

Imagéticas digitais do clero católico brasileiro:¹ Concorrência, *commodities* e mediação

*Imagetics Profiles of the Brazilian Catholic Clergy: Competition,
Commodification, and Mediatization*

Emerson Sena da Silveira²

Universidade Federal de Juiz de Fora
Programa de Pós-graduação em Ciência da Religião
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-5407-596X>
E-mail: emerson.silveira@ufjf.br

Recepção: 16.04.2026
Aprovação: 05.05.2026



Resumo: Como se configuram os discursos clericais católicos nas redes digitais contemporâneas? A investigação parte da hipótese de que, no contexto do capitalismo digital e das lógicas algorítmicas, a atuação religiosa online de sacerdotes católicos amplia sua visibilidade, ao mesmo tempo em que molda e intensifica disputas históricas entre diferentes setores da Igreja, como conservadores

¹ O artigo é o desdobramento de dois projetos. Concluído em 2025, o primeiro foi intitulado “Entre tradição e justiça social: conflito, concorrência e construção de perfis eletrônicos do clero católico”, apoiado pela Universidade Federal de Juiz de Fora, por meio do CNPq-Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Minas Gerais, Brasil (Silveira & Rodrigues, 2025). Coordenado pelo autor, o projeto recebeu a contribuição inestimável da bolsista Maria Fernanda Medeiros Rodrigues, aluna do curso de Ciências Sociais.

O segundo, que encontra-se em andamento, é o projeto intitulado “Controvérsias em torno dos estudos da religião: Semântica de categorias-guia e mobilização social” (Processo: 300096/2025-9), apoiado com bolsa de produtividade (Nível C), concedida pelo CNPq, a quem muito agradeço.

² Doutor em Ciência da Religião e graduado em Ciências Sociais (Antropologia) pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bolsista de Produtividade em Pesquisa C pelo CNPq. Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Religião da UFJF, com estágios pós-doutorais em Antropologia Urbana e em Ciências da Religião. Desenvolve pesquisas na linha Religião, Poder e Espaço Público.

e não conservadores. A pesquisa utilizou uma metodologia quanti-qualitativa, com revisão bibliográfica parcial e observação sistemática de seis perfis de clérigos no Instagram, ao longo de um período de um ano e quatro meses, entre setembro de 2024 e janeiro/março de 2026. Os resultados indicam a existência de três grandes configurações tipológicas: o carismático-vedete, caracterizado pela espetacularização e pela lógica de produção e consumo; o conservador-doutrinário-catequético, voltado à reafirmação dogmática, ao reforço da autoridade hierárquica, à manutenção de comunidades virtuais de caráter sectário e à comercialização de conteúdos formativos; e o socioevangélico, orientado pela prática da justiça social e pela mobilização comunitário-pastoral em espaços públicos e políticos. O estudo evidencia a constituição de um universo sociodigital católico atravessado pelas lógicas da commodificação, da construção de personas digitais, do prosumidor e das disputas simbólicas, políticas e comunicacionais. Conclui-se que a presença do clero nesse espaço se configura como uma performance público-digital estruturada em três formas principais de atuação: a celebridade-vedete, a militante doutrinal-dogmática e a social-pastoral.

Palavras-chave: Clero católico; mediatização; imagética; capitalismo digital; autoridade religiosa.

Abstract: How are Catholic clerical discourses configured within contemporary digital networks? This study is grounded in the hypothesis that, within the context of digital capitalism and algorithmic logics, the online religious activity of Catholic priests expands their visibility while simultaneously shaping and intensifying longstanding disputes among different sectors of the Church, particularly between conservative and non-conservative currents. The research employed a mixed-methods approach, combining partial bibliographic review with the systematic observation of six clerical Instagram profiles over a period of one year and four months, from September 2024 to January/March 2026. The findings indicate the existence of three major typological configurations: the charismatic-celebrity type, characterized by spectacularization and by logics of symbolic production and consumption; the conservative-doctrinal-catechetical type, oriented toward dogmatic reaffirmation, the reinforcement of hierarchical authority, the maintenance of sectarian virtual communities, and the commercialization of formative content; and the socio-evangelical type, guided by the praxis of social justice and by community-pastoral mobilization within public and political spaces. The study demonstrates the emergence of a Catholic socio-digital universe shaped by the dynamics of commodification, the construction of digital personae, prosumer culture (prosumption), and ongoing symbolic, political, and communicative struggles. It concludes that clerical presence in this environment is configured as a public-digital performance structured around three principal modes of engagement: the celebrity-performer, the doctrinal-dogmatic militant, and the social-pastoral actor.

Keywords: Catholic clergy; mediatization; imagetics; digital capitalism; religious authority; Brazil.

INTRODUÇÃO

Nas últimas três décadas, o universo religioso brasileiro passou por transformações profundas, impulsionadas por mudanças socioeconômicas e políticas, pela pluralização religiosa e pela expansão das tecnologias de comunicação - das analógicas, como rádio e televisão, às digitais. Estas se tornaram englobantes e indispensáveis como instrumentos e como ambiente no qual as instituições e as expressões religiosas se reproduzem e se posicionam discursivamente em espaços sociais e públicos.

Houve uma reformulação das linhas quantitativas de forças que o Censo de 2022 mostrou. Os dados mais recentes revelam uma transformação profunda e contínua no cenário religioso brasileiro, marcada pela redução histórica do número de católicos, pelo avanço dos grupos evangélicos e pelo crescimento daqueles que se declaram sem religião. Entre 2010 e 2022, os católicos apostólicos romanos passaram de 65,1% para 56,7% da população, uma queda de 8,4 pontos percentuais que representa também diminuição em números absolutos, de 105,4 milhões para 100,2 milhões de pessoas. (IBGE, 2025.)

Em direção oposta, os evangélicos ampliaram sua presença de 21,6% para 26,9%, saltando de 35 milhões para 47,4 milhões de adeptos, consolidando-se como o segmento religioso que mais cresce no país, ainda que em ritmo menos acelerado do que nas décadas anteriores. O grupo dos sem religião também apresentou expansão, passando de 7,9% para 9,3% da população brasileira, o equivalente a 16,4 milhões de pessoas, indicando o fortalecimento de processos de secularização, desinstitucionalização da crença e individualização das experiências religiosas. Paralelamente, religiões de matriz afro-brasileira, como Umbanda e Candomblé, triplicaram sua participação percentual, passando de 0,3% para 1,0%, enquanto o espiritismo registrou leve retração, de 2,2% para 1,8% (IBGE, 2025).

As mudanças não ocorrem de forma homogênea. Há assimetrias regionais e socioculturais. O Nordeste permanece como a região mais católica do país, com 63,9% da população, seguido pela região Sul, com 62,4%, destacando-se o estado do Piauí, onde 77,4% ainda se declara católica. Os evangélicos apresentam maior concentração nas regiões Norte e Centro-Oeste, alcançando respectivamente 36,8% e 31,4% da população, sendo o Acre o estado com maior proporção evangélica do país, com 44,4%. O crescimento do grupo sem-religião mostra-se expressivo em estados como Rio de Janeiro e Roraima, ambos com 16,9% da população sem filiação religiosa formal, sugerindo contextos urbanos e socioculturais propensos à pluralização das identidades religiosas e à flexibilização dos vínculos institucionais tradicionais (IBGE, 2025).

Os dados também evidenciam diferenças significativas relacionadas a cor, raça, sexo, escolaridade e perfil etário. Entre os evangélicos, predomina a população parda, que corresponde a 49,1% do grupo, indicando a forte inserção desse segmento entre camadas populares e grupos historicamente marcados por desigualdades sociais. O espiritismo, por sua vez, concentra a maior proporção de pessoas brancas e apresenta os níveis mais elevados de escolaridade, com 48% dos adeptos possuindo ensino superior completo. As religiões afro-brasileiras

apresentam maior identificação entre pessoas pretas, alcançando 2,3% desse segmento populacional, aspecto que reforça as conexões entre identidade racial, memória cultural e pertencimento religioso. Entre os sem religião, observa-se predominância masculina, representando 56,2% do grupo (IBGE, 2025).

O perfil etário também aponta tendências relevantes para a compreensão das mudanças religiosas contemporâneas. Os evangélicos apresentam uma composição mais jovem, com forte presença nas faixas etárias inferiores, especialmente entre indivíduos de 10 a 14 anos, enquanto os católicos concentram-se de maneira mais significativa entre as populações idosas, alcançando 72% das pessoas com 80 anos ou mais. Embora o crescimento evangélico permaneça expressivo, os dados indicam desaceleração: se na década de 1990 o crescimento anual era de aproximadamente 6%, na última década caiu para cerca de 1,6% (IBGE, 2025).

A própria retração do catolicismo também demonstra sinais de desaceleração, sugerindo que o campo religioso brasileiro talvez caminhe menos para substituições lineares entre pertencimentos e mais para um cenário de pluralização, fragmentação e recomposição contínua das formas de crença, identidade e experiência religiosa. Entretanto, não nos é possível abordar, nos limites deste artigo, como as linhas de força quantitativas e qualitativas históricos-socioeconômicas e político-culturais, têm impactado a Igreja e o catolicismo como um todo (Camurça, 2024).

Por isso, o texto centrou-se em uma questão específica: como os perfis clericais eletrônicos produzem a imagética da tradição, da busca espiritual e da justiça-igualdade na era das plataformas digitais e do capitalismo financeiro-neoliberal, e, com isso, se manifestam, se reconfiguram, se complementam e se conflitam. Buscou-se compreender um dos impactos da presença religiosa digital do clero em meio à disputa entre os principais segmentos da Igreja Católica. A imagem construída pelos diferentes perfis digitais do clero católico brasileiro os posicionam em questões internas e externas ao catolicismo, especialmente aquelas relacionadas à politização da fé e à concorrência por legitimidade religiosa. Ao fazê-lo, o artigo dialoga com os processos da midiatização, comercialização e politização religiosa, contribuindo para a compreensão das dinâmicas do catolicismo.

