

Religião nas redes sociais: fé, autoridade e experiência religiosa no ambiente digital

Religion on social networks: faith, authority and religious experience in the digital environment

Isaac de Moura Lima

RESUMO

A expansão das tecnologias digitais e a consolidação das redes sociais modificaram profundamente as formas de comunicação, interação, pertencimento e produção de sentidos na sociedade contemporânea. Nesse contexto, a religião também passou a ocupar de maneira significativa os ambientes digitais, fazendo com que práticas tradicionalmente associadas aos templos, às comunidades presenciais e às autoridades institucionais fossem reelaboradas nas plataformas on-line. O presente artigo tem como objetivo analisar como as redes sociais têm contribuído para a transformação da experiência religiosa, considerando especialmente as relações entre fé, autoridade e práticas religiosas no ambiente digital. A pesquisa caracteriza-se como bibliográfica e qualitativa, fundamentada em produções acadêmicas brasileiras publicadas entre 2020 e 2026. O estudo discute a digitalização das práticas religiosas, o surgimento dos influenciadores digitais da fé, as transformações dos regimes de autoridade religiosa e as novas formas de experiência, pertencimento e participação proporcionadas pelas redes sociais. Observa-se que o ambiente digital não constitui apenas um novo canal de divulgação de conteúdos religiosos, mas um espaço no qual crenças, identidades, discursos, rituais e relações de autoridade são constantemente reconstruídos. As redes sociais ampliam as possibilidades de acesso à informação religiosa, favorecem a formação de comunidades para além dos limites territoriais e permitem novas formas de expressão da fé. Ao mesmo tempo, produzem desafios relacionados à superficialização dos conteúdos, à lógica do engajamento, à mercantilização da experiência religiosa, à desinformação e à disputa pela legitimidade da autoridade. Conclui-se que a religião digital deve ser compreendida como parte de um processo mais amplo de transformação cultural, no qual o religioso passa a articular-se de maneira cada vez mais intensa com as lógicas comunicacionais e sociotécnicas das plataformas digitais.

Palavras-chave: Religião. Redes sociais. Fé. Autoridade religiosa. Experiência religiosa. Cultura digital.

ABSTRACT

The expansion of digital technologies and the consolidation of social networks have profoundly changed contemporary forms of communication, interaction, belonging and meaning-making. In this context, religion has also increasingly occupied digital environments, causing practices traditionally associated with temples, face-to-face communities and institutional authorities to be reformulated on online platforms. This article aims to analyze how social networks have contributed to the transformation of religious experience, particularly considering the relationships between faith, authority and religious

practices in digital environments. The research is characterized as qualitative and bibliographic, based on Brazilian academic studies published between 2020 and 2026. The study discusses the digitalization of religious practices, the emergence of digital faith influencers, transformations in religious authority and new forms of experience, belonging and participation provided by social networks. It is observed that the digital environment is not merely a new channel for disseminating religious content, but a space in which beliefs, identities, discourses, rituals and relations of authority are constantly reconstructed. Social networks expand access to religious information, facilitate the formation of communities beyond territorial boundaries and enable new forms of expression of faith. At the same time, they create challenges related to content simplification, engagement logic, commercialization of religious experience, misinformation and disputes over legitimacy and authority. It is concluded that digital religion should be understood as part of a broader process of cultural transformation, in which religion increasingly interacts with the communicational and sociotechnical logics of digital platforms.

Keywords: Religion. Social networks. Faith. Religious authority. Religious experience. Digital culture.

1 INTRODUÇÃO

As transformações provocadas pela expansão das tecnologias digitais alcançaram praticamente todas as dimensões da vida social. A comunicação, o trabalho, a educação, a política, o entretenimento, as relações afetivas e as formas de participação social passaram a ser atravessados por dispositivos conectados à internet. Nesse processo, também as religiões passaram a experimentar mudanças significativas em suas formas de comunicação, organização, evangelização e vivência da fé.

As redes sociais digitais constituem atualmente espaços relevantes para a circulação de discursos religiosos. Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, WhatsApp e outras plataformas possibilitam que líderes religiosos, comunidades, instituições e indivíduos produzam e compartilhem conteúdos relacionados à fé. Orações, pregações, testemunhos, músicas, estudos bíblicos, mensagens devocionais, celebrações, transmissões ao vivo e debates teológicos podem alcançar públicos muito maiores do que aqueles presentes fisicamente em uma comunidade religiosa. (Martins et al., 2026).

A pandemia da Covid-19 representou um momento particularmente importante nesse processo. Com a suspensão ou restrição de atividades presenciais, organizações religiosas precisaram recorrer intensamente às tecnologias digitais para manter a comunicação com seus fiéis. Pesquisa de Moisés Sbardelotto sobre as práticas religiosas digitais da Igreja Católica no Brasil demonstrou que, durante 2020, diferentes formas de presença religiosa foram

desenvolvidas no ambiente digital, enquanto as próprias autoridades eclesiais passaram a refletir sobre os limites e possibilidades dessas práticas.

