instagram in just a few weeks throughout 2021. The text tries to point out the main socio-ecclesial causes and consequences of this process. Firstly, some theoretical elements are presented about the phenomenon of digital influence, particularly religious influence. Then, the person/*persona*, digital performance, and content of the priest are analyzed in order to understand how his communicative practices emerged and manifested themselves. Next, some pastoral communicational reflections on Father Patrick’s digital influence are articulated. In conclusion, the paper seeks to understand some limits and possibilities of Catholic digital influence for contemporary ecclesiastical praxis.

**Keywords:** Clerical celebrification. Theology of frivolization. Religious digital influence. Digital influencers of faith.

**Resumen:** El artículo analiza la actuación digital del padre Patrick Fernandes, quien pasó de ser un simple “cura rural” del interior de Pará, en Brasil, a un “macroinfluencer digital”, alcanzando millones de seguidores en Instagram en apenas algunas semanas a lo largo de 2021. El objetivo es señalar las principales causas y consecuencias socioeclesiales de este proceso. En primer lugar, se presentan algunos elementos teóricos sobre el fenómeno de la influencia digital, particularmente la influencia religiosa. A continuación, se analiza la persona, la actuación y el contenido digitales del presbítero para comprender cómo surgieron y se manifiestan sus prácticas comunicativas. A continuación, se articulan algunas reflexiones comunicacionales pastorales sobre la influencia digital del Padre Patrick. Con esto, en fin, como conclusión, se busca comprender algunos



<sup>1</sup> Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.

límites y posibilidades de la influencia digital católica para la praxis eclesial contemporánea.

**Palabras clave:** Celebrificación clerical. Teología de la livianización. Influencia digital religiosa. Influencers digitales de la fe.

## Introdução

Minha paróquia é uma paróquia como todas as outras. Todas as paróquias se parecem. [...] Minha paróquia é devorada pelo tédio, essa é a palavra certa. Como todas as outras paróquias. O tédio a devora diante de nossos olhos e não há nada que possamos fazer. [...] Nunca havia sentido tão cruelmente sua solidão, e a minha... (Georges Bernanos, *Diário de um pároco de aldeia*).

Durante a pandemia da covid-19, a busca de sentido e de explicações para o que estava acontecendo foi algo que marcou a vida de grande parte das pessoas. Essa realidade também afetou grande parte do clero, especialmente no Brasil. É nesse contexto que emerge a experiência digital do padre Patrick Fernandes.

Assim como no romance de Georges Bernanos (1999)<sup>2</sup>, em um misto de questões pessoais e religiosas que pediam uma resignificação em uma conjuntura pandêmica desafiadora, Fernandes encontrou nos ambientes digitais uma forma de resignificar o "tédio" da vida paroquial e a "solidão" do confinamento pandêmico, que se somavam a um quadro pessoal de depressão. Com isso, em uma ascensão meteórica nas métricas das plataformas digitais<sup>3</sup>, esse presbítero de Parauapebas, no Pará, passou de mero "pároco de aldeia" a "macroinfluenciador digital", alcançando milhões de seguidores no Instagram em poucas semanas ao longo de 2021. Até então pouco conhecido, inclusive regionalmente, Fernandes experimentou um processo de celebrificação pessoal (*celebrification*) em meio a um macro-processo de celebrização clerical (*celebritization*) na contemporaneidade (Driessens, 2013), tornando-se uma verdadeira celebridade da internet,

chegando a ser eleito por voto popular um dos 10 melhores e mais relevantes "influenciadores de religião" do Brasil em 2022, segundo o prêmio iBest (Influenciador [...], 2022). Mas não só isso: das plataformas digitais, ele passou para as páginas dos jornais, para as telas da TV e também para os palcos dos teatros.

Pe. Patrick começou a construir sua trajetória de influência digital, principalmente no Instagram, em sua conta pessoal criada em 2017, que somava mais de 6,1 milhões de seguidores até o momento em que este texto foi finalizado<sup>4</sup>. É no Instagram que o padre abre semanalmente – às segundas-feiras, no tradicional "dia de folga" dos padres – a chamada "caixinha de perguntas", que o tornou famoso nas redes digitais. Nela, o presbítero convida seus seguidores a enviarem questões, às quais ele responde por meio de vídeos gravados em primeira pessoa e publicados nos *stories*, um tipo de postagem no Instagram que desaparece 24 horas após sua publicação e não fica automaticamente gravada em seu perfil público.

Cada pergunta de seus seguidores rende um *story* de resposta; ou seja, independentemente da profundidade do tema abordado, o padre elabora uma reflexão que dura nada mais do que 15 segundos. Suas falas são improvisadas, sem cuidados maiores para evitar a exposição de pensamentos lacunares, frases desconexas ou expressões mais fortes e questionáveis em relação a um certo imaginário religioso. Não há uma grande preocupação com uma argumentação teológica ou canonicamente coerente, mas, sim, a busca do impacto principalmente por meio do humor e da irreverência. Trata-se de um formato comunicacional "popular" a fim de ser "popularizado".

Ele também está presente no YouTube<sup>5</sup> desde fevereiro de 2018, somando – até a finalização deste texto – mais de 260 mil inscritos e 6,3

<sup>2</sup> O romance *Diário de um pároco de aldeia* (no original em francês, *Journal d'un curé de campagne*) recebeu o *Grand prix du roman de l'Académie française* de 1936, ano de sua publicação.

<sup>3</sup> Métrica digital é uma medida quantificável que serve para analisar os resultados das ações em plataformas digitais, como, por exemplo, número de publicações, seguidores, curtidas, comentários, compartilhamentos etc.

<sup>4</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/padre\\_patrick](https://www.instagram.com/padre_patrick). Acesso em: 28 maio 2024.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/PadrePatrickFernandes>. Acesso em: 28 maio 2024.

milhões de visualizações no total. No TikTok<sup>6</sup>, o padre atua desde 2021, somando 2,6 milhões de seguidores e mais de 30,1 milhões de curtidas no total. Fernandes também tem uma conta no Facebook<sup>7</sup>, com números bem inferiores, voltada mais para a vida de sua paróquia no interior do Pará.

Como se percebe, Fernandes é um caso relevante dentro de um fenômeno mais amplo de influência digital religiosa, mais especificamente católica. Nesse fenômeno, destaca-se a atuação de numerosos outros clérigos. A começar pelo próprio Papa Francisco, que também tem sua conta no Instagram, com mais de 9,3 milhões de seguidores até a finalização deste texto<sup>8</sup>. No catolicismo brasileiro, entre os influenciadores digitais mais seguidos nas plataformas digitais, também se encontram majoritariamente padres, como, por exemplo, o Pe. Fábio de Melo (com mais de 26 milhões de seguidores no Instagram), Pe. Marcelo Rossi (+9,5 milhões) e o Pe. Reginaldo Manzotti (+5,5 milhões), entre inúmeros outros.

A partir desse contexto, analisaremos aqui a atuação digital do Pe. Patrick Fernandes ao longo de 2021, ano de sua ascensão a macroinfluenciador, buscando apontar suas principais causas e suas consequências socioeclesiais. Primeiramente, apresentaremos alguns elementos teóricos sobre o fenômeno da influência digital, particularmente religiosa. Em seguida, conforme método construído coletivamente para a macropesquisa da qual este estudo faz parte (Medeiros *et al.*, 2024), dos quatro ângulos principais de observação desse fenômeno – a saber, pessoa/*persona*, performance, conteúdo e interação – analisaremos os três primeiros, que nos permitirão compreender alguns elementos de como emergiu e se manifesta a atuação digital do Pe. Patrick.

Muitos dos *stories* antigos do Pe. Patrick "sumiram" de sua conta no Instagram, dada a efemeridade das publicações. Entretanto, a partir de 2021, a conta passou a postar na Galeria diversas

*compilações de stories*, que, assim, permanecem disponíveis até hoje. Com base nisso, uma parte do nosso *corpus* principal é formado pelas compilações publicadas em 2021. Ao longo desse ano, foram publicadas 17 postagens de compilações de *stories*, contendo, cada um, de quatro a sete *stories*. No total, foram coletados 95 *stories*, dos quais 93 foram analisados, pois dois deles, presentes na compilação publicada em 17 de novembro de 2021, já haviam sido postados em compilações anteriores. Recorremos também a reportagens e a entrevistas jornalísticas com o presbítero, e a alguns vídeos publicados em sua conta no YouTube, nos quais ele reflete sobre sua atuação digital.

Com base em nossas análises, articularemos em seguida algumas reflexões comunicacionais pastorais sobre a influência digital do Pe. Patrick, buscando devolver o caso específico ao complexo fluxo dos diversos processos midiáticos e religiosos em jogo. "Extrapolando" o caso, em vista do entendimento do fenômeno mais amplo, poderemos apreender, em conclusão, alguns limites e possibilidades da influência digital católica para a práxis eclesial contemporânea.