Propomos duas hipóteses. Na primeira, argumentou-se que o ambiente digital, permeado por dinâmicas algorítmicas e lógicas de visibilidade e engajamento, favorece a emergência de novas formas de atuação público-imagética e potencializa imagens tradicionalistas-conservadoras e espiritualistas-individu-

ais, mas também aquelas pautadas pela justiça e igualdade social. Ressalta-se, contudo, que a visibilidade e atuação é assimétrica, uma vez que as dinâmicas das grandes plataformas – fruto da lógica do capitalismo financeiro-digital - tendem a favorecer discursos do senso-comum ligados à direita (meritocracia, empreendedorismo, moralismo, individualismo), acabando por conferir pesos distintos aos diferentes segmentos do universo religioso. As redes e plataformas não são uma arena hegemônica e uniformemente justa, equânime e democrática (de forma absoluta), mas um universo de disputas econômico-oligopólicas regido pela lógica de acumulação de capital, ao fim e ao cabo (Silveira, 2021; Ghiraldelli, 2025). A assimetria também se manifesta na vulnerabilidade das contas digitais. Enquanto os perfis de grande alcance e lógica comercial se expandem, perfis de ativistas sociais podem sofrer intervenções institucionais, como o do Júlio Lancellotti, resultando em queda imediata de suporte material para obras e causas sociais.

Na segunda, argumenta-se que, apesar das diferenças essenciais entre os estilos ou tipos-ideais de imagética, os perfis encontram-se submetidos às lógicas de commodificação ou mercadorização digital, da lógica do prosumidor e da persona digital (Hjarvard, 2012; Heep, 2013; Martino, 2020; Kaufman & Santaella, 2020; Esposti & Tirabassi, 2024). Mais adiante, esses conceitos serão articulados à pesquisa empírica. Esses processos transformaram os sacerdotes concretos-empíricos em personas digitais, por um lado, e por outro - em aglutinadores de fiéis em modo virtual-físico, uma construção midiática e mediada da realidade (Coul-dry & Hepp, 2017). Assim, este texto parte do pressuposto de que a presença dos sacerdotes nas mídias digitais não pode ser compreendida apenas como uma estratégia de evangelização ou atualização pastoral. Trata-se de um fenômeno inserido em processos mais amplos de mídia-comoditização do religioso, nos quais lógicas imagético-comunicacionais, mercadológicas e políticas atravessam a experiência religiosa e a produção da autoridade simbólica (Sbardelotto, 2012; Martino, 2020; Silva, Souza, Medeiros, Sbardelotto, Gomes 2024; Silveira & Silva, 2024). Na atuação digital de sacerdotes católicos saltam, assim, disputas em torno da definição do que é a imagem da tradição, da religião e da fé católicas, de como elas deveriam idealmente se relacionar com questões contemporâneas e de qual deveria ser o papel da instituição no mundo contemporâneo (Camurça, 2024).

Os resultados iniciais da pesquisa, mostraram a existência de três grandes tipos-ideais de imagética digital orientada: o vedete-midiático-espiritualizado, o conservador-doutrinário-dogmático e o socioevangélico ou pastoral-engajado, orientados à justiça social e à mobilização comunitária. Na primeira categoria,

podem ser situadas as figuras do vedetismo religioso: Padres Fábio de Melo;³ Marcelo Rossi;⁴ Reginaldo Manzotti.⁵ Na segunda, as figuras do ultraconservadorismo: Padre Paulo Ricardo⁶ e Padre Leonardo Wagner.⁷ Na terceira, as figuras do catolicismo social: Padre Júlio Lancelotti⁸ e Dom Vicente Ferreira.⁹ Porém, por conta dos limites textuais, tomou-se um perfil de cada tipologia-simbólica, elegendo-os ao modo da metodologia weberiana (Weber, 1999).

A tipologia weberiana permite analisar comparativamente a eficiência algorítmica de cada forma de atuação. Ao observar como o capital simbólico específico de cada tipo é convertido em visibilidade, seguidores e engajamento, torna-se possível perceber que modalidades baseadas em carisma personalizado, aconselhamento emocional e comunicação simplificada tendem a se adaptar com maior fluidez às lógicas neoliberais das plataformas digitais. A adoção dos tipos ideais como ferramenta comparativa permitiu compreender como lógicas distintas de autoridade religiosa respondem às mesmas pressões do capitalismo de plataforma. Eles tornam inteligíveis os conflitos e as polarizações que atravessam o universo católico, evidenciando, por exemplo, a tensão entre o polo da moral religiosa rígida e disciplinadora, característico do tipo conservador-doutrinário e o polo da inscrição pastoral nas urgências sociais, próprio do tipo socioevangélico. Entre ambos, o tipo carismático-vedete tende a ocupar uma posição intermediária, frequentemente deslocando a centralidade do debate teológico ou político para registros de psicologização da fé e mediação afetiva.

As análises de Péricles Andrade Jr (2013), mostram uma grande transformação no catolicismo com a emergência dos padres cantores, como Marcelo Rossi, e a questão do marketing, do espetáculo, e da psicologização do religioso. As de Py (2021), apontam para a emergência de uma nova trajetória política ultraconservadora no mundo digital inextricavelmente ligada a uma doutrina rígida, como a do sacerdote Paulo Ricardo. São os tipos-ideais de perfis que mais engajam. Esses cenários se diversificam e se complexificam. A seguir, o texto abordará o aspecto da imagética digital do clero católico.

³ Disponível em: <https://www.instagram.com/pefabiodemelo/>

⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/padremarcelorossi/>

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/padremanzotti/>

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/pepauloricardo/>

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/padreleonardowagner/>

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/padrejulio.lancellotti/>

⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/dom_vicente_ferreira/

EM NOME DAS REDES SOCIAIS

A consolidação das redes sociais como espaços centrais de sociabilidade, informação e disputa imagético-simbólica afetou diretamente as formas tradicionais de mediação religiosa institucional e abriu novas possibilidades de visibilidade, engajamento e autoridade para atores religiosos institucionais. No caso do catolicismo, instituição historicamente marcada por estruturas hierárquicas e por um controle relativamente centralizados da produção simbólica, essas mudanças têm provocado tensões internas e reconfigurações significativas (Carranza, 2011; Andrade Jr, 2013; Camurça, 2024; Sena, Sofiati, Andrade Jr, 2024).

A pesquisa que redundou neste artigo foi realizada em cinco etapas. Na primeira, fez-se um levantamento inicial, em setembro de 2024, período durante o qual foram escolhidas diversas redes sociais para verificar quantos perfis clericais estavam no Instagram, no TikTok e no Facebook, grandes plataformas interativas. Verificou-se que nem todos os clérigos atuavam nas três redes sociais.

A segunda etapa, por essa razão, concentrou-se no Instagram como plataforma-base para o tratamento dos dados. A rede se tornou uma caixa de ressonância de controvérsias, polêmicas, comércio, posicionamento, marketing-propaganda-produção, ação pastoral e espaço público. A longa observação permitiu a definição de tipos ideais. É necessário tempo e elaboração de dados para verificar se as estratégias visuais e discursivas são mais constantes, formam um fluxo de relações estáveis ou estruturante. Com isso foi possível elaborar a ideia de personas digitais e estudar as lógicas imagéticas de exposição. A pesquisa conseguiu, assim, acompanhar mudanças significativas na trajetória digital dos perfis, como intervenções eclesiais e perda de fieis.

A terceira etapa iniciou-se em outubro de 2024 e estendeu-se a outubro de 2025, com a coleta e a armazenagem. Com metodologia quanti-qualitativa, coletou-se manualmente, 100 posts dos perfis acima de um milhão de seguidores. A quantificação das postagens, sua seleção e a armazenagem foi um trabalho fundamental. O material foi submetido a tratamento analítico para interpretação das características visuais-simbólicas. Foi realizada uma análise composicional de cores, figuras e corporalidade e ambiente (close-up rosto, meio-corpo, paisagem externa, ambiente interno religioso, não-religioso) (Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2014; Highfield & Leaver, 2016; Barthes, 1964, 1977). O longo período observacional demonstra que as estéticas eclesiais são padrões ligados aos tipos-ideais. A coleta complementar qualitativa serviu para validar os dados quantitativos obtidos no primeiro ano de observação. O recorte temporal per-

mitiu observar estabilidade, inflexões e eventos críticos da imagética digital dos perfis escolhidos, evitando capturas episódicas frequentemente distorcidas pela volatilidade algorítmica.

A quarta etapa consistiu em uma coleta complementar, de cunho qualitativo, feita entre outubro de 2025 e janeiro de 2026. Durante esse período, um dos perfis sofreu a intervenção do cardeal de São Paulo, Dom Odilo Scherer. Este prelado determinou a suspensão das atividades digitais do padre Júlio Lancellotti. Nesse período, detectou-se uma expressiva perda de seguidores - 500 mil - no perfil do Padre Fábio de Melo devido a polêmicas envolvendo sua figura. Por fim, na quinta etapa, entre fevereiro e março de 2026, reanalisaram-se os dados obtidos, concentrando-se em aspectos como a imagética e sua interpretação simbólica (Kress, & van Leeuwen, 2006).