Entretanto, seria inadequado compreender a religião digital apenas como uma solução emergencial produzida pela pandemia. O período de isolamento social acelerou processos que já estavam em curso. A presença religiosa nas redes sociais não desapareceu com a retomada das atividades presenciais. Pelo contrário, consolidou-se como dimensão permanente da experiência religiosa contemporânea. (Almeida, 2026).

O dossiê “Mídias digitais e as fronteiras do religioso”, publicado em *Religião & Sociedade*, destaca justamente que as pesquisas mais recentes já não tratam apenas da passagem emergencial das práticas religiosas presenciais para o digital, mas da consolidação da presença do digital em projetos religiosos institucionais, coletivos e individuais. Essa realidade provoca importantes questionamentos.

Essas questões são especialmente importantes porque as redes sociais possuem mecanismos próprios de funcionamento. Os conteúdos são organizados por algoritmos, a visibilidade depende de estratégias de comunicação, a atenção tornou-se um recurso disputado e os usuários podem assumir simultaneamente os papéis de consumidores e produtores de conteúdo. (Passos, 2026).

Assim, o campo religioso passa a dialogar com uma lógica comunicacional diferente daquela predominante nas instituições tradicionais. A autoridade religiosa, por exemplo, não desaparece no ambiente digital, mas passa por processos de transformação. Um sacerdote, pastor, líder de comunidade, cantor religioso ou mesmo uma pessoa sem cargo institucional pode alcançar grande visibilidade nas redes sociais.

A autoridade passa, em determinadas circunstâncias, a relacionar-se não somente com a formação teológica ou com a posição ocupada dentro de uma instituição, mas também com capacidade de comunicação, identificação com o público, frequência de publicação, engajamento e construção de uma persona digital. O estudo de Medeiros, Souza, Silva, Sbardelotto e Gomes, publicado em 2022, chama atenção justamente para o fenômeno dos “influenciadores digitais da fé”, discutindo a aproximação entre celebridade, evangelização e influência no ambiente digital.

Os autores procuram compreender os elementos comunicacionais e teológicos envolvidos nesse fenômeno e seus efeitos socioeclesiais. A religião não se reduz a um conjunto de doutrinas. Ela envolve emoções, símbolos, rituais, relações comunitárias, identidades, narrativas pessoais e experiências de transcendência.

Quando essas dimensões passam a ser mediadas pelas plataformas digitais, elas adquirem novas formas de expressão. Diante disso, o presente artigo parte do seguinte problema de pesquisa: de que maneira as redes sociais digitais estão reconfigurando as formas de vivência da fé, de construção da autoridade religiosa e de experiência religiosa na sociedade contemporânea?

O objetivo geral consiste em analisar as transformações produzidas pelas redes sociais nas experiências religiosas, considerando as relações entre fé, autoridade e participação no ambiente digital. Como objetivos específicos, pretende-se compreender o processo de digitalização das práticas religiosas; analisar as transformações da autoridade religiosa diante da emergência dos influenciadores digitais da fé; discutir as novas formas de experiência, pertencimento e participação religiosa proporcionadas pelas redes sociais; e refletir sobre os desafios decorrentes da relação entre religião, plataformas digitais, visibilidade e circulação de informações.

A relevância do estudo está relacionada à necessidade de compreender o fenômeno religioso para além dos espaços físicos tradicionalmente associados às instituições religiosas. A experiência religiosa contemporânea ocorre em um cenário híbrido, no qual o presencial e o digital se articulam. A religião pode estar simultaneamente no templo, na casa do fiel, no telefone celular, em uma transmissão ao vivo, em um grupo de mensagens ou no perfil de um influenciador.

A pesquisa é de natureza qualitativa, com caráter bibliográfico e exploratório. Foram priorizados estudos de autores brasileiros publicados entre 2020 e 2026, especialmente artigos científicos disponíveis em periódicos acadêmicos nacionais. Entre as pesquisas consultadas destacam-se trabalhos de Moisés Sbardelotto, Fernanda Faria Medeiros, Alzirinha Rocha de Souza, Aline Amaro da Silva, Vinicius Borges Gomes, Carly Machado, Lorena Mochel, Cristiane Carvalho de Paula Brito, Thyago Madeira França, Isabel Soares Campos, Francisco Luiz Pereira da Silva, João Décio Passos, entre outros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 RELIGIÃO, CULTURA DIGITAL E TRANSFORMAÇÃO DAS PRÁTICAS RELIGIOSAS

A presença das religiões no ambiente digital precisa ser compreendida dentro de um processo mais amplo de transformação da cultura contemporânea. (Martins et al., 2026). A

internet não constitui apenas uma ferramenta adicional utilizada pelas instituições religiosas. Sua presença modifica as condições nas quais os sujeitos comunicam, interpretam e compartilham suas experiências.

