



SEÇÃO: INFLUENCIADORES DIGITAIS CATÓLICOS

A missão evangelizadora da Igreja em tempos de padres influenciadores

The Church's evangelizing mission in times of influential priests

La misión evangelizadora de la Iglesia en tiempos de sacerdotes influyentes

Aline Amaro da Silva¹

orcid.org/0000-0001-6467-7262
silva.alineamaroda@gmail.com

Recebido em: 2 jun. 2024.

Aprovado em: 14 set. 2024.

Publicado em: 05 dez. 2024.

Resumo: O presente artigo é um recorte da pesquisa desenvolvida em conjunto com outros pesquisadores, publicada na íntegra na obra *Influenciadores Digitais Católicos: efeitos e perspectivas* (Medeiros, 2024). O estudo reflete sobre o fenômeno dos padres influenciadores, que apresentam múltiplas e bem distintas presenças na rede, examinando o impacto deles na evangelização no Brasil. A pesquisa utiliza um estudo de caso do padre Paulo Ricardo para ilustrar como líderes religiosos utilizam plataformas digitais para disseminar a fé. A análise aborda a influência desses padres no contexto tanto sociopolítico quanto teológico, destacando as novas formas de autoridade e identidade eclesial que competem com as estruturas tradicionais da Igreja. O artigo discute como a influência digital segue a lógica da economia da atenção, em contraposição aos princípios do processo de evangelização. Apesar das oportunidades oferecidas pela digitalização, há desafios significativos que exigem prudência e responsabilidade para manter a autenticidade e os princípios da fé cristã em meio à cultura digital. A pesquisa ressalta a necessidade de uma comunicação eclesial que promova a unidade, o diálogo sinodal e a caridade, evitando discursos hostis e polarizadores.

Palavras-chave: influência; evangelização digital; catolicismo brasileiro; eclesiologia; padre Paulo Ricardo.

Abstract: This article is an excerpt from research developed in conjunction with other researchers, published in full in the book "Catholic Digital Influencers: Effects and Perspectives" (Medeiros, 2024). The study reflects on the phenomenon of influential priests who have multiple and very distinct presences on the internet, examining their impact on evangelization in Brazil. The research uses a case study of Father Paulo Ricardo to illustrate how religious leaders use digital platforms to spread the faith. The analysis addresses the influence of these priests in both the sociopolitical and theological contexts, highlighting the new forms of ecclesial authority and identity that compete with the traditional structures of the Church. The article discusses how digital influence follows the logic of the attention economy, in contrast to the principles of the evangelization process. Despite the opportunities offered by digitalization, there are significant challenges that require prudence and responsibility to maintain the authenticity and principles of the Christian faith in the midst of digital culture. The research highlights the need for ecclesial communication that promotes unity, synodal dialogue and charity, avoiding hostile and polarizing discourses.

Keywords: influence; digital evangelization; brazilian catholicism; ecclesiology; father Paulo Ricardo.

Resumen: Este artículo es un extracto de la investigación desarrollada junto con otros investigadores, publicada íntegramente en la obra "Catholic Digital Influencers: efectos y perspectivas" (Medeiros, 2024). El estudio reflexiona sobre el fenómeno de los sacerdotes influyentes que tienen presencias múltiples y muy distintas en la red, examinando su impacto en la evangelización en Brasil. La investigación utiliza un estudio de caso del padre Paulo Ricardo para ilustrar cómo los líderes religiosos utilizan las plataformas digitales para difundir la fe. El análisis aborda la influencia de estos sacerdotes tanto en el contexto sociopolítico como



¹ Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas), Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.

teológico, destacando nuevas formas de autoridad e identidad eclesial que compiten con las estructuras tradicionales de la Iglesia. El artículo analiza cómo la influencia digital sigue la lógica de la economía de la atención, en contraste con los principios del proceso de evangelización. A pesar de las oportunidades que ofrece la digitalización, existen desafíos importantes que requieren prudencia y responsabilidad para mantener la autenticidad y los principios de la fe cristiana en medio de la cultura digital. La investigación destaca la necesidad de una comunicación eclesial que promueva la unidad, el diálogo sinodal y la caridad, evitando discursos hostiles y polarizadores.

Palabras clave: influencia; evangelización digital; catolicismo brasileño; eclesiología; padre Paulo Ricardo.

Introdução

A influência digital é uma realidade em diversas nações que têm a população altamente engajada nas redes sociais. De acordo com pesquisas recentes, o Brasil é um dos países no mundo com maior taxa de adesão à internet e maior número de influenciadores digitais, portanto com uma sociedade e cultura em processo intenso de digitalização. Um fenômeno particular são os influenciadores digitais da fé. A fim de refletir sobre esse cenário comunicativo-religioso brasileiro, o presente artigo apresenta algumas das principais características e questões sobre a influência digital católica, a partir da análise da *performance* midiática de padres influenciadores.