Foram usados, como instrumentos, tanto o celular, considerando a praticidade, quanto o computador, pois a visualização dos comentários era mais fácil. Por meio deste aparelho, foram feitas as marcações das postagens a serem analisadas, enquanto pelo computador eram feitas as capturas de tela. Estas foram armazenadas como imagens da tela. Essas ferramentas foram importantes, dado a necessidade de não perder postagens e de voltar para analisá-las, bem como o surgimento da ideia de comparar os registros. A ideia de comparação é referente aos perfis entre si, mas também entre a linguagem, as imagens e a construção da identidade visual-simbólica. Para este artigo, as análises se concentraram na composição sígnica formada pelo entrelaço de imagens. Nesse sentido, elas são poderosos discursos não-escritos que reverberam distintas perspectivas teológico-sociais. Seguindo as propostas metodológicas netnográficas, foram definidos dias e horários diferentes para acompanhar as postagens. Em alguns dias, durante o período da manhã elas eram observadas e coletadas, e, à noite, aferiam-se os números de visualizações e engajamento e armazenava-se. Embora a coleta de dados tenha seguido ritos netnográficos (observação em horários distintos), a análise proposta é estritamente visual-simbólica do conteúdo digital, ou seja, a estética digital como vetor de comunicação político-religiosa. Utilizou-se, para fins de análise, ferramentas digitais como o iconosquare,¹⁰ uma plataforma de análise de redes sociais e os recursos e dados fornecidos pelo próprio Instagram, e coletados manualmente.

Por fim, fez-se a observação sistemática dos perfis digitais considerados emblemáticos. Os clérigos foram selecionados por sua visibilidade, capacidade

¹⁰ <https://www.iconosquare.com/>

de gerar conteúdo e seguidores ou pela posição simbólica que ocupam dentro da Igreja Católica. Ressalte-se mais uma vez que, para este texto, a análise restringiu-se à forma como os perfis dos sacerdotes constroem sua imagem e seus números mais gerais. Uma primeira avaliação apresentou o seguinte panorama:

QUADRO 1 - PERFIS DOS CLÉRIGOS – 09/2024 - 09/2025

Persona digital (nome fantasia)	Funda- ção	Seguidores	Publi- cações	Apresentação
@pefabiodemelo		26 milhões	7.131	Padre, escritor, cantor, compositor, duas vezes indicado ao Grammy, apresentador do programa Direção Espiritual da TV Canção Nova e o link para seu canal no Youtube. Não apresenta nenhuma informação pessoal ou paroquial. Sua bio- grafia contém um biolink que compartilha cursos, outras redes sociais, loja e artigos escritos.
@pepauloricardo		2,5 milhões	3.552	Apresentado como criador digital. A conta possui informações como número do Pix e outros dados para doações para as obras da Paróquia de São Miguel Arcanjo.
@padrejulio.lan- cellotti		2,2 milhões	22,2	

Fonte: autoria pessoal, abril de 2026, baseado nas contas digitais.

O quadro acima evidencia como os clérigos se posicionam em um universo religioso disputado, estruturado não apenas por convicções doutrinárias, mas por lógicas de visibilidade, luta simbólica e performatividade digital. Uma análise preliminar conclui que as contas assumem a condição institucional de hierarcas ordenados pela Igreja Católica. Elas são abertas por pessoa física individual e são nelas que se constroem os perfis (o nome de usuário ou handle, identificador precedido por @, usado para login, marcações e buscas).

As variações identificadas correspondem a diferentes linhagens teológicas e refletem estratégias distintas de inserção no mercado e no espaço público digitais que, afinal de contas, não estão mais dissociados. Nesse contexto, cada perfil escolhe, a partir de sua linhagem teológico-política - ou é forçado a escolher - uma estética discursiva capaz de dialogar com seu público-alvo interno e externo.

Os perfis vedete-show possuem forte apelo midiático, linguagem acessível e integração com produtos culturais (música, TV, eventos) (Carranza, 2011). As silhuetas doutriniais divulgam a doutrina de forma mais conservadora, são

mais circunspectos, mas vendem cursos, apresentam um público mais sectário, que pode fazer comentários nas contas de outros padres.

Os perfis sociais-pastorais apresentam-se com conteúdo mais socialmente engajado, divulgando causas ligadas ao meio-ambiente e a justiça social. Ainda que menos visíveis no ambiente digital, quando comparados com os números dos padres-vedete, sua atuação não deve ser desconsiderada, pois representam a parte do clero que, entre o espaço pastoral e a esfera pública digital, opera como contraponto ao vedetismo e ao ultraconservadorismo religiosos.

O quadro abaixo sintetiza informações-chave sobre os perfis clericais analisados. Ele é um instrumento fundamental para visualizar de forma comparativa os diferentes modos de construção de autoridade religiosa nas redes. O indicador-chave seria, na linguagem métrico-algorítmica, a eficiência (seguidores por post). Em relação ao ranking de alcance (seguidores), vê-se a seguinte situação:

QUADRO 2 - ÍNDICE DE EFICIÊNCIA – NÚMERO DE SEGUIDORES DIVIDIDO POR POSTAGENS

Perfil	Seguidores	Posts	Eficiência	Nível de eficiência
@pefabiodemelo	26 m	7.131	3.646,05	Muito alta
@pepauloricardo	2,5 m	3.552	704	Alta
@padrejuliolancellotti	2,2 m	22.200	99	Baixa

Parece não haver uma conexão direta e proporcional entre seguidores e publicações. O perfil @pefabiodemelo possui muitos seguidores, mas (relativamente) menos posts. O @padrejuliolancellotti, por outro lado, possui muito mais conteúdo postado, mas menor índice de alcance, menor compartilhamento. Por outro lado, pesquisas recentes evidenciam a consolidação do influenciador digital católico como novo mediador religioso, articulando autoridade espiritual, empreendedorismo de si e circulação algorítmica (Silva et al., 2024; Sbardelotto, 2012).

O primeiro perfil vedete-midiático exerce a liderança, o que decorre de uma forte presença que articula o mundo digital à presença na TV, na música e demais mídias, eventos, festas, shows. Há indícios de que, nesses casos, a audiência está consolidada e a pessoa do sacerdote é a marca-marketing. Ao longo dos anos, padre Fábio de Melo vem sendo entrevistado em programas de televisão, podcasts e outros canais, sustentando vendas massivas de livros e de músicas. Na plataforma Spotify, ele possui uma média de 808 mil ouvintes mensais.

Uma segunda interpretação sugere que a existência dos perfis institucionais-midiáticos ultraconservadores, expressaria uma produção consistente, sem altos e baixos, com o uso de múltiplos canais. A autoridade religiosa é expressa

pelo uso de batinas de forma regular e intensa nas postagens, nos vídeos, nas aparições públicas. A existência dos perfis de formação e doutrina possui menor alcance relativo, mas, em compensação, tem um público mais específico e consolidado, a quem é dirigido o esforço de ensino doutrinal.

Um caso interessante são os perfis de sacerdotes socialmente engajados, como o do padre da população em situação de rua, que possui muitos seguidores, muitas postagens e baixa eficiência por post. O que nos leva a uma terceira interpretação: a forte presença ativista/social potencializa o uso intensivo da rede e produz um crescimento baseado em constância de práticas sócio-pastorais. Nas postagens, via-se frequentemente o padre Lancellotti em ações de denúncia contra o autoritarismo violento da guarda municipal paulistana, doando alimentos, atendendo a população em situação de rua. Em uma delas, ele se apresenta de avental, marreta nas mãos e demole a arquitetura hostil encontrada debaixo de viadutos, usada para afastar ou impedir a presença da população vulnerável.

NOVO CÉU, NOVA TERRA? A IMAGÉTICA DIGITAL DOS SACERDOTES

As postagens que as contas publicaram podem ser divididas em dois tipos: as próprias, que o perfil põe em circulação, e as reaproveitadas, republicadas de outras contas. Elas podem ser pequenos vídeos, texto com imagem ou imagens simples (de ambiente, rosto, corpo).

Em geral, os indícios mostram que, nas contas mais massivo-midiáticas, os materiais são produzidos por equipes, assessores remunerados, ou, ainda, fiéis voluntários, especialistas ou não em comunicação visual, nos casos das contas orientadas por questões mais sociais. A grande quantidade de postagens foi submetida a tratamento analítico-visual e selecionou-se seis materiais, entre postagens e repostagens, para analisar mais detidamente. Das 100 postagens e repostagens do perfil @pefabiodemelo, tem-se o quadro abaixo:

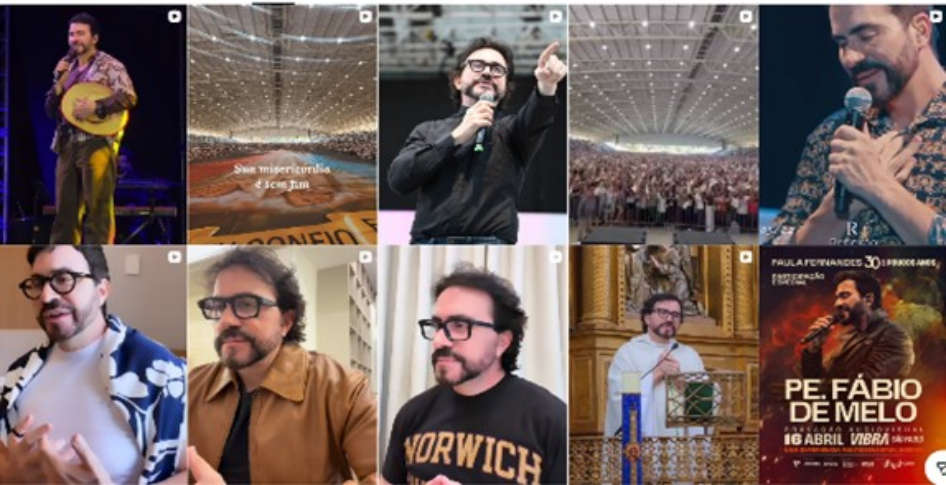
QUADRO 3 – ANÁLISE COMPOSICIONAL DAS POSTAGENS – SETEMBRO DE 2025 – OUTUBRO DE 2025

Dimensão	Categoria	Frequência (n)	Percentual (%)
Cromática	Tons claros/neutros	60	60%
	Tons escuros	28	28%
	Tons saturados/coloridos	12	12%
		100	100%

Dimensão	Categoria	Frequência (n)	Percentual (%)
Imagética	Close-up (rosto)	50	50%
	Meio corpo	25	25%
	Paisagem/ambiente	15	15%
	Texto (tipográfico)	10	10%
		100	100%
	Vídeo	85	85%
Funcional	Imagem somente	15	15%
		100	100%
	Reflexão espiritual	25	25%
	Conteúdo político	5	5%
	Divulgação (venda, consumo)	30	30%
	Motivacional/autoajuda	40	40%
		100	100%

A captura de tela mais ampla do perfil, das primeiras semanas de abril de 2026, dos fios digitais mais recentes, mostra imageticamente esses dados numéricos.