Nesse sentido, falar em religião nas redes sociais significa considerar que as tecnologias digitais participam da própria construção das práticas sociais. (Almeida, 2026). O ambiente digital passa a fazer parte do cotidiano dos indivíduos e, consequentemente, também das formas pelas quais eles estabelecem relações com o sagrado. A religião historicamente se desenvolveu por meio de diferentes sistemas de comunicação.

Oralidade, escrita, livros sagrados, sermões, imprensa, rádio e televisão constituíram importantes meios de transmissão da fé. (Martins et al., 2026). As tecnologias digitais representam mais uma etapa desse processo, porém apresentam características particulares: permitem comunicação instantânea, interação em rede, produção descentralizada de conteúdo, circulação global e participação ativa dos usuários, tal evolução é confirmada por Martins que diz:

As transformações tecnológicas intensificadas pela expansão da internet alteraram profundamente as formas de sociabilidade, comunicação e construção de sentidos coletivos. Nesse cenário, a religião também passou a experimentar novas configurações de expressão e compartilhamento da fé, incorporando ferramentas digitais aos processos de evangelização, formação espiritual e interação comunitária. O ambiente virtual ampliou possibilidades de circulação de discursos religiosos e favoreceu a emergência de experiências espirituais mediadas por plataformas digitais. (MARTINS, et al., 2026, p. 08)

Sbardelotto (2021), ao estudar as práticas religiosas digitais durante a pandemia, demonstra que a experiência católica brasileira precisou incorporar diferentes recursos tecnológicos, incluindo transmissões, conteúdos on-line e outras formas de comunicação. O autor identifica a emergência de práticas religiosas digitais associadas ao contexto de isolamento e às tentativas institucionais de manter vínculos comunitários.

A experiência da pandemia também revelou que a separação entre “religião presencial” e “religião digital” é menos rígida do que poderia parecer. Mesmo quando as celebrações presenciais retornaram, as transmissões permaneceram, os perfis das instituições continuaram ativos e os fiéis mantiveram hábitos de consumo de conteúdos religiosos pela internet. Campos e Silva (2021), ao investigarem a presença virtual do sagrado em Pelotas durante a pandemia, analisaram a atuação de lideranças religiosas no Facebook e observaram como práticas religiosas passaram a articular virtualidade, espaço público e formas de engajamento.

A pesquisa utilizou observação netnográfica e comparou atuações de lideranças de diferentes matrizes religiosas. (Passos, 2026). O resultado desse processo é uma ampliação dos lugares nos quais a religião pode ser experimentada. O templo continua sendo um espaço fundamental para diversas tradições, mas deixa de ser o único local no qual práticas religiosas são produzidas, compartilhadas e interpretadas.

A oração, por exemplo, pode ocorrer individualmente diante de uma tela. (Martins et al., 2026). Uma pessoa pode ouvir uma pregação enquanto realiza tarefas domésticas, assistir a uma missa ou culto pelo celular, acompanhar uma sequência de vídeos devocionais antes de dormir ou participar de um grupo de oração pelo WhatsApp. Isso não significa necessariamente que a experiência digital substitua a experiência presencial.

Em muitos casos, ocorre uma combinação entre as duas dimensões. (Almeida, 2026). O indivíduo pode participar presencialmente de uma comunidade e, simultaneamente, acompanhar dezenas de conteúdos religiosos diariamente pelas redes. Essa condição pode ser compreendida como uma experiência religiosa híbrida. O sujeito transita entre diferentes espaços, meios e comunidades.

Ele pode receber orientações de seu líder religioso local e, ao mesmo tempo, acompanhar líderes de outras cidades ou países. (Silva; Montenegro, 2026). As fronteiras territoriais tornam-se menos determinantes. Uma comunidade religiosa que anteriormente dependia da presença física dos participantes pode alcançar pessoas geograficamente distantes por meio das plataformas digitais.

Machado e Mochel (2024) observam que as pesquisas contemporâneas sobre religião digital devem considerar justamente as fronteiras entre o religioso e outras dimensões da vida social. O dossiê organizado pelas autoras enfatiza que as mídias digitais estão relacionadas à transformação das formas de visibilidade, pertencimento, moralidade, subjetividade e autoridade religiosa. (Martins et al., 2026).

A religião passa, portanto, a disputar visibilidade em um espaço no qual diferentes conteúdos concorrem simultaneamente pela atenção do usuário. (Almeida, 2026). Uma mensagem religiosa pode aparecer na mesma tela que um anúncio publicitário, uma notícia, um vídeo de entretenimento ou uma publicação política. Essa proximidade produz consequências importantes.

O conteúdo religioso precisa ser apresentado de maneira compreensível e atraente para competir pela atenção. A estética das publicações, a duração dos vídeos, o uso de imagens, músicas, legendas e hashtags tornam-se elementos relevantes da comunicação religiosa. De

acordo com Martins et al. (2026), isso não significa necessariamente que as religiões estejam abandonando seus conteúdos tradicionais.