Partiu-se do questionamento: do ponto de vista comunicativo, teológico e eclesiológico, que tipo de impacto a influência digital gera no catolicismo popular brasileiro, sobretudo no processo de evangelização? Além do método bibliográfico, a pesquisa faz uso da técnica de estudo de caso, delimitando para o *corpus* de análise os padres influenciadores que se encaixam nas categorias de arauto da verdade e de pároco digital. A partir da perspectiva comunicacional, social e teológica, tal perfil midiático presbiteral é exemplificado pelo estudo da *performance* do padre Paulo Ricardo de Azevedo Júnior, das mídias tradicionais às digitais.

O texto foi dividido em três partes. A primeira aborda as características únicas da influência digital no Brasil. A segunda traz a análise da comunicação do objeto de estudo, que demonstra uma parcela do amplo fenômeno dos influenciadores católicos. Por fim, expõem-se os questionamen-

tos e as contribuições da influência digital para a evangelização e a pastoral na contemporaneidade. Este artigo, que apresenta alguns dos principais resultados da pesquisa divulgada na obra *Influenciadores Digitais Católicos: efeitos e perspectivas* (Medeiros, 2024), reflete, de forma especial, sobre as consequências e possibilidades evangelizadoras-pastorais do fenômeno da influência na Igreja Católica hoje.

1 Influência Digital e Fenômeno dos Influenciadores Digitais Católicos no Brasil

Influência é relevância; ela não é medida apenas pelo número de seguidores, mas por sua capacidade de pautar conversas, debates e discussões, isto é, gerar engajamento real. Para o influenciador, um dos seus maiores ativos é a autenticidade e a sua *performance* de expressar o seu "ser real" ou "parecer real", pois as pessoas confiam e preferem pessoas reais e autênticas. Outro fator de seguimento é a habilidade do influenciador e da equipe de disponibilizar conteúdos relevantes ao seu público.

A influência digital segue a lógica e dinâmica da economia da atenção, na qual a atenção do usuário é o ativo econômico, o valor real, a moeda da economia de dados. Ao passar da economia do dom, perspectiva inicial da internet que visava ao compartilhamento gratuito de informações e à construção de conhecimento colaborativo, à economia da atenção, que busca lucrar com os dados pessoais dos usuários, a influência digital se tornou um certo tipo de autoridade, exercendo algum nível de domínio em relação a seus seguidores.

As mensagens que chegam aos usuários dessas plataformas são baseadas em gostos, opções, crenças, ideologias e valores referentes a cada um, o que permite uma influência microsegmentada, com alto poder de persuasão. Essa influência, muitas vezes modulada por sistemas algorítmicos, introduz um elemento-gestor não humano neste suposto novo tipo de dominação (Silveira; Souza; Cassino, 2022, p. 3-4).

No mercado de influência digital, o Brasil se

encontra no segundo lugar do *ranking* da pesquisa desenvolvida pela consultoria Nielsen de 2022, atrás somente dos EUA (Extra [...], 2023). Além disso, o Brasil é o país com a maior população católica do mundo, representando sozinho cerca de 10% dos católicos de todo o globo. Ao combinar esses dois fatores, o Brasil está se tornando o maior mercado de influência digital católica no mundo.

A influência digital tem suas raízes na cultura participativa da *web 2.0*. Lembra-se dos primeiros *blogs* e do surgimento das redes sociais? Foi nesse contexto que a principal característica da rede começou a se manifestar: a interatividade entre os usuários. Na *web 1.0*, observou-se uma migração da comunicação de massa ou tradicional para a internet, com grandes portais divulgando conteúdo. O diferencial da *web 2.0*, que revolucionou a comunicação até então, reside na produção e disseminação de conteúdo pelos próprios usuários – indivíduos comuns que compartilhavam gostos, opiniões, saberes e *hobbies* com outros usuários.

O que inicialmente foi percebido como um *hobby* pelo mercado e [...] comunicação tradicionais se profissionalizou. De acordo com a plataforma Youpix [...], com a organização do negócio os influenciadores passaram a ter: visibilidade, periodicidade, parceria com marcas, entregas (de conteúdos), acompanhamento (monitoramento), relevância e foco no conteúdo. [...] um cenário contemporâneo instituído, com lógicas próprias de funcionamento e que gera impacto comunicacional e econômico (Camargo; Estevanim; Silveira, 2017, p. 104).

Muitos desses indivíduos começaram a atrair um grande número de seguidores e passaram a profissionalizar sua produção, aumentando a periodicidade das postagens e obtendo patrocínio de marcas e empresas. Com essa mudança de intencionalidade, de uma comunicação gratuita a uma ação lucrativa, a lógica passou da economia do dom à economia da atenção. Não se tratava mais de partilhar um bem, mas sim de reter a atenção do maior número possível de pessoas pelo maior tempo possível. Dessa forma, a influência digital se consolidou como uma profissão. A pesquisa já citada da Nielsen de 2022 revela

que, atualmente, há mais influenciadores digitais com mais de 10 mil seguidores no Brasil do que médicos e engenheiros.