### 1 Influenciadores digitais da fé: breve contextualização teórica

"Influência", em seu sentido mais básico, é a ação de uma pessoa sobre outra (*in + fluir*), o que também envolve persuasão e convencimento. Como apontam Primo, Matos e Monteiro (2021), nem toda pessoa que produz e publica conteúdo na internet é um influenciador digital. Influenciadores digitais, segundo as autoras, são aqueles produtores de conteúdo digital que "atraem a admiração de suas audiências – fiéis e crescentes – por suas performances e especialidades. O apreço conquistado lhes confere um potencial persuasivo" (Primo; Matos; Monteiro, 2021, p. 11). Com isso, conseguem mobilizar seus seguidores, pautando opiniões e atitudes sobre diversos aspectos da vida. Um influenciador digital, em

<sup>6</sup> Disponível em: [https://www.tiktok.com/@padre\\_patrick](https://www.tiktok.com/@padre_patrick). Acesso em: 28 maio 2024.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/padrepatrik>. Acesso em: 28 maio 2024.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/franciscus>. Acesso em: 28 maio 2024.

geral, também passa por um processo de profissionalização de sua produção de conteúdo digital em múltiplas plataformas, buscando aumentar e "engajar" cada vez mais suas audiências, a fim de monetizar suas publicações, mediante a veiculação de publicidade e a comercialização de produtos.

É importante ressaltar, porém, que o diferencial de um influenciador digital não é apenas quantitativo. Abidin (2021), por exemplo, analisa os chamados influenciadores *minoritários*. Ou seja, influenciadores que exercem sua influência "na busca por justiça social, na circulação de diferentes pautas civis e no compartilhamento de pensamentos e vivências de quem, de fato, faz parte de minorias sociais" (Abidin, 2021, p. 295). Atuando em nichos, podem até somar poucos seguidores, mas, mesmo como micro ou até nanoinfluenciadores, notabilizam-se por sua luta por justiça social e/ou por seu próprio pertencimento a grupos minoritários em busca de reconhecimento e promoção de pautas sociais. Como a própria Igreja também reconhece, "cada cristão é um *microinfluencer*. Cada cristão deveria estar ciente da sua influência potencial, seja qual for o número de seguidores que tiver" (Dicastério para a Comunicação, 2023, n. 74).

De modo geral, portanto, existem vários tipos de influência e também vários tipos de influenciadores. Por isso, é preciso evitar uma visão linear e causal da chamada influência digital dentro dos complexos processos comunicacionais contemporâneos, particularmente em redes digitais. A influência constitui-se em uma "rede de relações", em uma "rede de influências", em que estas, no fundo, são recíprocas e inter-retroativas: os influenciadores também são "influenciados" por alguém, muitas vezes até por seus próprios seguidores, a fim de manterem sua visibilidade e audiência. Por outro lado, pode-se falar inclusive de uma "influência reversa", isto é, aquela que desperta o *contrário* do que se propõe ou até reforça convicções *contrárias* às defendidas pelo suposto "influenciador".

Portanto, não há influenciadores e influenciados (ou influenciáveis) pré-determinados e

imutáveis: esses papéis são móveis e comutáveis. Nesse sentido, "influenciador" e "influenciado" só existem reciprocamente, constituindo-se mutuamente mediante a dinâmica da circulação comunicacional (Sbardelotto, 2018). Embora seja possível identificar sujeitos que desempenham papéis de "influenciador" e "influenciado" em uma dada interação em rede, é preciso reconhecer que tais papéis existem apenas *local e conjuntamente*, podendo se inverter ou se alternar com outros interagentes de modo comutável em outra dada interação.

Por isso, preferimos falar aqui de um *processo de influência digital religiosa*, entendido, de modo geral, como uma rede de influências recíprocas, que envolvem interações, negociações, tensões e disputas de poder simbólico em redes digitais sobre a tomada de decisão acerca de opiniões e atitudes pessoais ou comunitárias relacionadas a crenças, doutrinas e valores religiosos. Esse processo traz consequências para o entendimento e a prática das religiões e das religiosidades, particularmente no âmbito cristão católico e neopentecostal (Abreu, 2023; Bretones; Silva, 2022; Cavalcante, 2020; Moreira; Medrado, 2018; Ortunes, 2018; Souza; Pereira, 2019).

No caso religioso, de modo geral, os influenciadores digitais são pessoas com ou sem vinculação religiosa institucional, com ou sem formação teológica, que produzem conteúdos em rede sobre a fé, alcançando midiaticamente um nível de reconhecimento e credibilidade social à altura das autoridades religiosas institucionalmente legitimadas, tornando-se, assim, referências midiáticas socialmente reconhecidas no âmbito religioso. Dada a sua capacidade de conexão com uma quantidade significativa de pessoas, os influenciadores digitais da fé atravessam fronteiras geográficas e culturais, compartilhando conteúdos que podem afetar a vida de seus seguidores, indo muito além do âmbito da religião e da espiritualidade.

A prática dos influenciadores e influenciadoras digitais católicos também levanta questões importantes sobre as noções de autoridade e de comunidade dentro da tradição eclesial ca-

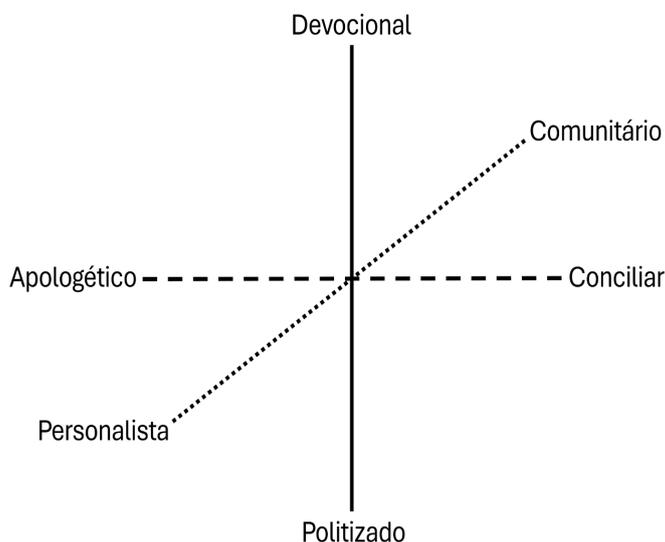
tólica. Para muitos fiéis hoje, tais influenciadores constituem “bolhas eclesiais” que alimentam um “magistério paralelo” ou até mesmo abertamente contrário às autoridades eclesiais. Seja padre ou leigo, são tais influenciadores que, até certo ponto, passam a moldar a fé cristã de suas centenas, milhares ou milhões de seguidores. Para muitos fiéis, a palavra de um influenciador ou influenciadora da fé passa a ter mais peso do que a do bispo de sua diocese e até a do papa.

Em casos extremos, alguns influenciadores digitais católicos podem fazer parte daquilo que o próprio Papa Francisco chamou de “redes de violência verbal através da internet”, nas quais “é possível ultrapassar os limites, tolerando-se a difamação e a calúnia e parecendo excluir qualquer ética e respeito pela fama alheia” (*Gaudete et exsultate*, n. 115). De modo agressivo e violento, tais sujeitos operam, mediante a comunicação em rede, uma excomunhão digital (do latim *ex-*

*comunicatio*) de supostos “hereges”, ou seja, de todas aquelas pessoas que se desviam de um certo imaginário eclesial (incluindo o próprio papa). Para isso, fazem uma *excomunicação*, uma comunicação de que a comunicação alheia *deve cessar ou não deveria nem existir*. Trata-se de uma comunicação voltada ao silenciamento ou ao aniquilamento de outra comunicação, para que o discurso próprio se torne único e dominante (Sbardelotto, 2020).

De modo geral, a partir dessa contextualização e de nossas observações, é possível indicar uma proposta de tipologia (em construção) dos influenciadores digitais da fé, particularmente no âmbito do catolicismo. Entre os vários tipos de presenças digitais católicas, encontramos algumas polaridades que remetem a estilos diferentes de influência digital católica no que diz respeito à diversidade de performances e conteúdos acionados de modo geral (Figura 1).

**Figura 1** – Tipologia (em construção) de influenciadores digitais católicos



**Fonte:** Elaborada pelo autor (2024).

O diagrama busca representar tais polos, intercalando três eixos (vertical, horizontal e transversal), que dizem respeito, respectivamente, a modos diferentes de se relacionar com o “Outro” (as realidades divinas), o “outro” (as pessoas e o mundo em geral) e o próprio “eu” (Sbardelotto, 2012). Entendidas como polaridades, tais tipologias não são excludentes, podendo ser encontra-

das com maior ou menor ênfase (ou até mesmo mescladas) em um mesmo influenciador digital católico, assim como em uma dada postagem específica.

Chamamos de “devocionais” aqueles influenciadores digitais que falam mais das questões ligadas ao “divino” e à relação entre o fiel e Deus, por exemplo, mediante a produção de conteúdos

com reflexões espirituais e voltados à prática da oração e à devoção aos santos. Em contraposição, há presenças mais "politizadas", que abordam temáticas mais ligadas à *pólis*, isto é, à realidade sociocultural e político-econômica local e mundial.