O que ocorre é uma adaptação de formas discursivas e comunicacionais às características das plataformas. (Passos, 2026). O próprio conceito de evangelização passa a adquirir novas dimensões. Evangelizar não significa apenas falar diante de uma comunidade reunida. Pode significar produzir um vídeo curto, responder a um comentário, realizar uma transmissão ao vivo ou publicar diariamente uma mensagem devocional.

Sbardelotto (2024) analisa a resposta da Igreja Católica às transformações provocadas pela cultura digital e destaca que o processo de adaptação institucional envolve novas concepções de comunhão, participação e missão. A presença digital, segundo sua análise, também interfere nas relações de autoridade e na maneira como as instituições religiosas se apresentam publicamente.

A transformação, portanto, não ocorre somente no nível da comunicação externa. (Almeida, 2026). Ela atinge a própria compreensão da participação religiosa. Nas estruturas tradicionais, a instituição costumava determinar de maneira mais clara quem falava, onde se falava e quais conteúdos eram considerados legítimos. Nas redes sociais, essas fronteiras são menos rígidas. (Martins et al., 2026).

Qualquer usuário pode produzir conteúdo e alcançar uma audiência significativa. (Almeida, 2026). A democratização da produção de conteúdo possui aspectos positivos. Pessoas que antes tinham pouca oportunidade de expressar sua religiosidade podem encontrar espaços para compartilhar experiências. Grupos minoritários podem construir redes de apoio. Comunidades geograficamente dispersas podem manter vínculos. Ao mesmo tempo, a descentralização cria novos desafios. A quantidade de conteúdos religiosos disponíveis dificulta a diferenciação entre conhecimento especializado, opinião pessoal, interpretação teológica, testemunho e desinformação. Assim, a cultura digital não apenas amplia a circulação da religião, mas modifica suas condições de produção e recepção.

2.2 AUTORIDADE RELIGIOSA, INFLUENCIADORES DIGITAIS E LEGITIMIDADE DA FÉ

A autoridade constitui uma dimensão central da experiência religiosa. (Martins et al., 2026). Em diferentes tradições, determinadas pessoas ou instituições são reconhecidas como responsáveis pela interpretação de textos sagrados, condução de rituais, orientação espiritual e

transmissão de ensinamentos. Entretanto, o ambiente digital introduz novos atores na circulação dos discursos religiosos.

Além dos sacerdotes, pastores, ministros, teólogos e dirigentes institucionais, surgem influenciadores que constroem sua legitimidade principalmente por meio da presença nas plataformas digitais. (Almeida, 2026). A autoridade religiosa passa, assim, por um processo de reconfiguração. Não se trata de afirmar que as autoridades institucionais desapareceram. Elas continuam desempenhando funções fundamentais.

Entretanto, a autoridade tradicional passa a conviver com formas alternativas de influência. (Martins et al., 2026). Um líder religioso pode possuir reconhecimento formal dentro de sua instituição e, simultaneamente, ter pouca visibilidade nas redes. Em sentido contrário, uma pessoa com pouca ou nenhuma posição institucional pode acumular milhares ou milhões de seguidores e tornar-se referência para determinado público.

Essa realidade exige diferenciar autoridade institucional, autoridade carismática, autoridade comunicacional e influência digital. Embora possam se sobrepor, não são necessariamente equivalentes. O estudo de Medeiros et al. (2022) é particularmente relevante nesse sentido. Os autores analisam os influenciadores digitais da fé a partir da relação entre celebritização e evangelização.

O fenômeno demonstra que determinados líderes religiosos passam a construir uma presença digital que envolve não somente a transmissão de conteúdos religiosos, mas também elementos próprios da cultura das celebridades, como visibilidade, performance, identificação com o público e construção de uma imagem pública. (Passos, 2026). O número de seguidores pode funcionar como indicador de visibilidade, mas não necessariamente de legitimidade teológica.

Essa distinção é importante porque as plataformas digitais tendem a transformar métricas de atenção em sinais de relevância. (Martins et al., 2026). Curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações podem transmitir ao usuário a impressão de que determinada pessoa é uma autoridade amplamente reconhecida. Contudo, popularidade e conhecimento religioso não são necessariamente equivalentes.

O ambiente digital também favorece a construção de uma relação mais próxima entre líder e seguidor. (Almeida, 2026). O religioso que aparece diariamente nas redes sociais pode compartilhar aspectos de sua rotina, responder perguntas, publicar fotografias, mostrar bastidores e utilizar linguagem informal. Essa proximidade produz uma sensação de intimidade. O seguidor pode desenvolver a percepção de conhecer pessoalmente o influenciador, mesmo que a relação seja essencialmente mediada por uma plataforma.