IMAGEM 1 – CAPTURA DE TELA DO PERFIL



Tons claros, neutros, close-up, a persona como produto e como consumo. As cores passam ideias de leveza, clareza, mesmo o preto (Itten, 1973). A configuração imagética pode ser compreendida como um arranjo multimodal no qual a centralidade do corpo, a variação dos enquadramentos e a articulação entre performance pública e retrato intimista operam como recursos semióticos fundamentais para a produção de sentido. Os espaços variam entre palco (evento), ambiente doméstico (vídeos), igreja (institucional), sendo, portanto, variáveis, mas sempre controlados esteticamente.

Na seguinte repostagem, publicada em 9 de novembro de 2024:

IMAGEM 2 – PADRE-MERCADORIA¹¹



Texto ao lado da imagem:
TVBrasil. #SemCensura desta segunda-feira (9) recebe o sacerdote e escritor Fábio de Melo
☆ A bancada do seu programa favorito também conta com a presença da atriz Leticia Spiller, da empresária Fátima Pissarra e da cantora e compositora Anna Torres! Está imperdível! ❤️ A partir das 16h, na TV e no canal da TV Brasil no YouTube!

A repostagem acima refere-se à participação em programa de tevê. Apresenta o padre vestindo traje fino-casual, jaqueta moderna, fundo amarelo-verde, base azul. Uma típica configuração publicitária. O rosto e o corpo do sacerdote estão ressaltados. O produto e a marca são ele, sua figura e persona. Não aponta para nada além dele. É o vedetismo religioso. O uso recorrente de retratos em close-up e expressões faciais nas postagens – mais alegres ou mais pensativas – reforça a dimensão afetiva da comunicação, ao produzir uma sensação de proximidade e autenticidade. Alinha-se à noção de que “images do not simply reflect the world; they actively construct it” (Rose, 2016, p. 2).

¹¹ https://www.instagram.com/p/DDW3SoEpmAm/?img_index=1

A segunda postagem é do dia 31 de outubro de 2025, último dia da coleta manual. Trata-se de um frame de um vídeo que é, por sua vez, um recorte do programa por ele conduzido. O mundo das redes é o mundo dos fractais que se decompõem o tempo todo em outros fractais.

Não foi permitido escrever comentários nessa postagem. Predomina uma estética sóbria, com tons escuros e neutros, baixa saturação. O fundo desfocado, o close-up (rosto frontal, mão e microfone), a mensagem no imperativo e no tom pessoal (“você”), sugerem uma psicologização do discurso religioso e uma espiritualidade midiaticizada, embalada, just-in-time. A imagem acima configura-se como um tipo dentro do tipo vedete-midiático, em outras palavras, sintetiza a forma de agir e mover-se do sacerdote, seu discurso, sua imagem, sua ação. Sugere-se proximidade e intimidade com o público, reforçando uma comunicação centrada na reflexão espiritual e na interioridade.

IMAGEM 3 - PSICOLOGIZAÇÃO RELIGIOSA¹²



Texto ao lado da imagem:
“Espiritualidade do dia: Cuide-se. É por meio do autocuidado que Deus nos protege.”

Por outro lado, a visão da política é uma visão depreciativa: lugar de corrupção, do sistema, uma visão que as forças políticas de direita cultivam. Em uma postagem de 06 de setembro de 2024, o padre, usando aplicativos que produzem personagens, criou um vídeo com personagem Pedro Honesto que confessa que concorre a Câmara de Taubaté para ganhar dinheiro.¹³

¹² <https://www.instagram.com/p/DQeVtUjEXvX/>

¹³ https://www.instagram.com/p/C_lxXJZyE0w/ Acesso em: 14/04/2026

O perfil @pepauloricardo contém um biolink que compartilha links que conduzem o internauta a outras redes sociais, loja e artigos escritos. Apresenta-se vinculado ao ensino e à formação doutrinária, com ênfase em cursos pagos e plataformas educacionais próprias.

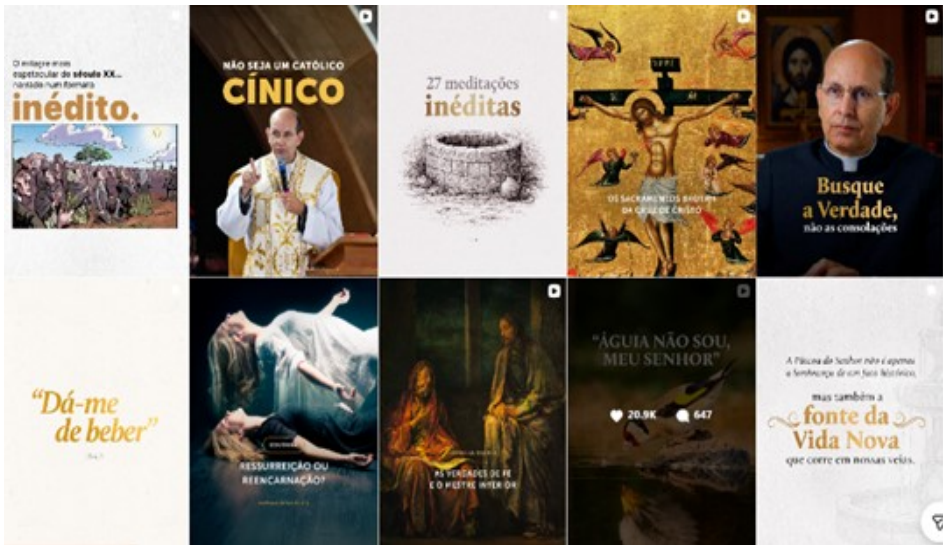
A predileção dos perfis ultraconservadores por batinas, ambientes escurecidos, enegrecidos, soturnos ao lado de imagens de santos, altares, missas e eventos religiosos, representa a ideia de autoridade espiritual, de rigor, de disciplina (Itten, 1973; Rose 2016). Os tipos padre-paulo usam essa vestimenta no cotidiano.

QUADRO 4 – ANÁLISE COMPOSICIONAL DAS POSTAGENS – SETEMBRO DE 2025 – OUTUBRO DE 2025

Dimensão	Categoria	Frequência (n)	Percentual (%)
Cromática	Tons claros/neutros	10	10%
	Tons escuros	60	60%
	Tons saturados/coloridos	30	30%
		100	100%
Imagética	Close-up (rosto)	5	5%
	Meio corpo	1	1%
	Paisagem/ambiente	30	30%
	Texto (tipográfico)	10	10%
		100	100%
	Vídeo	90	90%
	Apenas imagem	10	10%
		100	100%
Funcional	Reflexão espiritual	60%	60%
	Conteúdo político	5	5%
	Divulgação (venda, consumo)	30	30%
	Motivacional/autoajuda	5	5%
		100	100%

A seguinte captura de tela, das últimas duas semanas de postagem mostra imageticamente, o quadro quantitativo.

IMAGEM 5 – CAPTURA DE TELA DO PERFIL



Há predominância de imagens escuras, contrapostas às claras, com tipografia dourada e branca, pouco close-up e meio-corpo. Sugere ambiente de retidão moral e elevação espiritual. (Itten, 1973, Roswe, 2016). A face, quando surge, tem uma expressão firme, sisuda, professoral, pedante e reforça a ideia de guia moral, de patriarca, de mestre de latim. Há pouco espaço para informalidade. Apostase na distância intencional (posição hierárquica) com alguma concessão paternal. Procura-se enfatizar o ensino da fé católica tradicional, com ênfase em doutrina, devoção aos santos e defesa de dogmas católicos. A doutrina, o pecado, a moral rígida e os sacramentos são simplificados e expressos de forma direta, corretiva. Evita-se a ideia de entretenimento com uma estética sóbria (cores neutras e escuras).

Imageticamente, a paleta cromática, dominada por alguns tons quentes (vermelho, amarelo) e escuros, associada à iluminação contrastiva, reforça a dimensão de autoridade e tradição, enquanto a separação clara entre figura e fundo orienta a leitura e reduz ambiguidades interpretativas. A imagem não opera como registro do real, mas como dispositivo de transmissão de conteúdos normativos, evidenciando uma estratégia comunicacional centrada na racionalização da fé e na formação do público. A análise gráfica das postagens mostra um padrão de cores recorrente: preto, branco, vermelho, branco, verde, dourado (cores associadas aos tempos litúrgicos). A tipografia dos escritos apresenta-se serifada ou clássica, o que remete a ideia de firmeza, de rocha, de tradição.

Volta e meia, ele vende sua plataforma, e a si, como mestre e formador. O frame de um vídeo curto, publicado no dia 23 de dezembro de 2025,14 ilustra a análise.

IMAGEM 6 – FRAME DE VÍDEO - PADRE-VENDEDOR



Texto ao lado do frame: Acabei de lançar o novo curso do Padre Paulo Ricardo, “Terapia da Alma Feminina”. É um curso prático, para ajudar as mulheres católicas a vencer o esgotamento que está adoecendo-as e recuperar a alegria na maternidade e no casamento. Por isso, preparamos uma promoção de lançamento: 30% de desconto na assinatura anual. Aproveite e faça parte da nossa família! A assinatura anual garante seu acesso ao novo curso e também a todos os outros 57 cursos do Padre Paulo. Clique no link da bio e saiba mais.