Por outro lado, há influenciadores digitais mais "apologéticos", isto é, que buscam promover em seus conteúdos uma defesa argumentativa e racional das doutrinas religiosas, assumindo um posicionamento teoclesiológico de "fechamento ao mundo", muitas vezes opondo-se frontalmente ao Concílio Ecumênico Vaticano II (assim como, atualmente, ao magistério do Papa Francisco). Outros são mais "conciliares", dialogando mais abertamente com as questões da realidade contemporânea e buscando uma "conciliação" com esta, assumindo, assim, uma presença mais pastoral e menos doutrinal nas redes, muitas vezes baseada nos documentos do Vaticano II e do atual pontificado do Papa Francisco.

Por fim, alguns influenciadores digitais da fé destacam-se por uma presença mais "personalista", falando frequentemente mais de seu próprio "eu", deles mesmos como indivíduos e de suas vidas pessoais. Já outros, em vez disso, têm uma performance mais "comunitária", falando mais do "nós" eclesial, coletivo e/ou social, envolvendo outras pessoas e realidades em seus conteúdos e performances.

Essa diversidade de estilos de influência digital da fé, compreendida aqui a partir das polaridades mencionadas, reflete alguns aspectos da complexidade das expressões religiosas na era digital e da natureza multifacetada da religião em mediatização. É importante ressaltar ainda que a relevância desses influenciadores digitais varia de acordo com a necessidade e a preferência de seus seguidores. Alguns destes podem buscar orientação espiritual, enquanto outros podem estar mais interessados em como a fé se relaciona com questões sociais e políticas. A diversidade de abordagens permite que as pessoas encontrem

influenciadores que ressoem com suas próprias necessidades, crenças e convicções, passando a segui-los e deixando-se influenciar por eles.

Com base em tais elementos, analisaremos agora a atuação do Pe. Patrick como um dos maiores influenciadores digitais católicos no Brasil, a partir dos três ângulos principais acima mencionados, a saber, *pessoa/persona*, performance e conteúdo.

## 2 "Eu sou um padre acessível": a *pessoa/persona* de Patrick Fernandes

Quem é Patrick Fernandes? Algumas manchetes jornalísticas ajudam a apresentá-lo: "padre biscoiteiro" (Pompeu, 2020), "conselheiro do amor" (Fernandes, 2021f), "padre influenciador" (Padre [...], 2021). A partir de tais adjetivos, podemos ter uma ideia da *persona* que Fernandes criou ao longo do tempo e do imaginário social que foi se formando em torno do presbítero.

Patrick Fernandes da Costa nasceu no Espírito Santo, em 1987, e ainda na infância mudou-se para o Pará. Aos 18 anos, fez um retiro espiritual de três dias. Para o padre, esse encontro "foi transformador. Mudou minha vida, assim, completamente. Foi um divisor de águas" (Fernandes, 2022c). Segundo ele, "saí de lá com vontade de fazer algo para que mais gente sentisse a leveza que tinha tomado conta de mim" (Fernandes, 2022b). Logo depois, entrou no seminário<sup>9</sup>. Foi ordenado padre na Diocese de Marabá em 2013, com a idade mínima obrigatória de 25 anos. Um mês depois de sua ordenação, assumiu a Paróquia de São Sebastião, em Parauapebas, no interior do Pará, onde morava até o momento da finalização deste texto.

No fim de 2019, a vida de Fernandes passou por uma reviravolta, com a experiência de uma depressão profunda. Após reconhecer que precisava de ajuda, ficou um tempo afastado das obrigações clericais e começou um tratamento médico. Em março de 2020, retornou a Parauapebas, com a intenção de retomar a vida

<sup>9</sup> Em outra entrevista, o padre revela um bastidor dessa sua decisão vocacional: "Quando eu fui fazer um retiro, eu tinha uma namorada na escola, e ela terminou comigo por mensagem, e eu lá no encontro, no retiro. Fiquei tão desiludido, já que nada dá certo, vou ser padre" (Fernandes, 2021 *apud* Bastos, 2021).

como pároco. Mas, então, veio a pandemia da covid-19, e a paróquia teve que se fechar devido ao confinamento. Com isso, Pe. Patrick decidiu criar mais conteúdos para o Instagram. Até março de 2020, o padre tinha em torno de 1.500 seguidores nessa plataforma (Fernandes, 2022a). Ele decidiu começar uma conversa com seus paroquianos por meio de uma "caixinha de perguntas". Na primeira vez, escreveu apenas "vamos conversar" e recebeu certa de 20 mensagens de pessoas da região. Gostando da ideia, passou a fazer isso semanalmente. Começou a perceber, então, que as pessoas se interessavam muito mais pelos *stories* em que fazia piada e falava coisas engraçadas sobre assuntos diversos, particularmente o casamento. "Quando eu falava alguma coisa muito séria, não dava tanta repercussão. E aí eu comecei a fazer um compilado das mais vistas da semana. Isso começou a se espalhar cada vez mais" (Fernandes, 2022a, 7min).

Com essa produção de conteúdos mais constante na internet, as publicações foram chegando a mais pessoas e atraindo mais seguidores. Particularmente uma dessas postagens foi o estopim para um primeiro salto no número de seguidores, quando, em uma das "caixinhas de perguntas", alguém o questionou se tatuagem era pecado. O padre se posicionou dizendo que não, pois o pecado de verdade está dentro das pessoas, e não fora deles (Fernandes, 2022a). Essa resposta foi muito compartilhada, o que fez com que seu número de seguidores passasse para mais de 10 mil, chegando até a receber convites para fazer publicidade.

Em agosto de 2020, Pe. Patrick despontou regionalmente a partir de uma notícia publicada no *Correio de Carajás*, jornal com sede em Marabá, no Pará, a 168 km da paróquia de Fernandes. Na manchete, o presbítero era apresentado como "o padre 'biscoiteiro' de Parauapebas que está bombando no Instagram". Ainda segundo a matéria, o padre seria "uma espécie de 'biscoiteiro' do bem", já que, por meio de suas postagens, "leva

os seguidores a refletirem na Palavra de Deus". Na época, o presbítero já era considerado pelo jornal como um "fenômeno no Instagram", com seus quase 40 mil seguidores (Pompeu, 2020)<sup>10</sup>.

Em julho de 2021, Pe. Patrick alcançou a marca de 500 mil seguidores no Instagram. Nessa data, fez uma postagem agradecendo a seus seguidores. Na legenda da postagem, dentre outras coisas, o presbítero escreve:

Algumas pessoas estranham essa *forma irreverente de ministrar o evangelho* e, acreditem, já li coisas pesadíssimas. [...] Você pode ter caído aqui de paraquedas, buscando um sorriso, uma palavra de conforto ou até mesmo um influenciador a mais para seguir, o que não pode é você sair sem uma palavra de luz, uma benção ou um consolo, e é por isso que continuo aqui (Fernandes, 2021a, grifo nosso).

Poucos dias depois, ainda em julho de 2021, Pe. Patrick alcançou a marca de um milhão de seguidores. Um mês depois, em agosto de 2021, seus seguidores já eram mais de três milhões. Naqueles mesmos dias, o presbítero foi contratado pela Non Stop, que se apresenta como "a maior agência de influenciadores da América Latina"<sup>11</sup>.

Como outro sinal dessa escalada midiática e do processo de celebrificação de Fernandes, poucas semanas depois, no dia 3 de setembro de 2021, o padre foi convidado ao programa *Encontro com Fátima Bernardes*, da Rede Globo. Poucos meses depois, em novembro de 2021, alcançou quatro milhões de seguidores no Instagram. No ano seguinte, no dia 29 de julho de 2022, o padre chegou aos cinco milhões de seguidores. Até a finalização deste texto, o presbítero já tinha ultrapassado a marca dos seis milhões.

Em poucos meses ao longo de 2021, portanto, a conta do Pe. Patrick no Instagram deu um salto gigantesco no número de seguidores, passando de poucos milhares para a casa dos milhões. O presbítero, porém, afirma que nunca teve a pretensão de se tornar um fenômeno digital.

Foi acontecendo de uma forma que eu não esperava. Eu acho que a internet é um campo

<sup>10</sup> "Biscoiteiro", como a própria reportagem explica, é "uma referência de quando damos biscoito ou petisco para os cães quando eles fazem algo corretamente. Assim você 'dá um biscoito' para quem faz algo certo no intuito de elogiar alguém nas redes sociais".

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/nonstopproducoes/>. Acesso em: 28 maio 2024.

muito aberto de evangelizar também, de se aproximar das pessoas, de maneira especial o público jovem [...] a gente precisa viver esse momento onde a internet ocupa esse espaço importante na sociedade. Acho que por isso que tantos padres e religiosos estejam dando tanta atenção a ela (Fernandes, 2021e).

Entretanto, afirma: "Não sou um *digital influencer*, sou um padre. Um padre que talvez esteja ganhando uma notoriedade por causa das redes sociais" (Fernandes, 2021c). Segundo ele, um "padre inacessível não é uma imagem do que é ideal" (Fernandes, 2021f). "O fato de eu ser padre, fez com que as pessoas me olhassem de forma diferente. Eu quis mostrar a palavra de Deus com leveza, que ter fé pode ser leve e gostoso. *Eu sou um padre acessível*" (Fernandes, 2021 *apud* Giló, 2021, grifo nosso).