Sbardelotto (2024), ao analisar o caso do sacerdote Patrick Fernandes, mostra como um presbítero que possuía inicialmente uma audiência reduzida passou, durante 2021, a alcançar milhões de seguidores no Instagram. O estudo interpreta esse fenômeno como uma forma de influência digital religiosa e analisa aspectos relacionados à pessoa/persona, performance, conteúdo e interação.

Martins et al. (2026) entendem que o caso evidencia que a construção da autoridade digital ocorre mediante diferentes elementos. A mensagem religiosa é importante, mas também são relevantes a maneira como o líder se apresenta, sua frequência de publicação, a linguagem utilizada, a capacidade de gerar identificação e a interação com os seguidores. A autoridade religiosa, portanto, torna-se parcialmente performativa.

A performance não deve ser entendida necessariamente como falsidade ou manipulação. (Silva; Montenegro, 2026). Trata-se da forma como uma pessoa apresenta sua identidade e sua mensagem em determinado contexto comunicacional. Nas redes sociais, essa performance é permanente. O perfil do líder torna-se um espaço no qual identidade religiosa e identidade pública se encontram.

Esse fenômeno pode favorecer a aproximação entre fiéis e instituições. Pessoas que se sentiam distantes de determinada tradição podem encontrar conteúdos acessíveis e desenvolver interesse por uma comunidade. (Almeida, 2026). Porém, também existem riscos. Quando a autoridade religiosa se confunde excessivamente com a lógica da celebridade, a mensagem pode ser subordinada à necessidade de manter audiência.

Conteúdos mais complexos podem ser substituídos por mensagens curtas e emocionalmente impactantes. A lógica das plataformas privilegia conteúdos que geram interação. (Passos, 2026). Isso pode criar incentivos para que determinados produtores priorizem assuntos polêmicos, frases fortes ou conteúdos capazes de provocar reações. Nesse cenário, a autoridade religiosa pode ser influenciada por mecanismos que não foram criados para avaliar conhecimento teológico ou qualidade espiritual, mas para maximizar atenção e circulação.

Sbardelotto (2024) utiliza a noção de “celebrização clerical” para discutir justamente as consequências desse processo no campo católico. O estudo chama atenção para a transformação da atuação de líderes religiosos em contextos de forte influência digital. Nas instituições tradicionais, um fiel que discordasse de determinado líder poderia abandonar a comunidade ou buscar orientação em outro espaço.

No ambiente digital, a contestação pode ocorrer publicamente nos comentários, vídeos-resposta, compartilhamentos e outras formas de interação. A autoridade torna-se

constantemente negociada. Brito e França (2024), ao analisarem posts de pastores evangélicos no Instagram, identificaram diferentes sentidos atribuídos à fé evangélica em discursos relacionados a questões políticas.

O estudo demonstra que as redes sociais constituem espaços nos quais identidade religiosa, alteridade, respeito, conflito e participação política podem se articular. (Almeida, 2026). Essa dimensão discursiva mostra que a autoridade religiosa digital não é apenas uma relação vertical entre líder e seguidor. Ela é construída em um espaço de interação, negociação e disputa de sentidos.

O seguidor pode comentar, questionar, discordar, compartilhar ou produzir uma interpretação própria. (Brito; França, 2024). A circulação da mensagem deixa de ser unilateral. Isso representa uma transformação significativa na estrutura comunicacional religiosa. A autoridade passa a depender também da capacidade de dialogar com públicos diversificados. O líder religioso precisa lidar com comentários favoráveis e críticos, diferentes interpretações, conflitos e expectativas.

Almeida (2026) compreende que a autoridade digital pode, portanto, ser entendida como relacional. Ela existe na medida em que determinado público reconhece, acompanha e reproduz a atuação de alguém. Essa realidade também amplia a responsabilidade dos produtores de conteúdo religioso. Quanto maior a audiência, maior pode ser o impacto de uma informação equivocada.

O problema se torna especialmente sensível quando mensagens religiosas são apresentadas como verdades absolutas em assuntos políticos, sociais, científicos ou de saúde. Patriota e Dantas (2024), ao analisarem o fenômeno denominado pelos autores de “fake profecias”, demonstraram como conteúdos desinformativos podem ser apresentados com linguagem religiosa e associados à autoridade de supostas revelações divinas.

O estudo analisou conteúdos produzidos por pastores-influenciadores durante as eleições presidenciais de 2022 e identificou a articulação entre religião, influência digital e desinformação. (Passos, 2026). Esse fenômeno demonstra que a autoridade religiosa pode ser mobilizada para conferir credibilidade a informações que, fora do ambiente religioso, poderiam ser questionadas.

A responsabilidade ética na comunicação da fé, portanto, torna-se uma questão central. (Silva; Montenegro, 2026). A expansão da autoridade digital não deve ser compreendida apenas como perda de poder das instituições. Ela também representa a criação de novas formas de autoridade que convivem, negociam e, em determinados momentos, entram em

conflito com as estruturas tradicionais. A religião nas redes sociais é, nesse sentido, um espaço de disputa pela interpretação legítima da fé.