Segundo dados da pesquisa *We Are Social* (Kemp, 2024), o Brasil é o segundo país no mundo onde a população gasta mais tempo na internet diariamente, com uma média de 9 horas e 13 minutos por dia. Embora a influência digital possa ser divertida, interessante e, muitas vezes, útil, é crucial refletir criticamente sobre o quanto esses influenciadores impactam o dia a dia das pessoas, a fim de que eles possam se posicionar conscientemente nos espaços digitais.

Os influenciadores digitais católicos são indivíduos que utilizam plataformas digitais, como redes sociais, *blogs* e canais de vídeo, para disseminar conteúdos relacionados à fé católica, à doutrina, aos valores e às práticas religiosas. Grande parte desses influenciadores frequentemente combina elementos tradicionais da teologia e da devoção popular com estratégias modernas de comunicação para alcançar um grande público. Esse fenômeno traz oportunidades para a evangelização e o engajamento com um público amplo, mas também levanta questões preocupantes sobre seu efeito na Igreja e na sociedade.

De acordo com a obra *Influenciadores Digitais Católicos: efeitos e perspectivas* (Medeiros et al., 2024), esses influenciadores têm um impacto significativo no ecossistema comunicativo eclesial. A pesquisa revela que, além de promoverem a fé, muitos deles moldam práticas pastorais e teológicas, influenciando diretamente a comunicação religiosa contemporânea. Contudo, há uma apreensão crescente com a manipulação de conteúdos religiosos para fins pessoais ou coletivos específicos. Muitos influenciadores digitais, com conteúdo seletivo da doutrina e piedade católica, estão gerando escolas de pensamento e comportamento. Existem grupos de influência fundamentados em estereótipos moralistas e fundamentalistas que tendem a ser excludentes àqueles que não se encaixam no seu molde e críticos em relação à linha institucional da Igreja atual caracterizada pela sinodalidade e saída

missionária.

A autorreferencialidade é uma característica marcante nos influenciadores digitais, em geral, a qual também predomina entre os católicos, manifestando-se tanto na linguagem quanto no conteúdo. Em vez de intensificarem o sentido de comunidade, as práticas dos influenciadores católicos, em sua maioria, demonstram um tom e uma pauta egocêntricos, o que desvia o foco da mensagem central do Evangelho.

Um expressivo subfenômeno, dentro do fenômeno da influência digital católica, é a quantidade majoritária de padres *influencers*. Apesar de apresentarem posicionamentos bastante distintos, é possível observar, nos padres influenciadores estudados, um esforço constante em reiterar o título de "padre", o que parece legitimar sua autoridade, considerada fundamental para a consolidação de sua figura pública como influenciador digital. Vamos estudar, de forma sintética, o caso da influência do padre Paulo Ricardo, que representa e exemplifica um dos grandes perfis da influência digital católica brasileira.

2 Estudo de Caso: *Influencer Padre Paulo Ricardo*

Padre Paulo Ricardo de Azevedo Júnior é considerado um dos pioneiros da influência digital católica no país. Atuando na internet há 18 anos, ele visa ensinar os ensinamentos da fé católica através de discursos informativos, formativos e opinativos. Sua abordagem polariza opiniões, sendo venerada por alguns e criticada por outros. A análise de sua influência serve como exemplo dos nichos de influenciadores digitais católicos que se posicionam como arautos da verdade e párocos digitais. O estudo de caso foi realizado através de levantamento bibliográfico, coleta de dados na *web* e entrevistas em profundidade.

2.1 Trajetória Comunicativa

Padre Paulo Ricardo iniciou sua atuação midiática na TV Canção Nova, com programas como *Oitavo Dia* em 2007. Desde novembro de 2006, desenvolve conteúdo na internet voltado para espiritualidade, teologia e devoções. Atualmen-

te, suas plataformas digitais são gerenciadas por uma equipe profissional. A motivação para seu apostolado digital surgiu em resposta a um apelo do papa Bento XVI, para que sacerdotes se engajassem na evangelização pela internet (Nossa [...], 2021). Desde então, sua equipe, seu conteúdo e seu público cresceram significativamente, consolidando sua influência digital.

Observando o conteúdo multiplataformas do padre Paulo Ricardo, percebe-se o caráter majoritariamente impessoal, formativo, doutrinal, catequético e devocional. Seus principais infoprodutos são cursos pagos para formação teológica e espiritual, como Terapia das Doenças Espirituais, Revolução e Marxismo Cultural, Engenharia da Santidade, entre outros. Além disso, ele oferece conteúdos gratuitos no YouTube organizados em *playlists*, como A Resposta Católica, Conversas de Família, Homilia Diária e Homilia Dominical (Padre Paulo Ricardo, 2010).