A composição das postagens apresenta-se centralizada, limpa, com foco no rosto ou mensagem. O rosto volta-se frontalmente ao observador, diferente de algumas postagens do padre Fábio, na diagonal. O resultado simbólico mostra alta coerência estética associada a uma identidade de fácil reconhecimento (Mitchell, 1994). Procura-se criar, com isso, uma sensação de conteúdo sério, de: “não é entretenimento, é formação”.

A análise panorâmica indica que o perfil de Paulo Ricardo de Azevedo Júnior no Instagram apresenta forte predominância de conteúdos em vídeo com enquadramentos centrados no rosto e fundo desfocado, mas, muitas vezes, identificável (igreja, ambientes eclesiais, que são articulados a uma estética cromática dominada por tons escuros. Esse conjunto visual reforça uma construção de autoridade discursiva e presença magisterial. No plano funcional, observa-se

¹⁴ <https://www.instagram.com/p/DSm1xVJivXW/>

a centralidade de conteúdos de formação doutrinária, combinados com significativa incidência de divulgação de cursos e produto e mostra a articulação entre ensino religioso e lógica de circulação digital. A baixa presença de conteúdos imagéticos motivacionais não centrados no sujeito, expressaria uma estratégia comunicacional orientada mais à transmissão de conteúdo e à formação de uma comunidade conservadora.

O perfil @padrejulio.lancellotti apresenta-se como criador de conteúdo digital. A presença de dados bancários para doações e o foco em ações diretas de solidariedade indicam um uso da rede menos centrado em autopromoção e mais voltado à mobilização comunitária. É um perfil engajado socialmente. A conta estava ativa, quando sofreu a intervenção cardinalícia. O próprio sacerdote a comunicou durante uma missa no dia 14 de dezembro de 2025, e afirmou sua obediência às determinações de D. Odilo Scherer. A partir de dezembro, não houve mais movimentação. Por outro lado, perfis de políticos e lideranças religiosas católicas e não-católicas simpáticas às causas defendidas pelo Padre Lancellotti, veem realizando campanhas e promoções contra as proibições e em favor das obras sociais mantidas pelo prelado.

A imposição cardinalícia do recolhimento atingiu as transmissões das missas online. Os sermões eram momentos de comunicação do padre com o público católico paroquial e um público mais amplo. Trechos de sua homilia eram replicados e repercutiam na imprensa de forma sistemática. Eles tendiam a fazer a interface entre os textos bíblicos e as questões sociais e políticas mais prementes, denúncias contra agressões, especulação imobiliária e outros. Em 2024, o vereador Rubinho Nunes (União Brasil), tentou articular uma CPI das ONGs na Câmara Municipal de São Paulo, visando investigar o repasse de verbas públicas e o trabalho do Padre Júlio Lancellotti, especialmente na região da Cracolândia. O caso gerou comoção e movimentações sociais e políticas em favor do padre, o que alavancou seu perfil pela intensa exposição midiática. A proposta de CPI foi derrotada. Frequentemente o ecossistema midiático-digital da direita vivia polemizando com o “padre comunista”, “padre vermelho”, “padre explorador de pobres” e repercutia, em suas redes, as vituperações.

QUADRO 5 – ANÁLISE COMPOSICIONAL DAS POSTAGENS – SETEMBRO DE 2025 – OUTUBRO DE 2025

Dimensão	Categoria	Frequência (n)	Percentual (%)
Cromática	Tons claros/neutros	65	65%
	Tons escuros	20	20%
	Tons saturados/coloridos	15	15%
		100	100%
Imagética	Close-up (rosto)	0	0%
	Meio corpo	40	40%
	Paisagem/ambiente	50	50%
	Texto (tipográfico)	10	10%
		100	100%
	Vídeo	90	90%
Funcional	Imagem somente	10	10%
		100	100%
	Reflexão espiritual	5	5%
	Conteúdo político	25	25%
	Divulgação (venda, consumo)	0	0%
	Doação, denúncia, testemunho, caridade	70	70%
	Motivacional/autoajuda	0	0%
		100	100%

A captura de tela panorâmica, mostra o perfil tal como está desde dezembro de 2025, e ilustra o quadro quantitativo.

As cores parecem naturais e não editadas com forte presença de: cinza (urbano), marrom (terra/lixo), amarelo (aventais). O amarelo funciona como marcador simbólico do agente (padre). Há uma estética anti-curadoria, que gera a sensação de real bruto, de uma realidade cruel, de desigualdade e miséria brutais. Passa-se a sensação de pouca edição, pouca artificialidade técnica, pouca preocupação com venda de produtos religiosos ou de si próprio como mercadoria-religiosa. Busca-se a ideia de autenticidade evangélica com os cortes que trazem a voz e a imagem dos subalternizados, marginalizados.

IMAGEM 8 – CAPTURA DE TELA DO PERFIL



O frame do vídeo abaixo, mostra o estilo: na rua, em ação pastoral, cuidando da população de rua, em ação social. A seguir, mostra-se a o frame de um vídeo de acolhimento a uma pessoa em situação de vulnerabilidade. A postagem foi realizada no dia 31 de outubro de 2025. O elemento central da pictorialidade da imagética são as mãos em ação, corpo inclinado com deslocamento no espaço. O espaço é real: a rua, a periferia, espaços degradados, a chuva, o homem com barba hirsuta, face sofrida e queimada de sol.

IMAGEM 9 – PADRE-PASTORAL¹⁵

¹⁵ <https://www.instagram.com/p/DQeJmGkkTY4/>

O conjunto não é pano-de-fundo, ele é o conteúdo. O ambiente comunica desigualdade, abandono, conflito social. O perfil dialoga com a perspectiva que afirma que as imagens atuam como agentes culturais que não apenas representam o mundo, mas participam ativamente da sua construção simbólica e política (Mitchell, 1994). Nesse sentido, a estética documental não apenas informa, mas interpela o espectador, convertendo a visualidade em uma forma de evidência moral e mobilização ética.

A predominância de registros documentais e a baixa mediação estética configuram um efeito de autenticidade que reforça a indexicalidade da imagem, isto é, sua ligação direta com o real. Tal característica aproxima-se do que se define como uma abordagem que privilegia a dimensão social da visualidade, na qual as imagens devem ser analisadas em seus contextos de produção e circulação, evidenciando relações de poder, visibilidade e exclusão (Rose, 2016). A estética documental das imagens não apenas informa, mas interpela o espectador, converte a visualidade em uma forma de evidência moral socialmente engajada e de mobilização ética.

Em suma, o papel do Padre Lancellotti é o de uma liderança de resistência e ação social, que utiliza a visibilidade das redes para pautar o debate sobre o papel da Igreja na esfera pública e na luta contra a pobreza.

Na exposição imagética, ressalta-se que o objeto do texto foram os recursos semióticos fundamentais para a produção de sentido, pois a imagem "constrói ativamente o mundo" e, também, a autoridade do sacerdote. O método principal foi a análise visual de conteúdo, detalhando como as paletas cromáticas (tons claros e escuros) e a tipografia (serifada e moderna) comunicam diferentes linhas teológicas (carismática, conservadora ou social).

ESBOÇO INTERPRETATIVO

A partir dessas possibilidades, propomos um refinamento das categorias iniciais em uma segunda formação tipológico-simbólica, um instrumento teórico útil para compreender o ecossistema católico digital e sua infinidade de perfis:

QUADRO 6 – PERFIS E ESTRATÉGIAS – 2024-2025

Tipo	Perfis	Estratégia principal	Característica-chave
Celebridade religiosa e líder midiático	@pefabiodemelo	Autoridade e mídia; presença multicanal	Alcance massivo e transversal, exposição em rádio/TV/redes
Formador-polemista	@pepauloricardo	Nicho e profundidade	Conteúdo formativo e segmentado
Ativista	@padrejuliocellotti	Volume e engajamento social	Alta frequência, pauta pastoral-social

As tipologias propostas não esgotam a realidade empírica, mas funcionam como tipos ideais weberianos que acentuam traços estilísticos, teológicos e imagéticos para desvelar as disputas de legitimidade no catolicismo contemporâneo. Desse modo, os tipos ideais não apenas organizam empiricamente a análise, mas revelam como a mediação tecnológica reconfigura os próprios critérios de legitimidade religiosa no espaço digital.

Feita esta advertência, pode-se olhar o quadro acima como um indicador de que a presença clerical nas plataformas digitais deve ser analisada à luz de cinco categorias articuladas: a midiatização, entendida como reconfiguração institucional segundo lógicas comunicacionais; a comodificação, como transformação de signos e práticas religiosas em mercadorias simbólicas; o prosumidor, enquanto sujeito híbrido que consome e coproduz circulação; a mercadorização religiosa, expressão específica dessas dinâmicas no universo religioso; e a persona digital, compreendida como identidade pública performada e construída para operar nos novos regimes de visibilidade.

A midiatização é o processo histórico pelo qual as lógicas institucionais, técnicas, estéticas e operacionais da mídia passam a estruturar práticas sociais, reorganizando instituições, interações e regimes de visibilidade. Na formulação de Hjarvard (2012), trata-se de um processo de dupla face: a mídia torna-se relativamente autônoma enquanto instituição e, simultaneamente, integra-se às rotinas de outras esferas sociais, que passam a adaptar-se totalmente à sua lógica. No campo religioso, a midiatização implica que a religião deixa de usar meios técnicos e passa a ser reconfigurada por eles, incorporando formatos, temporalidades, linguagens algorítmicas, imagéticas e critérios de visibilidade do universo digital. Por isso, os espaços digitais funcionam como um ambiente no qual as expressões religiosas se reproduzem de forma indispensável e englobante. A autoridade não é apenas institucional, mas mediada por lógicas de visibilidade e engajamento que atravessam diferentes esferas sociais.