2.3 EXPERIÊNCIA RELIGIOSA, COMUNIDADE DIGITAL E NOVAS FORMAS DE VIVÊNCIA DA FÉ

A experiência religiosa constitui uma dimensão que ultrapassa a simples aceitação racional de determinadas crenças. (Passos, 2026). Ela envolve sentimentos, símbolos, práticas, narrativas, pertencimento e formas de relacionamento com aquilo que os sujeitos compreendem como sagrado. Quando essa experiência passa a ser mediada pelas tecnologias digitais, surgem novas possibilidades de vivência.

Uma das transformações mais evidentes é a possibilidade de participação sem presença física. Uma pessoa pode acompanhar uma celebração transmitida de outra cidade, participar de uma oração on-line ou interagir com uma comunidade religiosa localizada em outro país. Durante a pandemia, essa possibilidade tornou-se especialmente importante. Campos e Silva (2021) demonstraram como a presença virtual do sagrado foi incorporada às dinâmicas religiosas e ao espaço público, analisando interações e formas de engajamento em redes sociais.

O ambiente digital também permite uma experiência mais personalizada. (Silva; Montenegro, 2026). Enquanto uma celebração presencial possui horário e duração determinados, o conteúdo digital pode ser acessado posteriormente. Um vídeo de oração pode ser assistido várias vezes. Uma pregação pode ser interrompida e retomada. Um texto bíblico pode ser pesquisado imediatamente.

Essa possibilidade de escolha amplia a autonomia do indivíduo. Ao mesmo tempo, modifica a temporalidade da experiência religiosa. Sbardelotto (2024) observa, no contexto das transformações digitais do catolicismo, que as novas formas de participação e comunicação produzem novos sentidos para conceitos como comunhão, participação e missão. O fiel passa a participar de uma rede de experiências que não depende exclusivamente do calendário institucional.

Grupos de WhatsApp, Telegram, Facebook, Instagram e outras plataformas permitem a criação de redes de oração, estudo, aconselhamento e apoio. (Passos, 2026). Essas comunidades podem cumprir funções semelhantes às comunidades religiosas tradicionais, embora apresentem estruturas diferentes. Em uma comunidade presencial, os membros compartilham um espaço físico.

Na comunidade digital, o vínculo é construído pela comunicação. (Brito; França, 2024). Isso não significa que o vínculo digital seja necessariamente superficial. Pessoas podem estabelecer relações significativas por meio das plataformas, compartilhar experiências pessoais, pedir orações e encontrar acolhimento. Para indivíduos que vivem longe de seus locais de origem ou possuem dificuldades de deslocamento, a comunidade digital pode representar importante mecanismo de pertencimento.

A experiência religiosa digital pode reduzir determinados aspectos corporais e sensoriais da prática religiosa. (Passos, 2026). O encontro presencial envolve arquitetura, música, gestos, proximidade física, silêncio coletivo e participação corporal. A tela reorganiza essa experiência. Por essa razão, não se deve simplesmente afirmar que a religião digital substituiu a religião presencial.

É mais adequado compreender que diferentes formas de experiência passaram a coexistir. (Silva; Montenegro, 2026). A experiência religiosa contemporânea pode ser simultaneamente presencial e digital. A pessoa pode frequentar um templo aos domingos, assistir a vídeos religiosos durante a semana, participar de grupos de oração pelo celular e seguir influenciadores religiosos diariamente.

Esse modelo híbrido demonstra que o digital não constitui necessariamente um espaço separado da vida cotidiana. (Passos, 2026). A própria experiência cotidiana tornou-se digitalizada. Um segundo aspecto importante é a dimensão emocional. As redes sociais favorecem conteúdos capazes de gerar identificação e emoção. Mensagens de esperança, testemunhos de superação, histórias pessoais, músicas religiosas e orações podem provocar forte envolvimento emocional.

Essa característica pode contribuir para a experiência de fé. (Machado; Mochel, 2024). Uma pessoa em situação de sofrimento pode encontrar conforto em uma oração compartilhada nas redes. Alguém que se sente isolado pode descobrir uma comunidade. Outra pessoa pode encontrar explicações e recursos para compreender sua tradição religiosa. Nesse sentido, as redes sociais podem funcionar como espaços de acolhimento.

Contudo, Passos (2026) explica que a dimensão emocional também pode ser utilizada de maneira problemática. Conteúdos que prometem soluções rápidas para problemas complexos podem estimular expectativas irreais. A religião pode ser apresentada como resposta automática para questões sociais, econômicas, psicológicas ou familiares que exigem múltiplas formas de cuidado.