Em suas plataformas digitais, o padre Paulo Ricardo publica vídeos, artigos e postagens nas redes sociais Facebook, Instagram, X, antigo Twitter, Spotify e SoundCloud. Seus canais são geridos com estratégias de *marketing* digital e busca ativa de *leads* para venda de assinaturas de seus cursos. Uma situação que chamou a atenção, em sua produção, foi em um vídeo de 4 de janeiro de 2019, no qual ele divulgou informações falsas sobre a Suécia, gerando desconfiança quanto à legitimidade de seu conteúdo (Embaixada [...], 2019).

Um atributo distintivo do caminho como influenciador do padre Paulo Ricardo é que ele iniciou a construção de sua notoriedade e autoridade através do processo de celebração, na mídia de massa, e de suas ações no cenário político-ecclesial, para depois migrar e se tornar uma personalidade digital. Entre as classificações de influenciadores, ele se enquadra na categoria de "influenciador de autoridade" (Camargo; Estevanim; Silveira, 2017, p. 105), sendo visto por seus seguidores como um especialista em catolicismo, de modo a representar a figura estereotipada do "verdadeiro padre", com posicionamentos e uma "cultura verdadeiramente católica".

A comunicação do padre Paulo Ricardo é marcada pelo uso do vídeo como principal meio de persuasão. Seus conteúdos, nas redes sociais, têm caráter comercial, com constantes chamadas para ação e venda de cursos. A estética de suas plataformas é chamativa e dramática, com fundo escuro e detalhes em amarelo dourado, simbolizando tradição e conservadorismo.

2.2 Influências Políticas e Eclesiais

Padre Paulo Ricardo possui intensa atuação na Igreja e sociedade, participando desde eventos católicos até conferências políticas. Em certas ocasiões, ele declarou apoio a figuras como Olavo de Carvalho e Jair Bolsonaro, compartilhando as bandeiras de luta da direita conservadora contra o aborto, o marxismo cultural, a ideologia de gênero e a teologia da libertação (Py, 2021).

Sua influência na política é evidente em suas participações em eventos na Câmara dos Deputados e no Senado, nos quais ele discursa sobre temas alinhados com a direita conservadora. Suas opiniões e seu apoio a figuras políticas conservadoras mostram seu envolvimento ativo na promoção de uma agenda política específica dentro e fora da Igreja. Tal influência política do padre Paulo Ricardo despertou a atenção do STF, que começou a monitorar seu canal no Telegram, em 23 de março de 2022, por ordem do ministro Alexandre de Moraes. O canal do padre Paulo Ricardo ocupa a 43ª posição na lista dos 100 canais mais visualizados no Telegram no Brasil (Padre [...], 2022).

O padre Paulo Ricardo representa uma vertente conservadora do catolicismo, marcada por uma teologia precedente ao Concílio Vaticano II e oposição à teologia da libertação e às missões populares, que considera terem ocasionado uma abertura excessiva ao diálogo científico e uma perda da tradição da Igreja. Ele influencia parte das novas gerações de padres com um perfil clericalista, valorizando uma Igreja hierárquica e tradicional (Brighenti, 2021, p. 39). Seu perfil teológico e eclesial foi constituído ao longo dos anos de sua formação acadêmica e presbiteral, tendo a influência dos papas João Paulo II e Ben-

to XVI, de figuras eclesiais, como dom Eugênio de Araújo Sales, além de referências filosóficas, como Olavo de Carvalho. Com participação no Movimento da Renovação Carismática Católica, o padre Paulo Ricardo de Azevedo Júnior é um dos ícones mais influentes da vertente católica conservadora e carismática do Brasil.

2.3 Análise de Conteúdo

Vídeos do canal do padre Paulo Ricardo no YouTube foram analisados entre os anos de 2021 e 2022. Para a seleção dos 12 vídeos que compõem o *corpus* da apreciação, foram considerados critérios como número de visualizações, engajamento e relevância de conteúdo para os objetivos da pesquisa. Foram escolhidos dois vídeos de 2022 e dez da *playlist* dos mais populares. O período cronológico não foi seguido, pois, no YouTube, vídeos antigos podem aparecer nos destaques e no *feed* de sugestões, assim como vídeos recentes. Além disso, a relevância dos vídeos foi avaliada com base nos eixos da pesquisa – comunicacional, sociopolítico e teológico-eclesial – e na observação dos temas mais recorrentes.

A análise de seus principais vídeos revela temas recorrentes, como marxismo cultural, doenças espirituais e devoções marianas, evidenciando um discurso frequentemente ligando fé à política. A partir do estudo do *corpus* de pesquisa, foram delimitadas três categorias de análise. As categorias escolhidas – guerra cultural, combate espiritual e busca da verdade – são elementos-chave para compreender tanto a mensagem do padre Paulo Ricardo quanto o impacto pessoal, eclesial e social de sua influência.