A comodificação (commodification), por sua vez, seria o processo pelo qual bens, práticas, símbolos ou relações originalmente situados fora da lógica mercantil, nas esferas social, cultural e religiosa, são convertidos em mercadorias passíveis de circulação, troca, valoração econômica e consumo simbólico. Assim, elementos são convertidos em mercadorias movidas por lógicas de circulação, visibilidade e troca do ecossistema digital. Na tradição crítica marxista desenvolvida por autores da economia política da comunicação, trata-se da transformação de valores culturais, afetivos ou religiosos em ativos mercadológicos (Silveira, 2021). No ambiente digital, a comodificação inclui a transformação da atenção em ativo econômico, a conversão da experiência em dado e monetização da visibilidade e designa a conversão de práticas, os signos visuais em mercadorias simbólicas e materiais submetidas à lógica da circulação, da troca e da valoração econômica.

No contexto analisado, isso significa que o ensino doutrinário, a experiência de fé social e a própria imagem do sacerdote operam como bens passíveis de mensuração por métricas de atenção, engajamento e monetização. O sacerdote deixa, assim, de ocupar exclusivamente a posição de líder paroquial territorializado para tornar-se uma persona digital cuja imagem, voz, corpo e estilo comunicacional passam a funcionar como produto e marca. Uma lógica implacável, pois mesmo no perfil do padre Júlio há postagens que exaltam os prêmios de influenciador digital pelo alcance e mobilização promovidas. Quem promove são os seus seguidores e todos aqueles que visitam o perfil para deixar elogios ou criticar. Esse processo articula-se diretamente à noção de prosumidor, categoria que designa a fusão entre as posições de produtor e consumidor característica das redes digitais. O termo prosumer (prosumidor) foi popularizado por Toffler (1980). O termo designa o sujeito que simultaneamente consome e produz valor. Não há mais a separação clássica entre as esferas da produção e do consumo e as tecnologias eletrônicas tenderiam a dissolver a distinção entre receptor e produtor (McLuhan e Nevitt, 1972).

O prosumidor produz engajamento, gera dados, distribui conteúdos, contribui para monetização algorítmica, circula e legitima conteúdos, tornando-se coparticipante das dinâmicas de visibilidade e valorização simbólica das plataformas. No contexto religioso digital, o fiel-prosumidor consome mensagens, comenta, compartilha, reforça alcance, coproduz autoridade religiosa. Ele se manifesta em cursos pagos, produtos devocionais, monetização da autoridade, marketing espiritual, transformação da fé em experiência consumível. Isso aparece como deslocamento da mediação pastoral para formas de gestão da atenção reli-

giosa (Martino, 2020; Sbardelotto, 2012; Silva Aline et al, 2024). Assim, no ambiente plataformizado, os fiéis deixam de ser receptores passivos da mensagem religiosa; ao consumir conteúdos religiosos, compartilhá-los, comentá-los, republicá-los ou convertê-los em práticas de engajamento comunitário, os usuários participam simultaneamente de sua produção simbólica e se tornam coprodutores, assim como os padres, que também consomem conteúdos digitais e os compartilham e os produzem.

É nesse meio religioso-digital que emerge a persona digital, entendida como a configuração performática, visual e discursiva por meio da qual se constrói uma identidade pública mediada por plataformas, orientada por reconhecimento algorítmico e circulação simbólica. É, portanto, uma identidade pública estrategicamente construída e performada em ambientes digitais mediante seleção estética, discursiva e interacional orientada por visibilidade, reconhecimento e engajamento. O sacerdote concreto se converte em operador simbólico plataformizado. A persona digital não se confunde com o sujeito empírico, mas vem a ser a interface pública elaborada para operar nos regimes contemporâneos de atenção. No caso dos sacerdotes analisados, observa-se que a composição cromática, os enquadramentos visuais e o estilo discursivo participam diretamente da fabricação dessas personas.

As personas digitais são o resultado de midiatização, o processo pelo qual práticas e instituições sociais passam a reorganizar-se segundo as lógicas técnicas, temporais e estéticas dos meios de comunicação (Hjarvard, 2012; Hepp, 2013). No caso religioso, isso significa que a autoridade clerical não depende exclusivamente de mecanismos eclesiais tradicionais, como ordenação, inserção paroquial ou reconhecimento hierárquico, mas também de sua capacidade de adaptação às dinâmicas comunicacionais das plataformas. A lógica algorítmica passa, assim, a mediar e redistribuir capital simbólico. Esse deslocamento favorece a constituição de personas digitais, entendidas como identidades públicas performativamente construídas por meio de escolhas visuais, discursivas e interacionais orientadas à circulação simbólica e ao reconhecimento algorítmico.

A mercadorização religiosa, que decorre dessa nova configuração, é o processo pelo qual práticas, discursos, símbolos, experiências espirituais e formas de autoridade religiosa passam a operar segundo lógicas de oferta, demanda, branding, diferenciação competitiva e produção-consumo simbólico. A análise, orientada por essas definições teóricas, fundamenta-se na distinção entre três lógicas de autoridade e atuação clerical no ambiente digital, construídas como tipos ideais no sentido weberiano, isto é, como instrumentos analíticos que

permitem apreender regularidades, tensões e diferenças internas às formas contemporâneas de presença religiosa nas plataformas.

A primeira, diante desse contexto, combina capital simbólico mais facilmente convertido em liquidez, para usar a linguagem financeira, ou seja, mais eficiente na transformação em seguidores, compartilhamentos, comentários, e toda a parafernália algorítmica-capitalizada. A essa lógica, corresponde o tipo carismático-vedete, ou celebridade religiosa, cuja autoridade repousa na atualização digital da noção weberiana de carisma. Nesse caso, a legitimidade se ancora na força da marca pessoal e na construção de uma persona digital em que a visibilidade se converte em capital simbólico. Sua configuração imagética privilegia o close-up, a iluminação suave e cores claras, às vezes forte, compondo um regime visual centrado na produção de uma autoridade afetiva, intimista e emocionalmente acessível. Trata-se de uma forma de presença que opera por identificação subjetiva e que aproxima a experiência religiosa das gramáticas da autoajuda, do aconselhamento emocional e do entretenimento.

O padre Júlio Lancellotti possui alto capital simbólico entre as alas pastoral-sociais da Igreja, mas pouca capacidade de liquidez dentro dos parâmetros neoliberais-digitais. Um dos motivos possíveis é a desafinidade de fundo entre os valores evangélicos defendidos – defesa dos pobres, da justiça social, do meio-ambiente – e o ambiente capitalista, neoliberal, financeiro, digital-plataformizado (Silveira, 2021; Ghiraldelli, 2025). O senso-comum das sociedades contemporâneas, situa-se mais à direita em termos socioeconômicos (Ghiraldelli, 2025). Por isso, os perfis do vedetismo navegam favoravelmente nesse cenário, pois ressaltam uma linguagem mais afetuosa e edulcorada, menos repreensiva, exigente, de denúncia social o acusadora. Os tipos padre-fabio fazem uso integrado de mídia, produtos e eventos, uma atuação multiplataformas que amealha grande número de seguidores.

A lógica do formador-polemista, por sua vez, corresponde ao tipo conservador-doutrinário e opera mediante forte segmentação de público. Sua eficiência elevada, expressa em indicadores como a proporção entre seguidores e número de postagens, revela a capacidade de mobilizar nichos densamente engajados de católicos ou cristãos conservadores. Nesse caso, a liquidez digital é produzida pela combinação entre autoridade magisterial, oferta de conteúdos formativos e ativação permanente de disputas morais e culturais. O engajamento é impulsionado pela polêmica continuada, pelo sentimento de pertencimento identitário e pela percepção de defesa da tradição frente a ameaças externas. Sua estética sóbria, marcada por batinas, cenários escuros e ambiência inte-

lectualizada, reforça a autoridade racionalizada e contribui para a construção de uma marca simbólica de rigor doutrinário. Essa lógica combinaria a presença em muitas plataformas e aplicativos, com uso integrado de mídia, produtos, cursos, eventos. O padre Paulo Ricardo lança mão dessa estratégia. A legitimidade se ancora na autoridade tradicional e magisterial da instituição. A ênfase recai na defesa da ortodoxia e na manutenção de uma ordem simbólica fundada na disciplina e na hierarquia. Visualmente, a construção imagética se apoia em elementos como batinas, cenários soturnos e pouco espontâneos, ambientes de estudo, bibliotecas e tipografias clássicas, compondo uma estética de rigor intelectual e estabilidade normativa. A performance visual reforça a ideia de solidez identitária, posicionando o sacerdote como intérprete autorizado da tradição e como mediador legítimo do patrimônio teológico (uma parte, ligada ao modelo medieval de norma institucional cristã) diante das disputas contemporâneas.

No caso da lógica da celebridade religiosa, a produção de proximidade afetiva, discursos terapêuticos e conteúdos motivacionais favorece a circulação transversal entre públicos diversos. Trata-se de uma forma de presença altamente compatível com a lógica da comodificação, uma vez que a própria subjetividade sacerdotal é apresentada como experiência consumível, mobilizando identificação emocional e fidelização algorítmica.

O terceiro tipo é o socioevangélico, ou ativista social, cuja atuação é orientada pela práxis transformadora e por uma ética-política voltada à justiça social e à defesa dos grupos vulnerabilizados. Diferentemente dos demais, sua autoridade não deriva prioritariamente da elaboração estética refinada ou da construção de uma marca pessoal altamente cuidada, mas de uma estética documental ou estética do testemunho. Nesse registro, a imagem funciona como evidência moral, registro de presença concreta no mundo e dispositivo de mobilização ética.