A cultura dos influenciadores digitais está relacionada à produção de conteúdo, publicidade, monetização e construção de marcas pessoais. Quando essa lógica se aproxima

da religião, podem surgir relações complexas entre fé, consumo e mercado. Almeida (2026), ao estudar uma conferência de mulheres evangélicas articulada a partir de um coletivo digital, analisa a relação entre práticas devocionais, estratégias de marketing, consumo, afetos e formas de pertencimento religioso.

O estudo evidencia que a mediação pelas redes sociais pode aproximar práticas religiosas de dinâmicas de consumo e construção de identidades. (Silva; Montenegro, 2026). A questão não é afirmar que toda presença religiosa nas redes sociais seja comercial. A questão é reconhecer que as plataformas funcionam em uma economia da atenção e que conteúdos religiosos também podem participar dessas dinâmicas.

Os algoritmos tendem a apresentar conteúdos relacionados aos interesses anteriores dos usuários. Uma pessoa que assiste repetidamente a conteúdos religiosos pode receber cada vez mais conteúdos semelhantes. Isso pode fortalecer a identidade religiosa, mas também pode limitar o contato com perspectivas diferentes. Silva e Montenegro (2026), ao analisarem conteúdos relacionados à vida consagrada no ambiente digital, destacam que as plataformas podem tanto favorecer a expansão da ação missionária quanto produzir processos de “captura algorítmica” da atenção e da subjetividade em ambientes caracterizados por infobolhas.

Essa questão é particularmente relevante para a experiência religiosa porque a fé pode ser construída em ambientes comunicacionais altamente segmentados. (Brito; França, 2024). Uma pessoa pode passar a consumir exclusivamente conteúdos de determinada orientação religiosa, recebendo constantemente mensagens que confirmam suas convicções. Esse processo pode reduzir o diálogo inter-religioso.

A religião digital, entretanto, também pode favorecer o diálogo. (Silva; Montenegro, 2026). As redes sociais permitem que diferentes tradições religiosas sejam conhecidas por públicos que talvez nunca tivessem contato presencial com elas. Podem promover campanhas de solidariedade, encontros inter-religiosos, debates e divulgação de conhecimentos sobre diferentes tradições.

O ambiente digital possui, portanto, potencial contraditório. Ele pode ampliar a diversidade ou reforçar o isolamento; promover diálogo ou conflito; facilitar acesso ao conhecimento ou disseminar desinformação; fortalecer comunidades ou incentivar relações excessivamente individualizadas. Lopes (2023), ao analisar as tecnologias digitais e o ateísmo no Brasil, destaca o protagonismo das redes sociais na disseminação de conteúdos ateístas e no fortalecimento do ativismo ateu.

Isso demonstra que a digitalização não favorece exclusivamente as religiões. (Sbardelotto, 2024). Ela amplia a circulação de diferentes perspectivas sobre a existência,

incluindo crenças religiosas, espiritualidades não institucionalizadas, agnosticismo e ateísmo. Consequentemente, a experiência religiosa passa a ocorrer em um ambiente de maior pluralidade discursiva.

O indivíduo não recebe apenas uma interpretação da realidade. Ele encontra diferentes tradições e perspectivas em poucos segundos. (Silva; Montenegro, 2026). Essa pluralidade pode favorecer escolhas mais conscientes, mas também pode produzir insegurança e fragmentação. A experiência religiosa torna-se, em determinados contextos, mais individualizada. O sujeito seleciona conteúdos, líderes, comunidades e práticas de acordo com seus interesses.

Isso pode produzir uma espécie de “curadoria pessoal da fé”. (Brito; França, 2024). O indivíduo escolhe quais perfis seguir, quais conteúdos assistir, quais mensagens compartilhar e quais comunidades integrar. Essa autonomia possui importância significativa, mas também levanta questões sobre os critérios utilizados para avaliar conteúdos religiosos. A facilidade de acesso não garante qualidade.

Por isso, a educação para o uso crítico das redes sociais também precisa considerar a dimensão religiosa. (Silva; Montenegro, 2026). É necessário desenvolver capacidade de distinguir testemunho de informação, opinião de ensinamento institucional, interpretação pessoal de consenso teológico e experiência subjetiva de afirmação factual. O desafio da religião digital, portanto, não está apenas na presença das igrejas e dos líderes religiosos na internet. Está também na formação de sujeitos capazes de participar criticamente desse ambiente.

3 DISCUSSÃO: ENTRE A TRADIÇÃO E A RECONFIGURAÇÃO DIGITAL DA FÉ

A análise apresentada nos capítulos anteriores permite compreender que as redes sociais não provocaram o desaparecimento das formas tradicionais de religião. (Martins et al., 2026). O que ocorre é um processo de reorganização. Instituições religiosas continuam existindo, mas precisam dialogar com um ambiente no qual a comunicação não é mais exclusivamente controlada por elas.