2.3.1 Guerra Cultural

A expressão "guerra cultural", usada com frequência nos discursos do padre Paulo Ricardo e de outros influenciadores digitais católicos, aparece pela primeira vez na obra *Culture Wars: The Struggle To Define America*, de James Hunter (1991). Segundo Melo e Vaz (2021, p. 6), o conceito está ligado a conflitos morais, como debates sobre aborto, papel da mulher, sexualidade e gênero. A guerra cultural se caracteriza por uma grande

transformação moral seguida da reação de grupos conservadores. Inicialmente um conceito norte-americano, a guerra cultural se globalizou, influenciando o discurso conservador brasileiro.

Na política, o termo ganhou destaque na convenção republicana de 1992, trazendo conflitos morais para o debate público. Melo e Vaz (2021, p. 7) destacam que a guerra cultural intensifica a polarização social e eclesial, dividindo a Igreja Católica em torno de temas moralistas e complexos, que exigem abordagens mais profundas e abrangentes. A utilização do termo "guerra", em vez de "debate", denota agressividade e identifica inimigos dentro do próprio grupo. O discurso de guerra cultural promove a divisão, exacerbando a polarização e dificultando a vivência cristã essencial baseada na caridade.

2.3.2 Combate Espiritual

Mais uma expressão recorrente que denota conflito e agressividade. Ligada à guerra cultural, a temática do combate espiritual é central na comunicação do padre Paulo Ricardo. Essa visão dualista de bem e mal, graça e pecado, está muito presente em suas aulas e homilias. Ele apresenta a fé como uma escolha entre dois caminhos, vinculando aliados e inimigos a uma guerra espiritual (Marxismo [...], 2012).

A teologia do combate espiritual é comum em vertentes (neo)pentecostais e católicas. No passado, essa abordagem causou violência e discriminação contra minorias. Hoje, utiliza-se do interesse por espiritualidade como estratégia política para mobilizar seguidores, conforme Mariz (1999). O combate espiritual moderno ocorre nas fronteiras digitais, fomentando a hostilidade entre grupos religiosos e polarização. Silveira (2022) interpreta a cruzada digital como uma construção reativa contra a cultura moderna, que mistura heranças históricas com novas estratégias de comunicação digital. A atmosfera bélica gerada por essa retórica leva a atitudes de vigilância e medo, criando um ambiente de *jihad* católica digital, em que cristãos hostilizam pessoas de distintas crenças ou sem crenças e mesmo outros cristãos. Enquanto a "guerra cultural" provoca pã-

nico moral, a "guerra santa" resulta em terrorismo espiritual. Embora o conceito de Reino de Deus sempre crie uma tensão entre fé e política, esse comportamento hostil contradiz a mensagem de unidade e paz do Evangelho (Mt 12, 25).

2.3.3 Busca da Verdade

A busca pela verdade é um tema periódico nos conteúdos do padre Paulo Ricardo que reflete uma necessidade intrínseca ao ser humano de orientação que lhe dê segurança. Filosoficamente, a verdade implica uma concordância entre ser e saber, mas a interpretação da verdade é sempre histórica e sujeita a novas compreensões (Baumgartner, 1993).

Em alguns dos seus vídeos, padre Paulo Ricardo afirma possuir a verdade (A Rússia [...], 2018), o que pode ser considerado uma pretensão perigosa que é compartilhada por diversos influenciadores digitais católicos. "A suposta verdade inexpugnável da qual são porta-vozes, leva-os a noções sectárias: ideias e práticas diferentes ou divergentes devem ser estripadas, extirpadas" (Silveira, 2022, p. 52). Nesse sentido, seu discurso pode distorcer a compreensão dos ensinamentos da fé, misturando opinião pessoal com doutrina oficial da Igreja. A verdade de fé, segundo a teologia cristã, deve ser vivida e interpretada à luz da Palavra de Deus, sem ser absolutizada. Portanto, ela não pode ser limitada a um evento espiritual desprovido de contexto e raízes históricas nem reduzida a uma opinião ou reflexão crítica social (Meyer, 1993). Um discurso que se apropria da verdade já contém em si uma distorção desta, e, quando inserido em um processo de influência, pode levar à manipulação dos seguidores. Afinal, "em virtude da incompreensibilidade fundamental de Deus, a Igreja busca a verdade; ela não a possui" (Böttigheimer, 2012, p. 502).

Apesar de abordar temas relevantes para a vida cotidiana de fé e se basear em uma teologia tradicional, a controvérsia em torno dos ensinamentos de Paulo Ricardo reside nas mensagens explícitas ou implícitas em seu discurso. Essas mensagens podem levar os receptores a confundirem o que é opinião pessoal com o que constitui o depósito

da fé e o ensinamento oficial da Igreja.