Porém, o presbítero reconhece seu poder de influência: "Tenho consciência que naquele momento de fragilidade das pessoas tenho o *poder de influenciar alguém*, de ser um canal de esperança para aquela pessoa, falar do amor de Deus" (Fernandes, 2020 *apud* Pompeu, 2020). Mas diferencia sua atuação nas missas e nas redes. Nas celebrações litúrgicas, ele busca ser "reflexivo", como ele afirma: "Quero que as pessoas saiam da missa com uma mensagem. *Mas segunda-feira é o dia do lixo*. Na folga, respondo as perguntas dos seguidores e faço minhas brincadeiras" (Fernandes, 2021b, grifo nosso).

Sua performance e seus conteúdos revelam algumas características mais específicas dessa relação entre a pessoa do presbítero e sua *persona* digital.

### 3 "Eu quero transmitir leveza": performance e conteúdo digitais

Ao contrário de outros padres que alcançaram fama nacional ou internacional, Pe. Patrick é um dos poucos em seu nível de celebridade que surgiu midiaticamente como "influenciador digital" propriamente dito. Ou seja, sua notoriedade não se deveu a alguma qualidade artística ou musical, nem a uma presença frequente na chamada

"grande mídia", mas devido principalmente à sua criação de conteúdo para plataformas digitais.

Foram principalmente seus *stories* na "caixinha de perguntas" do Instagram que lhe renderam esse alcance e visibilidade. Em geral, trata-se de vídeos "caseiros", amadores, em que o padre aparece com um semblante cansado e suado, com os cabelos desgrenhados, como se tivesse recém-voltado de uma atividade física, ou então descansando, deitado na cama ou no sofá. Com isso, constrói-se uma sensação de intimidade e de cumplicidade junto a seu público, já que este pode participar, de algum modo, do cotidiano do padre, que dialoga com seus seguidores em um estilo conversacional, confidencial e, às vezes, quase confessional. Pe. Patrick conta que, quando ainda tinha poucos milhares de seguidores, foi percebendo que seus vídeos com cunho mais engraçado tinham um alcance diferenciado. "O povo gosta do que não presta, as coisas sérias não se espalhavam na mesma proporção que os vídeos mais engraçados" (Fernandes, 2021c, grifo nosso). Seus conteúdos, portanto, trazem essa característica desde a sua origem.

A grande maioria dos *stories* do Pe. Patrick aborda questões referentes a relacionamentos amorosos em geral, provocado também pelas perguntas feitas por seus seguidores. Entre eles, encontramos temáticas como a paixão e o desejo de encontrar alguém, ciúmes e traição, ruptura e superação de um relacionamento, namoro e sexualidade. De modo geral, as respostas do Pe. Patrick buscam ser bem-humoradas, envolvendo também uma visão irônica e até sarcástica sobre o próprio fato de se buscar uma relação com outra pessoa, sobre a importância da beleza física, a personalidade ou a situação de vida da pessoa em questão.

Seguem alguns exemplos. Em um *story*<sup>12</sup> presente nas compilações analisadas, um seguidor lhe questionou: "Estou encalhado, será que é o inimigo contra a minha vida?". No vídeo-resposta, Pe. Patrick lhe diz: "Claro que não. Na verdade, *ele quer que você desencilhe para você ter muitas*

<sup>12</sup> Story postado em seu perfil no Instagram. Disponível em: [https://www.instagram.com/padre\\_patrick](https://www.instagram.com/padre_patrick). Acesso em: 28 maio 2024.

*provações na vida. É Deus agindo [risos]*" (Patrick Fernandes, 8 jul. 2021, grifo nosso). Esse mesmo teor sarcástico em relação aos relacionamentos amorosos reaparece nos diálogos em torno da questão da paixão. A um/a seguidor/a que lhe perguntou "os requisitos mínimos para começar a namorar", o presbítero indicou: "Estar desiludido da vida, estar sem perspectiva e acreditar que nada de melhor pode acontecer". Em outros casos, o padre acrescenta uma certa acidez em relação à beleza física, à personalidade ou à situação de vida da pessoa em busca de uma relação amorosa. A uma seguidora que lhe pedia um "conselho p/ encontrar um varão trabalhador, bonito e fiel", o padre respondeu: "Minha querida,  *você já está querendo demais. [...] Primeiro, você é bonita para escolher ou esperar alguém bonito? Se não for, já descarta essa aí...*" (Patrick Fernandes, 30 jun. 2021, grifo nosso). A postura do padre também é de alimentar, de modo irônico, a desconfiança entre o casal. Uma seguidora, por exemplo, lhe confidenciou: "Padre, a sua bênção! Eu acho que nunca mais vou confiar em nenhum homem. O que faço?". Após a bênção, Fernandes a consola: "Que bom. *Não confie mesmo, não.* Esteja sempre à frente deles, viu? *Sempre desconfiada, sempre investigando, olhando o celular.* Eles não transmitem confiança mesmo" (Patrick Fernandes, 7 out. 2021, grifo nosso).

Em suma, há uma certa confiança entre o padre e seus seguidores, no sentido de que o humor, a ironia e até o sarcasmo fazem parte da negociação de sentidos. Em geral, reforçam-se estereótipos em torno da esposa (fútil, vitimista, mentirosa, ardilosa, autoritária) e do esposo (traidor, mulhengo, beberrão, burro). Entretanto, em alguns *stories*, percebe-se que as perguntas enviadas pelos seguidores não evidenciam necessariamente um duplo sentido, podendo ser verdadeiras e sinceras. O padre, porém, opta por responder sempre de modo humorístico, inclusive quando as temáticas são mais delicadas e complexas, como o consumo de bebidas alcoólicas, evitando, por um lado, quaisquer moralismos e, por outro, qualquer referência a valores cristãos mais estabelecidos. Pelo contrário, às vezes,

como no caso do foco na beleza estética e da valorização da desconfiança na relação a dois, há até um certo desvio em relação ao magistério católico.

Para a construção de tal performance, Fernandes (2022b, 6min 5s) afirma acreditar muito no "dom da leveza, da alegria de crer, não trazer a fé como algo pesado, como um fardo. Eu acredito que a fé pode ser algo saboroso, leve, suave". Por isso, afirma, "eu quero *transmitir leveza* para as pessoas" (Fernandes, 2021f, grifo nosso). Ele vê com muita preocupação quando a fé é imposta:

Você está sempre ali pensando: 'Será que isto é pecado? Será que não é?' Como se você estivesse andando sobre uma corda bamba. [...] E eu me esforço – eu sempre tive essa noção – de *apresentar uma fé leve para as pessoas, de que seja agradável crer, né?* Que a gente pode ter uma religião, mas sendo pessoas felizes, né, e realizadas (Fernandes, 2021d, 5min 46s, grifo nosso).

Por meio de tal performance, o alcance da atuação do padre ultrapassou as fronteiras das redes digitais e foi parar em cima dos palcos. O presbítero relata essa transformação:

Eu percebi que o humor, ele não era suficiente. Era como se fosse uma isca. [...] Eu via aquelas piadas como uma forma de eu atrair, mas depois eu tinha que dar um alimento mais sólido, né? *E aí vem aquilo que eu acredito, a mensagem, que a gente vê tanto aqui nesses vídeos do YouTube também.* E aí as coisas foram crescendo cada vez mais (Fernandes, 2022a, 10min, grifo nosso).

Até setembro de 2021, a conta do presbítero no YouTube era utilizada basicamente como repositório dos vídeos das missas celebradas por ele em sua paróquia. A partir de outubro desse ano, a conta passou a divulgar trechos de um novo "produto" do presbítero, sua primeira série produzida especificamente para o YouTube, intitulada "Quem é você". A produção foi gravada presencialmente em 2021, em período ainda pandêmico, em duas sessões abertas ao público, no Teatro Oficina do Estudante, em Campinas (SP), com capacidade para 515 pessoas. Fernandes (2021e, grifo nosso) relata que quis "mostrar às pessoas o lado do *padre religioso*, e não aquele do

quadro de caixinhas de perguntas". As gravações foram postadas no YouTube ao longo de outubro e novembro de 2021 em oito episódios, com temáticas que giram em torno da autoaceitação e da autoajuda. Os títulos (e seus subtítulos na miniatura/capa dos vídeos), por exemplo, são: "O que Jesus faria? (Deus nos melhora. Acredite na sua força)" (Fernandes, 2021h); "O propósito de Deus na tua vida (Medo! Jamais desista!)" (Fernandes, 2021i); "Viva intensamente (A vida é única. Viva a Vida!)" (Fernandes, 2021j).

No fim de 2021, Pe. Patrick gravou um novo conjunto de vídeos intitulado "Toque de Deus – Nunca alguém me amou assim". A gravação aberta ao público ocorreu no dia 26 de novembro, no Teatro Liberdade, em São Paulo (SP), com capacidade para 900 pessoas. A proposta era transmitir "mensagens de fé e motivação". Essas gravações também foram postadas em oito episódios no YouTube, cujos títulos e subtítulos, por exemplo, são: "Tenha esperança (Faça o impossível. Não desista de você)" (Fernandes, 2021k); "Encontre sua verdade (Desperte para a Vida. A Verdade)" (Fernandes, 2021l); "Você está no lugar que deveria? (Não mendigue afeto. A cegueira espiritual)" (Fernandes, 2022d).