A legitimidade emerge menos da encenação simbólica ou afirmação da doutrina, e mais de cenas que evidenciam proximidade com o sofrimento social, a solidariedade concreta com populações despossuídas e sofredoras e denúncia das desigualdades. Embora detenha elevado capital simbólico e forte reconhecimento público, sua capacidade de conversão em liquidez digital mostra-se relativamente menor. O alto volume de postagens combinado a índices proporcionais inferiores de crescimento, sugere dependência de produção intensiva e circulação orgânica, ou seja, por católicos engajados em obras sociais. A menor eficiência decorre de uma tensão estrutural entre os valores que orientam essa atuação e a racionalidade dominante das plataformas. Por outro lado, o amplo reconhecimento social – políticos, artistas, sociedade – lhe trouxe forte capital simbólico,

revertido, em parte, no engajamento dos seguidores (alto número de compartilhamento e comentários) e no crescimento do perfil. A estética do testemunho, centrada na exposição da vulnerabilidade social e na interpelação ética direta, resiste às lógicas de simplificação afetiva e consumo rápido que favorecem outros formatos. Sua força reside na inscrição documental, convertendo a imagem em evidência moral. As postagens com apelo mais simples-despojadas, situações pastorais do dia a dia, sem muito preparo e edição de vídeos e postagens, passa a ideia de não-artificial, de realidade. Os perfis desse tipo conseguem construir uma estética que transforma a imagem em evidência do apelo social dos Evangelhos, bebendo de uma outra tradição católica, a da patrística (a parte social), a do amor aos pobres, aos desvalidos, doentes, indefesos.

Em contraste, formas de atuação centradas na denúncia social e na interpelação ética enfrentam maiores dificuldades de circulação e amplificação, uma vez que operam em tensão com os mecanismos algorítmicos que privilegiam consumo rápido, afetividade instantânea e alta capacidade de retenção. Essas configurações são o resultado da forma como o capital opera via tecnologias digitais.

Na lógica da celebridade religiosa, a predominância de imagens com forte presença corporal e gestualidade, aliada a uma paleta cromática controlada e a cenários variados (mas altamente técnicos e preparados), produz um regime visual centrado na construção de uma autoridade carismática. A persona digital assim construída é de difícil replicação. Associado a essa tipologia, líder midiático, com presença constante e consistente em múltiplos canais, proporciona grande audiência, que tende a se consolidar. Mas, ao mesmo tempo, evidencia a dependência de mídia tradicional. Este perfil desloca a função da imagem de um regime contemplativo ou representacional para um regime performativo, no qual ver equivale a consumir.

A lógica do formador doutrinal é regida pela noção de autoridade que ministra conteúdo catequético tradicional. No esquema weberiano, seria a legitimidade tradicional. Os perfis deste tipo conseguem conquistar um público simultaneamente mais fiel e mais engajado, que apresenta traços sectaristas. Cria-se uma forte conexão com figura eclesial tradicional. O conteúdo prima por um viés educativo tradicional (frases/trechos bíblicos, moral restritiva), promovendo uma catequese visual e transformando a doutrina em conteúdo compartilhável e consumível. Procura-se produzir impacto moral com frases fortes e diretas e um estilo confrontativo, visando corrigir os erros doutrinários e as mentiras que, supostamente, os outros incorrem.

Os perfis desse tipo apresentam a ideia de austeridade, de não agradar todo mundo, de oposição. Produz-se engajamento, polarização e memorização porque procuram um público específico, que busca formação doutrinária tradicional e segurança. A apresentação visual passa a sensação de doutrina rígida, portanto, de seriedade espiritual. O estilo discursivo polemista mantém animada a comunidade de seguidores e apresenta a ideia de clareza pela lógica de confronto.

Os seguidores tendem a ser muito engajados e seus críticos são igualmente intensos. Em termos visuais, apresenta coerência estética, identidade clara e reconhecível, autoridade visual construída e conteúdo facilmente compartilhável. Por outro lado, e em contraposição ao perfil do vedetismo religioso, esse estilo apresenta baixa leveza, passa a ideia de frieza e rigidez, o que afasta públicos mais amplos. Como os perfis massivos, ocorre a dependência da figura pessoal do sacerdote: é a catequese, o curso, o vídeo da pessoa do padre. Seus seguidores são (recém)convertidos ou pessoas em busca de conversão.

Os efeitos são performar alta autoridade, conjugada ao alto engajamento ideológico, e uma maior recusa da diferença e do diálogo. A posição é, na maioria das vezes, ataque-defesa. Seus seguidores tendem a entrar em debates polêmicos com perfis que defendem ideias divergentes. Mas, há um risco, a menor eficiência por post, a comunicação formal e representativa.

A lógica do ativismo social e do posicionamento institucional, que caracteriza os perfis do padre Júlio Lancellotti e de Dom Vicente Ferreira, baseiam-se na ideia de mobilização social, pouca edição de vídeos, ação em curso e sinceridade e uma alta frequência de postagens, o que cria laços de solidariedade. Em, geral, as postagens também apresentam muitos agentes e atores: padres, leigos, jovens, passando a ideia de envolvimento pastoral e comunidade orgânica.

Depois do silêncio imposto em dezembro ao perfil do padre Lancellotti, há relatos de uma queda substancial - mais de 20% - nas doações e voluntariado para as obras sociais mantidas pela associação liderada pelo padre: padaria social, atendimentos à população de rua, centro comunitário dentre outras (Pizarro, 2026). O dado nos diz muito sobre a dinâmica do prosumidor, a junção entre produtor-produção na era de plataformas, e a dinâmica do aparecer como nova ontologia (Ghiraldelli, 2025). Se não há movimentação nas redes, não é real, não se sustenta, não possui natureza.

QUADRO 7 – CONDENSAÇÃO ANALÍTICA DOS PRINCIPAIS VETORES – SETEMBRO 2024 – OUTUBRO DE 2025

Dimensão	Fábio de Melo	Paulo Ricardo	Júlio Lancellotti
Eixo central	Afetividade/espiritualidade	Doutrina/ensino	Ação social
Estética	Suave, controlada	Sóbria, contrastada	Bruta, documental
Cores	Neutras e claras	Escuro e contraste	Variáveis/naturais
Imagem	Retratos íntimos	Enquadramento formal	Cenas de rua
Discurso	Emocional/terapêutico	Argumentativo/doutrinário	Ético-político
Função	Reflexão	Formação	Denúncia
Relação com público	Empatia	Autoridade	Mobilização

A intensificação da presença religiosa na arena digital ocorre, portanto, em um contexto marcado por mudanças profundas, em que a lógica do engajamento passou a reger a forma como conteúdos são produzidos, disseminados e percebidos. As plataformas, orientadas por algoritmos e métricas de atenção, favorecem não apenas amplificação de discursos religiosos, mas também a emergência de tensões e conflitos entre visões divergentes de fé, moral e política. A busca por alcance e visibilidade favorece conteúdos mais reativos, afetivos e binários, criando ambientes propícios ao plebiscitarismo, uma radicalização da ideia de democracia.

A formação de comunidades informacionais aumenta o acesso dos usuários a conteúdos que tendem a passar a noção de confirmação de suas crenças prévias, mas limita o diálogo entre as diferentes comunidades e intensifica tensões entre grupos divergentes.

Segundo Kaufman e Santaella (2020) e Silveira (2024), o fenômeno de nicho tem consequências concretas na forma como as pessoas consomem e reproduzem discursos religiosos nas redes. Os discursos que não reforçam a preferência do usuário tendem a ser ignorados, ridicularizados ou atacados. O espaço digital torna-se também um campo propício à radicalização simbólica e afetiva. Por outro lado, a dinâmica do capitalismo plataformizado-neoliberal impõe a fusão entre consumidor e produtor nos ambientes digitais e efeitos despolitizantes, como os que ocorrem nos dois primeiros perfis, no sentido de sobrepassar a pólis, o reino da humanidade, a partir de uma forma de tradição rígida e/ou uma forma da individualização psicologizante. Por outro lado, há possibilidade de uma imagética que recria a tradição católica socialmente transformadora. O efeito político

dos dois primeiros perfis pode ser o de reforçar as proposições políticas de direita, enquanto o terceiro desloca o sagrado, e sua imponência, para as marginalidades.

Os três perfis analisados representam formas distintas de presença religiosa no Instagram, correspondendo a diferentes modos de mediação do sagrado na contemporaneidade. O perfil do clérigo Fábio de Melo privilegia uma estética da interioridade e da afetividade, traduzindo a experiência religiosa em termos individualizantes, emocionais e terapêuticos. O do sacerdote Paulo Ricardo constrói uma presença centrada na autoridade doutrinária e na racionalização conservadora da fé, com forte padronização visual e discursiva. Por sua vez, o do padre Júlio Lancellotti desloca o eixo da comunicação religiosa para a práxis social e cotidiana, utilizando uma estética ao estilo documental-documentário e uma linguagem direta para evidenciar situações de vulnerabilidade e injustiça. Assim, enquanto os dois primeiros operam no plano afetivo ou doutrinário, o terceiro enfatiza a materialidade da ação, a intervenção no mundo em termos de luta em favor da igualdade social. No contexto analisado nesta pesquisa, observou-se ataques ao padre Júlio Lancellotti por parte de setores ultraconservadores e carismáticos ligados a vários perfis clericais e comunidades religiosas (Lancellotti, 2024).

CONCLUSÃO

A articulação entre os processos de comoditização, prosumidor, midiatização e persona digital permite compreender que a presença clerical nas redes sociais não representa simples atualização pastoral. Ela expressa a reconfiguração da autoridade religiosa em ambientes plataformizados, nos quais visibilidade, performance, circulação e engajamento passam a disputar espaço com critérios tradicionais de legitimidade eclesial. É nesse horizonte que se situam os tipos ideais aqui analisados: distintas formas de conversão da autoridade sacerdotal em presença pública digital. Há, em curso, um processo profundo de reconfiguração institucional e simbólica, que pode ser analisado a partir da articulação entre midiatização, comodificação, prosumidor, mercadorização religiosa e persona digital. Esses conceitos permitiram compreender como a autoridade religiosa, ao ingressar em ecossistemas algorítmicos orientados por visibilidade, engajamento e circulação imagética acelerada, passa a operar segundo lógicas distintas daquelas que historicamente estruturaram sua legitimação.