Sendo assim, a influência de padre Paulo Ricardo demonstra a necessidade de uma revisão da comunicação digital feita por influenciadores católicos. A comunicação *on-line* realmente católica deve priorizar a unidade eclesial, o espírito conciliar e o diálogo sinodal. Portanto, evangelizar, no contexto digital, exige prudência, responsabilidade e capacidade de adaptar a mensagem às rápidas mudanças culturais (EG 41), sem perder a essência da fé cristã.

3 Reflexões Pastorais sobre a Influência Digital

A partir das linguagens e dinâmicas de interação digital, emerge um novo modelo de comunicação, identidade e autoridade eclesial que contrabalança e compete com a estrutura comunicativa hierárquica e magisterial tradicionalmente estabelecida (Silva, 2021b). A rede, entendida como um ecossistema comunicativo que abrange não apenas a socialização humana, mas também a educação e a vivência da fé, é um lugar teológico crucial para a leitura dos fenômenos contemporâneos à luz da fé. É nela que se pode perceber como esses acontecimentos questionam e interpelam os ensinamentos e as práticas cristãs (Silva, 2021a). Dessa forma, o fenômeno dos influenciadores digitais católicos no Brasil, dos quais padre Paulo Ricardo é um ícone, apresenta desafios significativos para a comunicação e o ensino oficial da fé cristã em uma cultura digital que promove seus próprios profetas.

A influência digital se configura como uma profissão cujas práticas estão amplamente ligadas a aspectos mercadológicos e econômicos. Para alcançar visibilidade e engajamento, os influenciadores seguem estratégias algorítmicas definidas pelas próprias plataformas. Essas mídias digitais privilegiam conteúdos com potencial de viralização, por isso acabam disseminando conteúdo com elementos personalistas, conflituos e sensacionalistas, que fomentam a criação de bolhas de opinião entre indivíduos de pensamento similar.

Nesse cenário, um influenciador digital católico que atue conforme as lógicas digitais enfrentará grandes desafios ao tentar estruturar suas ações de acordo com os valores evangélicos de escuta e caridade, especialmente em suas dimensões mais profundas. Embora seja possível viver tais valores nas redes sociais e a presença digital esteja ao alcance de todos, a especificidade da atuação dos influenciadores digitais católicos, muitas vezes, entra em conflito com várias das premissas da evangelização e da pastoralidade.

A pesquisa mostrou como muitos influenciadores resistem em caminhar com a Igreja dos tempos de Francisco. Observou-se que, nos conteúdos produzidos por grandes influencers católicos, raramente se discutem questões eclesiais contemporâneas importantes, como a sinodalidade, o apelo por uma Igreja aberta ao diálogo e missionária ou os temas prioritários da evangelização da Igreja no Brasil, como os desafios pastorais da realidade urbana.

Paralelamente, a Igreja Católica mantém práticas comunicativas institucionais analógicas, isto é, ainda se baseia em notas oficiais ao público e à imprensa. Embora haja um crescimento considerável das ações comunicacionais nos ambientes pastorais, principalmente pelo trabalho orgânico e capilar da Pastoral da Comunicação, essas práticas permanecem formais e pouco dialogam com a realidade diversa e midiaticizada da contemporaneidade.

Se as plataformas digitais favorecem a aproximação de indivíduos semelhantes, isso coloca em xeque um princípio evangélico fundamental: a construção fraterna do diálogo, especialmente com aqueles que pensam e vivem de modo diferente. Esse cenário fomenta o engajamento de visões teológicas dogmáticas e com forte apelo moral e regulatório. Observa-se, assim, um esvaziamento da centralidade evangélica, em prol de conteúdos simplificados e com maior potencial de reprodução e compartilhamento.

Portanto, aqueles que desejam contribuir para um caminho de evangelização integral precisam se orientar por critérios do Evangelho, lidos à luz das bases das Sagradas Escrituras, da Tradição,

do Magistério e das diretrizes para a práxis evangelizadora das Igrejas locais. Os pilares fundamentais para uma presença evangelizadora eficaz nas redes sociais, visando ao desenvolvimento integral do ser humano, incluem a primazia do Evangelho, da caridade, da graça, da sinodalidade e da unidade.

A primazia do Evangelho destaca a promoção da paz, essencial em um ambiente digital frequentemente marcado por conflitos culturais e religiosos. Como enfatiza o papa Francisco, a Igreja proclama o "Evangelho da paz" (Ef 6, 15), e a evangelização deve fomentar a reconciliação e a pacificação, transformando os corações e a sociedade (EG 262). Evangelizadores são, assim, chamados a evitar perfis de influenciadores que não aderem a esses princípios, bebendo da fonte do Evangelho para agir de forma coerente com o amor e o Reino de Deus.