Pode-se dizer que o YouTube é o ambiente em que a influência digital do Pe. Patrick, alimentada principalmente em sua conta no Instagram, estende-se e amplia-se. E isso em dois sentidos: tanto do ponto de vista do alcance das postagens (chegando a outros públicos potenciais por meio de conteúdos diferenciados) quanto do ponto de vista da densidade dos conteúdos (com vídeos mais longos que ultrapassam a barreira dos 15 segundos dos *stories*).

A partir de junho de 2022, o presbítero deu início a uma turnê de shows pelo Brasil, igualmente promovida pela agência Non Stop, intitulada "Fora da Caixinha". Passando por diversas regiões do país, o padre apresenta

[...] reflexões sobre a verdadeira felicidade e conta, de forma leve e descontraída, assuntos ligados ao relacionamento das pessoas com Deus. Mas além disso, ele traz também seu bom humor tão conhecido em suas redes sociais para os palcos. Se prepare para as respostas humoradas e para participar de um

evento "fora da caixinha", como informa o site promocional (Fernandes, 2024).

A turnê continuava circulando por diversas cidades do país até a finalização deste texto, com uma média de quase 10 apresentações por mês.

Vê-se, portanto, que a performance do padre vai se construindo a partir das forças motrizes da leveza, da descontração, do humor e da irreverência, assim como por meio de uma informalidade no estilo, na linguagem e no imaginário religiosos, que fugiria de uma suposta "caixinha" presbiteral e eclesial tradicional. Do ponto de vista do público, percebe-se um nicho ainda inexplorado, ou seja, uma performance clerical não ligada à música – como no caso dos tradicionais "padres cantores" –, mas, sim, de um "padre humorista" ou de um "padre *coach*", o que o leva a percorrer o país com seus shows sobre os palcos, misturando espiritualidade, autoconhecimento e irreverência. Como ele mesmo reconhece,

[...] é claro que a vida da gente muda. É uma correria. Hoje, eu me esforço, me dedico ao máximo para conciliar as duas coisas. *Eu não sou um digital influencer: eu sou padre*. Então a paróquia em si já me consome horrores. [...] E eu tenho que conciliar com essas viagens de compromissos das redes sociais, de palestra, dessas coisas do show que a gente está fazendo e tudo isso. *Então é uma loucura mesmo, de verdade, que a gente cansa*. Chega o dia de segunda-feira, que é o dia de folga, e o que eu mais quero é não fazer nada (Fernandes, 2022a, 10min 45s, grifo nosso).

Pode-se dizer que a "fórmula de sucesso" da influência digital do Pe. Patrick passa pela construção de um grande *capital midiático*, que leva ao desenvolvimento de um elevado *capital social* (e também religioso) e, por sua vez, à potencial conversão deste em um alto *capital econômico* (Primo; Matos; Monteiro, 2021). É a partir da percepção dessa inter-relação que marcas e empresas reconhecem o poder de influência do padre junto a audiências específicas, vendo aí possibilidades de lucros significativos, mediante a publicidade e a venda de produtos.

Em relação à monetização de suas presenças digitais – sem contar o *cachê* e a arrecadação de bilheteria nos eventos presenciais –, o presbítero

faz diversas publicidades, principalmente em seus *stories*. O padre conta com uma equipe que faz uma seleção dos possíveis patrocinadores. Quanto à destinação do dinheiro obtido, Fernandes afirma que não é obrigado a encaminhá-lo para a sua diocese, mas faz questão de ajudá-la; além disso, seus lucros ajudaram-no a construir a casa de sua mãe e a viajar mais, que é um de seus *hobbies*. "Eu nunca fui muito apegado a dinheiro, assim, de verdade. Não vou ser hipócrita de dizer que não é bom. É bom" (Fernandes, 2021g, 12min 3s). Em 2022, uma aparição nos *stories* do padre custava entre 10 mil e 15 mil reais (Fernandes, 2022b). A campanha mais robusta da qual o padre participou rendeu-lhe 150 mil reais, envolvendo uma marca de colágeno. Segundo ele, empresas de bebida alcoólica e casas noturnas estão vetadas.

A partir de nossas análises, podemos agora articular algumas reflexões comunicacionais pastorais transversais sobre a influência digital do Pe. Patrick, a fim de apreender os limites e as possibilidades da influência digital religiosa para a práxis católica contemporânea.

#### 4 Reflexões comunicacionais pastorais

Como vimos, em poucos meses ao longo de 2021, aquele "pároco de aldeia" do interior do Pará se converteu em um "macroinfluenciador digital", alcançando milhões de seguidores no Instagram. Das plataformas digitais, passou a aparecer também nas páginas dos jornais, nas telas da TV e nos palcos dos teatros. Nesse processo de celebrificação, evidencia-se a relevância da individualidade na sociedade contemporânea, assim como a individualidade clerical do ponto de vista católico. Como um verdadeiro ritual midiático, a celebrificação dá origem a uma subjetividade que une "o espetacular com o cotidiano, o especial com o ordinário" (Dyer, 2007 *apud* Driessens, 2013, p. 5, tradução nossa).

Midiaticamente, a *expertise* teológico-religiosa e até mesmo o testemunho e a coerência de vida em relação aos princípios cristão-católicos não

são uma condição necessária para a construção de confiança e credibilidade junto ao público de seguidores. "A popularidade ultrapassa a autoridade" (Primo; Matos; Monteiro, 2021, p. 34). Em rede, a autoridade teológico-religiosa se constitui e se explicita *mediática e comunicacionalmente*, emergindo a partir das interações sociais, como fruto de uma articulação entre visibilidade midiática e reconhecimento sociopopular. A construção de tal autoridade, portanto, dá-se, principalmente, mediante a autenticidade dos próprios modos de expressão e da "atratividade" pessoal do interagente em foco (Sbardelotto, 2017).

As plataformas *online* nas quais o presbítero se faz presente transformam-se, para ele, em "instâncias de autoexposição" (Sibilia, 2015, p. 355), compondo uma *lógica* de vida (a midiaticização de seu cotidiano) assim como uma *logística* de vida (a programação da influência digital mediante uma agenda de postagens, eventos etc.), na indeterminação e no apagamento de fronteiras entre existência privada (a pessoa) e midiática (a *persona*). Assim, a própria missão presbiteral passa a ser vivida e produzida cada vez mais *nas e para as telas, autoespetacularizando-se de modo crescente* e convertendo-se em uma sequência de performances conectadas, tornando cada vez mais frequentes as situações do cotidiano do padre em que uma câmera está presente e em ação. O modo de vida midiático contemporâneo leva o presbítero a também emoldurar seus atos cotidianos mais banais como se estivessem sempre prestes a serem projetados em uma tela – e muitas vezes, de fato, o são –, estimulando um estilo performático de viver o presbiterado. O risco é de que a vida cristã perca sua naturalidade e sua imediatividade, já que as ações cotidianas passam a ser midiaticamente estudadas, ensaiadas e emolduradas em imagens e vídeos a serem visualizados, "curtidos", comentados e, preferencialmente, compartilhados pelos seguidores.

Como afirma Sibilia (2015), a personalidade passa a ser construída voltada "para fora", para os outros (*alterdirigida*), e não mais "para dentro"

(*introduzida*). Em vez de se assentar sobre a base da própria interioridade<sup>13</sup>, a construção da identidade pessoal e religiosa se erige "a partir dos *efeitos que consegue provocar nos outros*, sobretudo no plano visual" (Sibilia, 2015, p. 356, grifo nosso). O risco disso é o nascimento de um tipo de subjetividade pessoal e presbiteral que busca, cada vez mais, atrair os olhares alheios. Essa subjetividade não é necessariamente mera encenação, ficção, simulação, máscara; entretanto, é uma construção interior que só existe na medida em que *aparece, se mostra, performa*. Em uma cultura marcada pela lógica da visibilidade, da celebridade e do espetáculo, portanto, "já não basta *ser* alguém ou *fazer* algo [...] o tempo todo, é preciso *performar*: mostrar-se fazendo o que for e sendo alguém. E, é claro, também é necessário *ser visto* nessa exibição" (Sibilia, 2015, p. 358).

Diante de plataformas digitais cujos algoritmos e protocolos mudam frequentemente e não são claros nem transparentes, a questão, porém, não é tanto a possibilidade de ser observado constantemente, mas principalmente "*a possibilidade constante de desaparecer*, de não ser considerado suficientemente importante" (Bucher, 2018 *apud* Primo; Matos; Monteiro, 2021, p. 84). Ou seja, o processo de popularização, celebrificação e profissionalização da influência digital do Pe. Patrick passou a exigir uma presença digital constante, para que as métricas permaneçam sempre em alta. Só assim o algoritmo das plataformas não deixará de "entregar" seu conteúdo, e o interesse dos possíveis anunciantes não esmorecerá. Caso o presbítero não consiga provar um interesse continuado e crescente por seu conteúdo junto a seus seguidores, marcas e anunciantes procurarão outros canais ou perfis com audiência e visibilidade maiores.