A hipótese apresentada foi a de que tais configurações comunicacionais permitiram o surgimento de novos arranjos de conflitos internos na Igreja Católica, opondo os defensores da ordem, da disciplina e da hierarquia àqueles que se

alinham a uma mensagem evangélica de inclusão e defesa dos direitos humanos. Mas, a relação entre os perfis é complexa. Os vedete-midiáticos não entram em embate direto com os outros dois tipos-ideais, mas procuram promover amenidades, entretenimento, temperado por apelos mais dramáticos. Os conservadores-doutrinários conflitam-se diretamente com os sócio-evangélicos, o que rende, para ambos, mobilização e engajamento.

Assim, as dinâmicas de engajamento imagético observadas não apenas diferenciam estratégias comunicacionais, mas revelam como distintas linhagens teológicas e formas de autoridade clerical se adaptam — ou resistem — às exigências do capitalismo digital. A comodificação da fé e a atuação do prosumidor constituem os mecanismos estruturantes desse processo, enquanto a distribuição assimétrica da liquidez digital explicita a não-neutralidade das plataformas. Ao contrário, elas selecionam, amplificam e premiam determinadas formas de presença clerical em detrimento de outras, reconfigurando os próprios critérios de legitimidade e visibilidade da autoridade católica contemporânea. A autoridade religiosa digital passa a ser coproduzida em circuitos interativos, nos quais o fiel é também operador da visibilidade clerical.

Ocorre, assim, a mercadorização religiosa, processo pelo qual conteúdos espirituais, ensinamentos doutrinários, performances pastorais e formas de autoridade passam a integrar circuitos competitivos de oferta, diferenciação e prosumption (produção-consumo). Cursos, eventos, produtos, narrativas emocionais e sociais, ou conteúdo de formação tornam-se, simultaneamente, mediações religiosas e ativos de visibilidade.

A imagética digital assume uma função indexical e ética, e opera como evidência visual de situações concretas e como instrumento de denúncia e mobilização. Emerge um eixo que vai da estetização à indexicalidade: enquanto padre Paulo Ricardo representa o polo da mediação simbólica da moral religiosa rígida, sacerdote Júlio Lancellotti situa-se no extremo oposto, privilegiando a inscrição direta na realidade social. O clérigo Fábio de Melo ocupa uma posição intermediária, combina estetização, afetividade e desprezo ao político. Essa diferenciação revela que a presença religiosa digital não é homogênea, mas atravessada por distintas estratégias de comunicação que mobilizam, respectivamente, emoção, doutrina e ação social como formas de engajamento. Desse modo, os três tipos-ideais podem ser compreendidos como expressões de uma imagética religiosa que, ao se inserir no ambiente digital, se reconfigura em múltiplos registros: a fé como experiência afetiva, como sistema de verdade e como prática social igualitária. Assim, no contexto das redes sociais, esse universo apresenta fronteiras po-

rosas, onde as identidades clericais e os discursos de fé não se restringem aos limites institucionais da Igreja, mas se expandem e se hibridizam com lógicas do mundo digital e da performance pública.

Comparativamente, os dados indicam que, enquanto o perfil digital de Paulo Ricardo concentra sua estratégia em controle visual e discursivo, o de Fábio de Melo aposta na expressividade e na mediação afetiva, e o de Júlio Lancellotti privilegia a abertura à realidade social das desigualdades e à contingência pastoral. A convergência entre dados qualitativos e quantitativos confirma as tipologias e evidencia como diferentes configurações visuais estão inscritas em distintas formas de engajamento religioso no ambiente digital.

A atuação dos clérigos criou um ecossistema de perfis que não estão isolados em bolhas puras, mas em constante disputa por legitimidade dentro de um espaço digital compartilhado e competitivo. Essa porosidade permite que um padre social-pastoral ou conservador-doutrinário atinja públicos que estão fora da prática religiosa regular, algo típico de um universo digital sem fronteiras geográficas ou paroquiais.

É na articulação entre commodificação e prosumidor, portanto, que se torna possível compreender a assimetria observada entre os diferentes tipos ideais do clero católico digital. O artigo procurou demonstrar que a conversão do capital simbólico em liquidez digital — entendida como capacidade de transformação de prestígio religioso em seguidores, alcance e engajamento — ocorre de forma desigual, revelando afinidades eletivas entre determinadas formas de atuação clerical e as gramáticas neoliberais da sociedade e da economia. Perfis vinculados à lógica carismático-vedete ou conservador-doutrinária apresentam maior eficiência nessa conversão, pois operam por estratégias comunicacionais mais aderentes aos mecanismos algorítmicos que privilegiam retenção, identificação emocional, narrativa simplificada e forte demarcação identitária. Por outro lado, o tensionamento múltiplo - carisma versus autoridade, instituição versus atuação individual, configuração econômico-tecnológica versus valores sociais de igualdade - entre os três tipos-ideais desvela um cenário de disputas intensas sobre os sentidos do sagrado, da moral e da própria representação legítima do que é ser católico nestes tempos contemporâneos. Os tipos-ideias mostram como o ambiente digital acelera os processos de polarização interna e expõe a Igreja Católica a dinâmicas que desafiam suas formas tradicionais de regulação e resposta. O campo investigativo, no entanto, é amplo, sendo necessário pesquisar ainda mais – quantitativa e qualitativamente – a relação entre os leigos, os movimentos/pastorais e a dinâmica institucional católica no universo tecnológico-digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade JR, P. (2013). *Um artista da fé: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo*. Edufal.
- Barthes, R. (1964). *Elements of semiology* (A. Lavers & C. Smith, Trans.). Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Trans.). Hill and Wang.
- Camurça, M. A. (2024). Ensaio de cosmopolítica no catolicismo brasileiro atual: Articulações entre interpretação e crítica. *REVER: Revista De Estudos Da Religião*, 24(1), 67–84. <https://doi.org/10.23925/1677-1222.2024vol24i1a5>
- Camurça, M. A. (2009). Entre sincretismos e "guerras santas": Dinâmicas e linhas de força do campo religioso brasileiro. *Revista USP*, (81), 173-185
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Carranza, B. (2011). *Catolicismo midiático*. Ideias & Letras.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Esposti, P.D. and Tirabassi, L. (2024). Prosumer. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, G. Ritzer (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeosp132.pub3>
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 595-598.
- Itten, J. (1973). *The art of color: The subjective experience and objective rationale of color*. Van Nostrand Reinhold.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2025). *Censo Demográfico 2022: Religiões: Resultados preliminares da amostra*. <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102182>
- Ghiraldelli, P. (2025). *Capitalismo 4.0. Sociedades e subjetividades*. Cefa Editorial.
- Hjarvard, S. (2012). Mediatization: Theorising the media as agents of social and cultural change. *MATRIZES*, 5(2), 53–91. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Polity Press.
- Kaufman, D., & Santaella, L. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista Famecos*, 27, 1–10. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/34074>
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Penso.

- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
- Lancellotti, J. (2024). Padre Júlio Lancellotti denuncia ataques de missionária da Canção Nova: Comunidade pede desculpas. G1. <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2024/11/28/padre-julio-lancellotti-denuncia-ataques-de-missionarios-da-cancao-nova-comunidade-pede-desculpas.ghtml>
- McLuhan, M., & Nevitt, B. (1972). *Take today: The executive as dropout*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Martino, L. M. S. (2020). Mediatization of religion: Three dimensions from a Latin American/Brazilian perspective. *Religions*, 11(10), Article 482. <https://doi.org/10.3390/rel11100482>
- Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. University of Chicago Press.
- Pizarro, L. (2026). Padre Júlio: Fora das redes, doações para projetos caem e fiéis querem ajuda do Vaticano. *Agência Pública*. <https://apublica.org/2026/01/padre-julio-fora-das-redes-doacoes-para-projetos-caem-e-fieis-querem-ajuda-do-vaticano/>
- Py, F. (2021). Padre Paulo Ricardo: trajetória política digital recente do agente ultracatólico do cristofascismo brasileiro. *Revista Tempo E Argumento*, Florianópolis, 13(34), 1-27, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5965/2175180313342021e0202>
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies. An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE.
- Sena, E., Sofiati, F. M., & Andrade, P. (2024). O campo católico-midiático na sindemia de COVID-19: tensões, disputas e guerra dos deuses. *Reflexão*, 49. <https://doi.org/10.24220/2447-6803v49a2024e8713>
- Silva, A. A.; Souza, A. R.; Medeiros, F. F.; Sbardelotto, M.; Gomes, V. B. (Eds.). (2024). *Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas*. Aparecida; Ideias & Letras; Paulus.
- Silveira, S. A. (2021). Capitalismo digital. *Revista Ciências do Trabalho*, (20), 1–20.
- Silveira, E. J. S.; Silva, E. F. (2024). Uma expressão incômoda do pluralismo católico. Reacionarismo católico em plataforma digital. *Caminhos* 22, 84-99. <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/caminhos/article/view/13996/6668>
- Silveira, E. J. S. Rodrigues, Maria Fernanda M. *Entre tradição e justiça social: conflito, concorrência e construção de perfis eletrônicos do clero católico*. Relatório Técnico de Pesquisa. Universidade Federal de Juiz de Fora.
- Sbardelotto, M. (2012). Entre o social e a técnica: Os processos midiaticizados do fenômeno religioso contemporâneo. *Ação Midiática*, 3, 1–15.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam Books
- Weber, M. (1999). A ‘objetividade’ do conhecimento na ciência social e na ciência política. In: M. Weber (Ed.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 79–158). Editora Unicamp; Cortez Editora.