A primazia da caridade exige que os evangelizadores digitais vivam o amor, de maneira integral, enfrentando os desafios da humanidade e promovendo o bem comum. Já a primazia da graça, conforme ensina o papa Francisco, conduz-nos à humildade e à confiança em Deus, que age nos irmãos, contrastando com discursos de influenciadores cristãos, que são verdadeiros profetas da desgraça, da desconfiança e da inimizade (EG 84-85). Para trilhar o caminho da graça, evangelizadores devem renunciar ao egocentrismo e permitir que Jesus Cristo seja o centro da missão, deixando de lado o anseio por fama e sucesso (Dicastério, 2023, n. 79). A graça permite que, mesmo em espaços desérticos digitais, evangelizadores sejam fontes de vida e esperança para outros (EG 86).

A sinodalidade, um aspecto essencial da Igreja (Aquino Júnior, 2022), enfatiza a escuta e a participação ativa dos fiéis, combatendo o clericalismo e promovendo a dignidade de cada batizado. Todos os cristãos são microinfluenciadores, capazes de estabelecer vínculos com o Reino de Deus em suas relações (Dicastério, 2023, n. 74). Com a crescente influência nas mídias digitais, a responsabilidade de agir em nome da comunidade e não de opiniões pessoais se torna crucial. A unidade

eclesial, desafiada pelo ambiente diversificado das redes sociais, deve ser promovida através da acolhida e da convivência fraterna, superando o individualismo e contribuindo para a paz social e a comunhão eclesial (EG 88).

4 Considerações finais

Uma das principais contribuições da pesquisa é explicitar a distinção entre influência digital e evangelização digital. Observou-se que todas as pessoas conectadas na rede estão imbricadas, em certo grau e nível, na dinâmica da influência digital, isto é, influenciam e são influenciadas.

No entanto, ainda que um influenciador digital socialize conteúdos relacionados ao catolicismo, isso não torna tal comunicação necessariamente uma prática evangelizadora. O estudo não julga a intencionalidade dos influenciadores da fé, apenas aponta para a necessidade de critérios para uma interação e presença digital que contribua para um processo evangelizador integral que leve a encontros autênticos com Jesus Cristo e à vivência comunitária.

A influência digital de padre Paulo Ricardo exemplifica os desafios e impactos da atuação de padres como influenciadores digitais. Sua presença *on-line* molda comportamentos e opiniões dentro do catolicismo brasileiro, polariza debates e promove uma visão conservadora da fé. A análise da trajetória e do conteúdo da comunicação de Paulo Ricardo revela a complexidade de sua influência e a necessidade de uma compreensão crítica do papel dele e dos demais influenciadores digitais católicos na ação evangelizadora da Igreja.

Referências

A RÚSSIA espalhará os seus erros pelo mundo: aula sobre Fátima e o Comunismo. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (1 h). Publicado pelo canal Padre Paulo Ricardo. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GaJcVEz_4EE. Acesso em: 25 mar. 2023.

AQUINO JÚNIOR, Francisco de. Sinodalidade como "dimensão constitutiva da Igreja": retomando e aprofundando a eclesiologia conciliar. *Revista Eclesiástica Brasileira*, [S. l.], v. 82, n. 321, p. 8-23, abr. 2022. DOI: 10.29386/reb.v82i321.3933. Disponível em: <https://revistaeclesiasticabrasileira.itf.edu.br/reb/article/view/3933>. Acesso em: 2 jun. 2024.

BAUMGARTNER, Hans Michaem. Verdade/Certeza. In: EICHER, Peter. *Dicionário de Conceitos Fundamentais em Teologia*. São Paulo: Paulus, 1993. p. 967-972.

BÍBLIA. Bíblia de Jerusalém. São Paulo: Paulus, 2002.

BÖTTIGHEIMER, Christoph. Verdade da Fé. In: BEINERT, Wolfgang. *Novo Léxico da Teologia Dogmática Católica*. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 502-503.

BRIGHENTI, Agenor. *O novo rosto do clero: perfil dos padres novos no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2021.

CAMARGO, Isadora; ESTEVANIM, Mayanna; SILVEIRA, Stefanie C. da. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. *Revista Comunicare*, São Paulo, v. 17, p. 96-118, 2017. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/sites/5/2020/12/comunicare17-especial.pdf>. Acesso em: 23 out. 2024.

DICASTÉRIO para a comunicação. *Rumo à presença plena: Uma reflexão pastoral sobre a participação nas redes sociais*. Roma: [s. n.], 2023. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_pt.html. Acesso em: 24 fev. 2024.

EMBAIXADA da Suécia desmente fakenews de 'padre bélico'. *Instituto Humanitas Unisinos*, [S. l.], jan. 2019. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/586060-embaixada-da-suecia-desmente-fake-news-de-padre-belico-de-mt-ligado-a-bolsonaro>. Acesso em: 25 abr. 2024.