Nesse sentido, é preciso levar em conta o *custo pessoal e pastoral* que a atuação nas redes pode acarretar. No caso do Pe. Patrick, o equilíbrio constante entre uma presença frequente nas mídias digitais, as demandas da profissionalização (com a consequente cessão de certas funções a

agências e agenciadores, negociações diversas, produção de conteúdos, gravação de vídeos e anúncios publicitários, viagens, participação em shows e eventos etc.), o trabalho pastoral paroquial e a presença significativa junto às comunidades em Parauapebas podem ser desgastantes e problemáticos, como ele mesmo reconhece.

Do ponto de vista teológico-ecclesial, destaca-se, na atuação digital do Pe. Patrick, aquilo que ele mesmo chama de "forma irreverente de ministrar o Evangelho". Ele encontrou na internet – que, como afirma, é "um campo muito aberto de evangelizar" – um nicho ainda inexplorado por outras lideranças católicas. De acordo com as polaridades antes apresentadas, Fernandes é pouco devocional e, ao mesmo tempo, pouco politizado, por exemplo. Por outro lado, não é nada apologético, apresentando-se como mais "conciliar" em relação a certas questões da realidade contemporânea, no sentido de buscar uma "conciliação", embora nem o Vaticano II, nem o atual pontificado estejam presentes em suas considerações. Por fim, é um influenciador bastante personalista, falando muito mais de seu próprio "eu" e deixando de lado – ao menos em seus conteúdos digitais – o "nós" eclesial (especialmente de sua paróquia). Desse modo, com o passar do tempo, Fernandes soube reconhecer as lógicas digitais e se apropriar delas positivamente – ao menos a partir do ponto de vista dessas mesmas lógicas.

Como representante da Igreja publicamente reconhecido, sua performance manifesta que ele consegue "falar com as pessoas deste tempo", como ele mesmo reconhece. Em uma sociedade que percebe a Igreja muitas vezes de maneira negativa, como uma instituição anacrônica e autoritária, a figura de um padre *influencer* atrai como centelha de novidade, criatividade, dialogicidade. Com isso, sua influência digital pode despertar o interesse pela fé e pelo crescimento espiritual em seus seguidores. Por outro lado, em uma situação de crise eclesial do ponto de vista dos escândalos sexuais, Fernandes também

<sup>13</sup> A consciência como "núcleo mais secreto e sacrário do ser humano" (*Gaudium et spes*, n. 16).

responde a uma parcela da sociedade que busca transparência e franqueza das lideranças religiosas, mesmo que às custas de uma "suavização" em relação a certas exigências da prática de fé.

Nesse caldo cultural, porém, emerge uma certa *ambiguidade da identidade cristã*. Isto é, hoje, o perfil de um cristão – e ainda mais de um clérigo –, muitas vezes, não é mais definido por sua adesão à doutrina cristã e pela prática dos valores do Evangelho. "Basta que alguém cultive alguma religiosidade [...] para continuar se definindo como cristão. Entretanto, não é fácil saber qual é o conteúdo de sua fé: cada qual crê a seu modo" (Pagola, 2020, p. 28). Como reconhece o autor, isso faz com que muitos desses cristãos vivam cheios de dúvidas e confusão, com perguntas que quase nunca se fazem nem esclarecem devidamente – e a "caixinha de perguntas" de Fernandes, na grande maioria dos casos, é um exemplo disso.

Dadas as suas métricas digitais, Fernandes, como influenciador, tem a seu alcance um poder multiplicador e disseminador desproporcionalmente maior em comparação com outras autoridades da hierarquia católica. Obviamente, esse "processo de contágio" depende da existência de pessoas influenciáveis, que possam influenciar outras pessoas também influenciáveis. Caso essa "influenciabilidade" seja obstaculizada por razões outras – por exemplo, a consciência crítica de seus seguidores em torno das questões teológico-eclesiais –, de pouco adiantam as qualidades midiáticas da atuação do padre nas redes digitais.

Em um processo contínuo de *autoinformação* e, portanto, também de *autoformação* religiosa e teológica, as pessoas em rede têm à sua disposição nos ambientes digitais mais respostas prontas e autossatisfatórias do que perguntas problematizadoras do próprio "eu" e mobilizadoras de um "nós" social, comunitário e eclesial. Os vínculos sociais construídos pelo presbítero em suas redes digitais, que ultrapassam as fronteiras geográficas e eclesiásticas (indo muito além de sua paróquia e de sua diocese), podem justamen-

te não reforçar a devida importância da pertença à comunidade eclesial local, alimentando uma "espiritualidade do bem-estar sem comunidade" (*Evangelii gaudium*, n. 90).

Como vimos, Pe. Patrick reitera que não deseja "impor" a fé, nem a tornar um "fardo" para as pessoas, evitando apontar constantemente para o que é pecado ou não, "como se você estivesse andando sobre uma corda bamba", como se a fé fosse "uma coisa de legislação", em suas próprias palavras. Ele deseja mostrar que crer pode ser "agradável", "suave", "saboroso", "gostoso", que as pessoas podem ter uma religião, "mas sendo pessoas felizes e realizadas". Por isso, o padre reafirma diversas vezes seu propósito de apresentar uma "fé leve".

Entretanto, entre seu discurso e sua prática, manifesta-se muitas vezes não apenas uma "leveza" na abordagem das questões ligadas à fé cristã – particularmente necessária em ambientes fluidos como os digitais –, mas, também e principalmente, uma certa *leviandade*<sup>14</sup>, ou seja, uma certa falta de seriedade, de reflexão e de prudência não apenas no modo de abordar tais questões, mas, também, nos próprios conteúdos oferecidos. Emerge, assim, aquilo que poderíamos chamar de uma *teologia da leviação*, isto é, um modo superficial, irrefletido e descompromissado de pensar e de praticar a fé (como em um irreverente *story* de 15 segundos) a ponto de torná-la demasiadamente "leve", ou seja, *leviana*.

Essa teologia fomenta e, ao mesmo tempo, alimenta-se daquilo que Berteau (2013, p. 1, tradução nossa) chama de *cristianismo light*, uma comunicação cristã marcada por "mensagens agradáveis, positivas e inspiradoras", com "bênçãos, mas sem obediência. Conforto, mas sem sacrifício. Felicidade, mas sem arrependimento". Tal *cristianismo light* muitas vezes rebaixa os requisitos para o seguimento cristão, na tentativa de conter a evasão de fiéis e esperando que a maioria deles volte. Seus seguidores gostam de suas promessas de bênçãos, mas preferem não ouvir nada sobre as agruras de um processo de

<sup>14</sup> Entendida como "irreflexão" ou "falta de prudência ou de pensar", ou ainda como "falta de seriedade" (LEVIANDADE, 2008, 2014).

crescimento interior, de maturidade na fé.

No caldo desse cristianismo *light*, muitas pessoas passam a se convencer de que Jesus se encarnou apenas para torná-las felizes e bem-sucedidas. Trata-se de uma versão do cristianismo em que tudo gira em torno da positividade e da realização pessoais e, segundo a qual, ser cristão é divertido e conveniente para os propósitos individuais. Seu evangelho é um "sorriso, uma palavra de conforto", "uma palavra de luz, uma benção ou um consolo", como afirmava o presbítero. O lema desse cristianismo é: "Mais do que você quer, e menos do que você não quer" (Bertheau, 2013, p. 13, tradução nossa).

Mediante essa teologia da levianização que alimenta um cristianismo *light*, Jesus, o Evangelho e o Reino de Deus convertem-se em rótulos genéricos, que não apontam necessariamente para uma "substância" de fé ou de vida. No caso do Pe. Patrick, muitas vezes a fé cristã se torna apenas um pano de fundo de sua *persona* e performance digitais (ele mesmo afirma que só é padre "sério" de segunda-feira em diante). O cosmos da experiência cristã converte-se em mera reserva de imagens, símbolos, razões éticas e estéticas, ressignificados midiaticamente e consumidos livremente. É o que Matteo (2011) chama de *estetização do cristianismo*, na qual a experiência do divino não é totalmente rejeitada, mas também não é mais tematizada teologicamente de modo substancial, fazendo com que a fé cristã perca força e originalidade. Textos, liturgias, símbolos "não são mais as testemunhas de uma revelação, os sinais de uma verdade doada à fé cristã, mas as ruínas admiráveis de uma simbólica que se oferecem a toda possibilidade de invenção e de expressão" (Matteo, 2011, p. 167, tradução nossa), exponenciadas pelos processos digitais.

### Considerações finais

A atuação do Pe. Patrick nas plataformas digitais revela, primeiramente, uma linguagem inovadora em relação a uma certa tradição eclesial marcada principalmente pela retórica clerical nos púlpitos físicos e pelo imaginário religioso emergente a partir dos "púlpitos" da imprensa,

do rádio e da televisão. Do ponto de vista da recepção social, isso é bem reconhecido pelas pessoas em geral, dado o número de seguidores alcançados em tão pouco tempo, aos quais Fernandes consegue revelar outras facetas da prática religiosa.

Tais gestos alimentam ainda um intenso processo de circulação comunicacional, que catapultou Fernandes dos rincões do Pará aos principais palcos midiáticos. Entre curtidas e compartilhamentos, mais pessoas passaram a tomar contato com os conteúdos do padre. O fenômeno da influência digital, revela, portanto, por um lado, um desafio positivo à Igreja, no sentido de *repensar suas próprias linguagens* para facilitar o diálogo com a cultura contemporânea, assim como, por outro lado, no sentido de justamente *saber dialogar com públicos diversos*, com muitos dos quais a Igreja talvez não esteja acostumada a interagir.

Porém, vivemos hoje aquilo que Matteo (2011) chama de *situação pós-eclesial*, caracterizada pela perda de credibilidade da Igreja, em um duplo sentido: tanto como uma realidade que não inspira mais confiança (= fé) na sociedade quanto como uma instituição que não é mais capaz de desencadear, em seus membros, inclusive e principalmente em seu clero, comportamentos marcados pela própria experiência cristã. De modo geral, o caso Pe. Patrick – junto com outros influenciadores digitais católicos – é apenas sintoma dessa conjuntura eclesial e religiosa muito mais crítica e complexa. Ele pode ser entendido como expressão da ponta do *iceberg* da crise do cristianismo contemporâneo, em meio a um processo cada vez mais acelerado de *mediatização digital*. Com isso, o cristianismo passa a ser interpretado a partir das lentes do sensacional, do folclórico, do midiático, como mero produto cultural, "industrializado", massificado e pulverizado em rede, podendo ser consumido por qualquer pessoa e de qualquer modo.

Na prática digital do Pe. Patrick e de outros influenciadores digitais católicos, também se percebe essa situação pós-eclesial em outro sentido: evidencia-se um distanciamento em relação

à vida da Igreja global, com um silenciamento em relação ao magistério do Papa Francisco, em seus documentos e gestos, e à vida da Igreja no Brasil, seja em relação a fatos e a eventos, seja em relação a temas-chave da vida e do debate eclesial. A importância da comunidade e da comunhão eclesial acabam desaparecendo – o foco passa a ser o “eu” do próprio padre ou o “eu” da pessoa que o segue nas redes. Simplificam-se, diluem-se e abrandam-se as especificidades do cristianismo, mediante a individualização e a privatização extremas da prática religiosa. Embora pública, tal prática busca atender apenas às necessidades espirituais do indivíduo, deixando de lado a perspectiva altruísta, comunitária, social, de abertura ao outro, que é central na fé cristã. Com isso, a experiência cristã deixa de ser *eclesial*, em sentido comunitário, para ser *individual*, em sentido autocentrado.

Diante disso, “é urgente aprender a agir em conjunto, como comunidade, não como indivíduos. Não tanto como ‘*influencers* individuais’, mas como ‘tecelões de comunhão’: unindo nossos talentos e competências, compartilhando conhecimentos e contribuições” (Dicastério para a Comunicação, 2023, n. 76). Em uma sociedade em um processo acelerado e aprofundado de mediatização digital, as práticas comunicacionais da Igreja exigem, sem dúvida, atitudes “ousadas e criativas” (*Evangelii gaudium*, n. 33) por parte dos cristãos e das cristãs. Mas quem se reveste de um papel de autoridade eclesial e assume um papel de liderança cristã não pode promover apenas o desenvolvimento de *superficialidades da fé*, cultivando um cristianismo sem experiência interior, sem vivência mística, sem comunhão fraterna, sem práxis transformadora.

Como afirma o Papa Francisco,

[...] a evangelização está essencialmente relacionada com a proclamação do Evangelho [...] Os cristãos têm o dever de o anunciar, sem excluir ninguém, e não como quem impõe uma nova obrigação, mas como quem partilha uma alegria, indica um horizonte estuendo, oferece um banquete apetecível (*Evangelii gaudium*, n. 14).

Por isso, alegria e leveza são importantes

e necessárias para a evangelização, mas não podem degenerar em irrisão e superficialidade, muito menos tornar o Evangelho individualista e leviano, esvaziando-o de toda a sua densidade profética e transformadora.

O problema é que, muitas vezes, confunde-se o essencial com aquilo que é *acidental*, *superficial*, *opcional*, colocando em primeiro plano aquilo que deveria vir depois, mercadejando, barateando ou até liquidando o tesouro da fé e da experiência cristãs (Sbardelotto, 2020). Depois de mais de 2.000 anos, portanto, o desafio continua sendo o de lançar as redes em águas (bem) mais profundas (Lc 5,4).

## Referências

- ABIDIN, Crystal. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”. [Entrevista cedida a] Issaaf Karhawi. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 289-301, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/intercom/a/Wf-trmyFhn6K5r366RNghSZD/?lang=pt>. Acesso em: 26 maio 2024.
- ABREU, Helen T. S. *O Evangelho do reino nas mídias digitais: uma análise do “Dunamis Movement” e seus influenciadores*. 2023. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2023. Disponível em: <http://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/handle/123456789/16915>. Acesso em: 1 ago. 2023.
- BASTOS, Gabriel. Padre Patrick aponta condição “inusitada” para postar foto sem camisa de novo, entrega puxada de orelha de bispo e reação a nudes recebidas; assista. *In: HUGO Gloss*. [S. l.], 1 nov. 2021. Disponível em: <https://is.gd/uicBxn>. Acesso em: 15 mar. 2022.
- BERNANOS, Georges. *Diário de um pároco de aldeia*. São Paulo: Paulus, 1999.
- BERTEAU, Glen. *Christianity Lite: stop drinking a Watered-Down Gospel*. Lake Mary: Charisma House, 2013.
- BÍBLIA. *Bíblia Sagrada Edição Pastoral*. São Paulo: Paulus, 1999.
- BRETONES, Ricardo; SILVA, Tarcísio T. Um olhar sobre os influenciadores digitais cristãos: confluências entre evangelho, comunidades terapêuticas e mídia. *Diálogos Interdisciplinares*, Mogi das Cruzes, v. 11, n. 1, p. 61-73, 2022. Disponível em: <https://revistas.brazcubas.br/index.php/dialogos/article/view/1012/1005>. Acesso em: 1 jul. 2023.
- CAVALCANTE, Fabrício W. N. As multimídias do sacerdote nas redes: da influência religiosa à influência digital. *In: SEMANA NACIONAL DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E ESTUDOS DE RELIGIÃO*, 2., 2020, Mossoró. *Anais [...]*. Mossoró: FCRN, 2020. Disponível em: <https://is.gd/WCVy8e>. Acesso em: 1 jul. 2023.

CONCÍLIO ECUMÊNICO VATICANO II. Constituição pastoral *Gaudium et spes* sobre a igreja no mundo atual. *In: A SANTA Sé. Vaticano*, 7 dez. 1965. Disponível em: <https://is.gd/gaudiumetspes>. Acesso em: 10 nov. 2023.

DICASTÉRIO PARA A COMUNICAÇÃO. Rumo à presença plena: uma reflexão pastoral sobre a participação nas redes sociais. *In: A SANTA Sé. Vaticano*, 28 maio 2023. Disponível em: [https://is.gd/presenca\\_plena](https://is.gd/presenca_plena). Acesso em: 20 out. 2023.

DRIESENS, O. The celebrization of society and culture: understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, [s. l.], v. 16, n. 6, p. 641-657, 2013. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/19578455.pdf>. Acesso em: 2 nov. 2023.

FERNANDES, Patrick. "A candeia do corpo são os olhos; de sorte que, se os teus olhos forem bons, todo o teu corpo terá luz; MATEUS 6,22". [S. l.], 4 jul. 2021a. Instagram: @padre\_patrick. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CQ7UhgaJ5ag/>. Acesso em: 28 maio 2024.

FERNANDES, Patrick. *A vida após a fama: o que mudou?* [S. l.: s. n.], 19 jun. 2022a. 1 vídeo (12min 49s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: <https://youtu.be/D64aQJbaj8Q>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FERNANDES, Patrick. Agenda. *In: NONSTOP. Juiz de Fora*, c2024. Disponível em: <https://pepatrick.nonstop.com.br/agenda>. Acesso em: 28 maio 2024.

FERNANDES, Patrick. Com mais de três milhões de seguidores, Padre Patrick conta que usou a internet para vencer depressão. [Entrevista cedida a] Alex Braga. *Extra*, Rio de Janeiro, 7 set. 2021b. Disponível em: <https://is.gd/EFQKhe>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FERNANDES, Patrick. Conheça Patrick Fernandes, um padre cheio de graça. [Entrevista cedida a] Alvaro Leme. *GQ*, [s. l.], 29 abr. 2022b. Disponível em: <https://is.gd/ryJCTU>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FERNANDES, Patrick. Estourado nas redes sociais, padre Patrick fala sobre críticas, fama e humor: 'Não é só isso que eu sou'. [Entrevista cedida a] Jesana de Jesus. *G1 Tocantins*, Palmas, 14 out. 2021c. Disponível em: <https://is.gd/RELOjp>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FERNANDES, Patrick. *JMD (23/09/21) Padre Patrick Fernandes um fenômeno nas redes sociais*. [S. l.: s. n.], 23 set. 2021d. 1 vídeo (10min 14s). Publicado pelo canal TV Serra Dourada. Disponível em: <https://youtu.be/4vs3K7vsMxI>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FERNANDES, Patrick. *Me chamaram de "padreco": a origem do Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 20 mar. 2022c. 1 vídeo (11min 49s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: <https://youtu.be/zX-yllTxEnE>. Acesso em: 21 mar. 2022.