EXTRA 25 anos: Brasil já tem mais influenciadores digitais do que advogados e médicos. *Extra*, [S. l.], abr. 2023. Seção Economia. Disponível em: <https://extra.globo.com/economia/noticia/2023/04/extra-25-anos-brasil-ja-tem-mais-influenciadores-digitais-do-que-advogados-e-medicos.ghtml>. Acesso em: 17 set. 2023.

FRANCISCO, Papa. *Exortação Apostólica Evangelii Gaudium sobre o anúncio do Evangelho no mundo actual*. Roma: [s. n.], 2013. Disponível em: http://www.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html. Acesso em: 10 fev. 2024.

HUNTER, James. *Culture Wars: The Struggle To Define America*. New York: Basic Books, 1991.

KEMP, Simon. Digital 2024: Global Overview Report. *Data Reportal*, [S. l.], jan. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em: 31 maio 2024.

MARIZ, Cecília Loreto. A teologia da batalha espiritual: uma revisão da bibliografia. *BIB — Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, n. 47, p. 33-48, jan. 1999. Disponível em: <https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/213>. Acesso em: 31 mar. 2023.

MARXISMO Cultural e Revolução Cultural: visão histórica. [S. l.: s. n.], 2012. 1 vídeo (59 min). Publicado pelo canal Padre Paulo Ricardo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FJi7CugwzVw>. Acesso em: 25 mar. 2023.

MEDEIROS, Fernanda de Faria *et al.* *Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas*. São Paulo: Ideias & Letras: Paulus, 2024.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de; VAZ, Paulo. Guerras Culturais: conceito e trajetória. *Revista Eco-Pós*, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 6-40, nov. 2021. DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27791. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27791. Acesso em: 26 mar. 2023.

MEYER, Ivo. Verdade em perspectiva bíblico-teológica. In: EICHER, Peter. *Dicionário de Conceitos Fundamentais em Teologia*. São Paulo: Paulus, 1993. p. 972-976.

NOSSA Missão. *Christo Nihil Proponere*, [S. l.], ago. 2021. Disponível em: <https://padrepauloricardo.org/nossa-missao>. Acesso em: 30 jan. 2023.

PADRE Paulo Ricardo vai ser monitorado no Telegram a mando do STF. *Acidigital*, [S. l.], mar. 2022. Seção Notícias. Disponível em: <https://www.acidigital.com/noticias/padre-paulo-ricardo-vai-ser-monitorado-no-telegram-a-mando-do-stf-37656>. Acesso em: 04 jun. 2022.

PY, Fábio. Padre Paulo Ricardo: trajetória política digital recente do agente ultracatólico do cristofascismo brasileiro. *Revista Tempo e Argumento*, Florianópolis, v. 13, n. 34, p. 1-28, set./dez. 2021. DOI: <https://doi.org/10.5965/2175180313342021e0202>. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/tempo/article/view/2175180313342021e0202>. Acesso em: 23 out. 2024.

RICARDO, Padre Paulo. Canal Padre Paulo Ricardo. *Youtube*, [S. l.], abr. 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/@padrepauloricardo>. Acesso em: 31 maio 2024.

SILVA, Aline Amaro da. *Amigas e amigos no Amigo: uma cristologia comunicativa da amizade em tempos digitais e de pandemia*. 2021. Tese (Doutorado em Teologia) — Faculdade de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021a. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9743>. Acesso em: 02 abr. 2023.

SILVA, Aline Amaro da. Eclesiologias digitais em construção: os modos de ser Igreja em tempos digitais e pandêmicos. *Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 51, n. 1, p. 1-13, jan./dez. 2021b. DOI: <https://doi.org/10.15448/0103-314X.2021.1.41629>. Disponível em: <https://revista-seletronicas.pucrs.br/teo/article/view/41629>. Acesso em: 23 out. 2024.

SILVEIRA, Emerson José Sena da. Batinas reacionárias e a cruzada digital: quando um catolicismo claudicante chega ao tempo presente. *PLURA, Revista de Estudos de Religião / PLURA, Journal for the Study of Religion*, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 34-63, 2022. DOI: <https://doi.org/10.29327/256659.13.2-4>. Disponível em: <https://revistaplura.emnuvens.com.br/plura/article/view/2184>. Acesso em: 31 mar. 2023.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; SOUZA, Joyce; CASSINO, João Francisco (org.). *Colonialismo de Dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal*. Cotia: Autonomia Literária, 2022.

Aline Amaro da Silva

Doutora em Teologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre/RS, Brasil. Pós-Doutora pela Universität Graz (Uni-Graz), Graz, Áustria. Professora da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas), Belo Horizonte/MG, Brasil.

Endereço para correspondência:

ALINE AMARO DA SILVA

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Mestrado Profissional em Teologia Prática

Av. Dom José Gaspar, 500

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.