FERNANDES, Patrick. O padre é pop! Em entrevista exclusiva Padre Patrick fala sobre depressão, política e o sucesso na internet. [Entrevista cedida a] Bruninho Afonso. *Jornal de Brasília*, Brasília, 25 out. 2021e. Disponível em: <https://is.gd/gU1kf8>. Acesso em: 15 mar. 2022.

FERNANDES, Patrick. Padre capixaba vira conselheiro do amor e faz sucesso na internet. *In: TRIBUNA Online. Vitória*, 27 jul. 2021f. Disponível em: <https://is.gd/Kifvk6>. Acesso em: 1 jul. 2023.

FERNANDES, Patrick. *Padre pode beber? Ganha salário? Tem férias? Curiosidades sobre a vida de um padre!* [S. l.: s. n.], 19 nov. 2021g. 1 vídeo (13min 3s). Publicado pelo canal Revista AnaMaria. Disponível em: <https://youtu.be/coVrIL6Cls4>. Acesso em: 15 mar. 2022.

FERNANDES, Patrick. *O QUE JESUS FARIA? Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 7 nov. 2021h. 1 vídeo (15min 53s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: <https://youtu.be/jMs5AOx8hwA>. Acesso em: 7 jun. 2024.

FERNANDES, Patrick. *O PROPÓSITO DE DEUS NA TUA VIDA! Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 7 nov. 2021i. 1 vídeo (15min 56s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: <https://youtu.be/BFSvzk-kzlc>. Acesso em: 7 jun. 2024.

FERNANDES, Patrick. *VIVA INTENSAMENTE! Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 28 nov. 2021j. 1 vídeo (15min 42s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: <https://youtu.be/JNA0UsWYEM>. Acesso em: 7 jun. 2024.

FERNANDES, Patrick. *TENHA ESPERANÇA! Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 19 dez. 2021k. 1 vídeo (11min 01s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: [https://youtu.be/zg\\_bFp00Yl0](https://youtu.be/zg_bFp00Yl0). Acesso em: 7 jun. 2024.

FERNANDES, Patrick. *ENCONTRE SUA VERDADE Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 26 dez. 2021l. 1 vídeo (12min 30s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: [https://youtu.be/pvC\\_HRXWpg8](https://youtu.be/pvC_HRXWpg8). Acesso em: 7 jun. 2024.

FERNANDES, Patrick. *VOCÊ ESTÁ NO LUGAR QUE DEVERIA? Padre Patrick*. [S. l.: s. n.], 02 jan. 2022d. 1 vídeo (13min 00s). Publicado pelo canal Padre Patrick Fernandes. Disponível em: <https://youtu.be/80ohcu40onc>. Acesso em: 7 jun. 2024.

FRANCISCO, Papa. Exortação apostólica *Evangelii gaudium* sobre o anúncio do evangelho no mundo atual. *In: A SANTA Sé. Vaticano*, 24 nov. 2013. Disponível em: [https://is.gd/evangelii\\_gaudium](https://is.gd/evangelii_gaudium). Acesso em: 1 jul. 2023.

FRANCISCO, Papa. Exortação apostólica *Gaudete et exultate* sobre o chamado à santidade no mundo atual. *In: A SANTA Sé. Vaticano*, 19 mar. 2018b. Disponível em: <https://is.gd/J7x670>. Acesso em: 20 jul. 2023.

GILÓ, Naum. Entrevista: o padre que alcança milhões através das redes sociais. *In: CORREIO Braziliense. Brasília*, 10 out. 2021. Disponível em: <https://is.gd/yUo0gz>. Acesso em: 1 jul. 2023.

INFLUENCIADOR de Religião. *In: IBEST. [S. l.]*, 2022. Disponível em: <https://app.premioibest.com/resultados/2022/influenciador-de-religiao>. Acesso em: 28 maio 2024.

LEVIANDADE. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, 2008. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/leviandade>. Acesso em: 7 jun. 2024.

LEVIANDADE. *iDicionário Aulete*, 2014. Disponível em: <https://www.aulete.com.br/leviandade>. Acesso em: 7 jun. 2024.

MATTEO, Armando. *Presenza infranta*: il disagio postmoderno del cristianesimo. Assis: Cittadella Editrice, 2011.

MEDEIROS, Fernanda F. et al. Influenciadores digitais da fé: celebridades ou evangelizadores? *Rumores*. São Paulo, v. 16, p. 230-252, jun. 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-677x.rum.2022.200401>. Acesso em: 7 jun. 2024.

MOREIRA, Leticia; MEDRADO, Andrea. Celebridade, influenciador digital ou apenas um líder religioso na rede? A Imagem do Papa Francisco construída no Instagram. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 41., 2018, Joinville. *Anais* [...]. São Paulo: INTERCOM, 2018. Disponível em: <https://is.gd/qT6vnp>. Acesso em: 1 jul. 2023.

ORTUNES, Leandro. Pastores midiáticos: influenciadores digitais ou apenas pastores? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 41., 2018, Joinville. *Anais* [...]. São Paulo: INTERCOM, 2018. Disponível em: <https://is.gd/6fUY8o>. Acesso em: 1 jul. 2023.

PADRE Patrick Fernandes é "sincerão" com Rafael Portugal: "A gente tem que se parecer com gente bonita". In: GSHOW. Rio de Janeiro, 3 set. 2021. Disponível em: <https://is.gd/7BjUHW>. Acesso em: 1 jul. 2023.

PAGOLA, José A. *Anunciar Deus hoje como boa notícia*. Petrópolis: Vozes, 2020.

POMPEU, Ulisses. O padre 'biscoiteiro' de Parauapebas que está bombando no Instagram. In: CORREIO de Carajás. Marabá, 4 ago. 2020. Disponível em: <https://is.gd/rSWGfZ>. Acesso em: 15 mar. 2022.

PRIMO, Alê; MATOS, Ludimila; MONTEIRO, Maria Clara. *Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais*. Salvador: EDUFBA, 2021.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez bit*: a comunicação e a experiência religiosas na internet. Aparecida: Santuário, 2012.

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

SBARDELOTTO, Moisés. *Comunicar a fé*: por quê? Para quê? Com quem? Petrópolis: Vozes, 2020.

SBARDELOTTO, Moisés. Circulação em rede: a complexa comutabilidade dos polos de produção e recepção no fluxo comunicacional digital. *Questões Transversais*, [s.l.], v. 6, p. 48-57, 2018. Disponível em: <https://is.gd/circulacao>. Acesso em: 7 jun. 2024.

SBARDELOTTO, Moisés. Excomunicação: novos modos de intolerância intrarreligiosa em tempos de midiáticação digital. In: CUNHA, Magali do Nascimento; STORTO, Leticia Jovelina (org.). *Comunicação, linguagens e religiões: tendências e perspectivas na pesquisa*. Londrina: Syntagma Editores, 2020, p. 151-180. Disponível em: <https://is.gd/excomunicacao>. Acesso em: 7 jun. 2024.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. *Fronteiras: estudos midiáticos*, São Leopoldo, v. 3, n. 17, p. 353-364, set./dez. 2015. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09>. Acesso em: 20 mar. 2023.

SOUZA, Catiane R. P.; PEREIRA, Laisa da S. Influenciadores digitais religiosos: *modus vivendi* na sociedade em midiáticação. In: ENECULT – ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 15., 2019, Salvador. *Anais* [...]. Salvador: UFBA, 2019. Disponível em: <https://is.gd/aJBwUE>. Acesso em: 1 jul. 2023.

---

## Moisés Sbardelotto

Professor da PUC Minas, atuando no Programa de Pós-Graduação Profissional em Teologia Prática (PP-GPTP) e no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião (PPGCR). Mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS, com estágio de pesquisa doutoral na Università di Roma "La Sapienza", e com estágio de pesquisa pós-doutoral em Ciências da Comunicação pela UNISINOS e em Ciências da Religião pela PUC Minas. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela UFRGS. Coordenador do Grupo de Reflexão sobre Comunicação da CNBB e colaborador do Instituto Humanitas Unisinos (IHU). Integra também o grupo de trabalho internacional e interdisciplinar sobre inteligência artificial do Conselho Episcopal Latino-Americano e do Caribe (CELAM).

---

## Endereço para correspondência

### MOISÉS SBARDELOTTO

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais  
Instituto de Filosofia e Teologia  
Av. Dom José Gaspar, 500, Prédio 4  
Coração Eucarístico, 30535-901  
Belo Horizonte, MG, Brasil

*Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.*