Os fiéis continuam procurando comunidades, mas podem construir pertencimentos múltiplos e transitórios. (Almeida, 2026). As autoridades continuam exercendo influência, mas convivem com novos atores digitais. Os rituais continuam existindo, mas podem ser transmitidos, comentados, reinterpretados e compartilhados. A fé permanece como

experiência pessoal e comunitária, mas é cada vez mais atravessada por imagens, vídeos, notificações e interações digitais.

Esse processo pode ser observado em diferentes tradições religiosas. No catolicismo, por exemplo, a Igreja tem procurado compreender a transformação digital como parte de sua missão contemporânea. Sbardelotto (2024) mostra que o processo de reflexão sobre a presença digital envolve conceitos como participação, comunhão e missão, além de gerar discussões sobre o papel dos chamados missionários digitais.

No campo evangélico, a presença de pastores e influenciadores nas redes sociais também modificou a maneira como mensagens religiosas alcançam o público. (Passos, 2026). As redes possibilitam que líderes religiosos desenvolvam audiências nacionais ou internacionais sem necessariamente depender da expansão física de suas igrejas. A lógica digital favorece a concentração de atenção em determinados indivíduos.

Segundo Silva e Montenegro (2026), esse fenômeno pode gerar novas formas de centralização. Embora as redes sejam tecnicamente descentralizadas, a atenção dos usuários pode concentrar-se em determinados perfis. Assim, paradoxalmente, um ambiente com milhões de produtores de conteúdo pode produzir poucas figuras extremamente influentes. A celebração religiosa é uma das consequências possíveis desse processo.

Medeiros et al. (2022) mostram que os influenciadores digitais da fé devem ser analisados considerando as dimensões comunicacionais e teológicas de sua atuação. A questão central é compreender que a influência digital não substitui automaticamente a autoridade religiosa tradicional. Ela cria uma nova dimensão. Um influenciador pode ser reconhecido por sua capacidade comunicacional sem necessariamente possuir autoridade institucional.

Da mesma forma, um líder institucional pode utilizar a influência digital para ampliar sua autoridade. (Brito; França, 2024). Surge, portanto, uma relação de complementaridade e tensão. Em alguns casos, instituições religiosas incorporam influenciadores. Em outros, os influenciadores desenvolvem estruturas próprias. Essa dinâmica pode alterar relações internas de poder.

Também pode modificar a forma como os fiéis escolhem seus referenciais religiosos. (Machado; Mochel, 2024). Antes, a escolha poderia estar relacionada principalmente à comunidade geograficamente disponível. Atualmente, o indivíduo pode escolher acompanhar qualquer líder disponível na internet. Isso amplia significativamente o mercado simbólico religioso.

A consequência é uma maior competição pela atenção e pela fidelidade dos indivíduos. Esse fenômeno não precisa ser compreendido exclusivamente de maneira negativa. (Sbardelotto, 2024). A competição pode incentivar instituições a melhorar sua comunicação e tornar seus conteúdos mais acessíveis. Entretanto, quando a lógica de mercado se sobrepõe às finalidades religiosas, podem surgir distorções.

A mensagem pode ser simplificada excessivamente. A experiência religiosa pode transformar-se em produto. A autoridade pode ser confundida com popularidade. E o engajamento pode tornar-se mais importante do que a reflexão. As redes sociais aproximaram diferentes campos sociais que anteriormente possuíam fronteiras mais claras. A fé pode aparecer associada a discursos políticos, debates sobre costumes, eleições e movimentos sociais.

Brito e França (2024) demonstram essa articulação ao analisar posts de pastores no Instagram relacionados a pautas políticas. O estudo identificou sentidos diversos da fé evangélica, incluindo identidade, alteridade, respeito e prática política. Essa pluralidade é importante porque impede compreender a religião digital como um fenômeno homogêneo. Não existe uma única forma de religião nas redes sociais.

Existem diferentes tradições, denominações, grupos, indivíduos, perspectivas teológicas e práticas. A diversidade deve ser considerada em qualquer análise. Da mesma forma, não é possível afirmar que todo influenciador religioso possui a mesma relação com sua instituição ou que todos os usuários vivenciam a fé digital da mesma maneira. A experiência é condicionada por fatores sociais, culturais, econômicos, geracionais e religiosos.

O acesso às tecnologias também é desigual. Assim, embora as redes sociais tenham ampliado a participação religiosa, não significa que todos tenham as mesmas possibilidades de acesso, produção e circulação de conteúdos. As redes sociais aceleram a circulação de mensagens e dificultam a verificação de determinadas afirmações. Quando um conteúdo religioso é apresentado como revelação, profecia ou mensagem divina, o questionamento pode tornar-se mais complexo.

Patriota e Dantas (2024) demonstraram como conteúdos desinformativos associados a discursos proféticos circularam no contexto eleitoral brasileiro de 2022. Esse exemplo mostra que a autoridade religiosa pode adquirir efeitos sociais para além da esfera estritamente espiritual. A comunicação religiosa possui capacidade de influenciar interpretações sobre acontecimentos sociais.

Por isso, a responsabilidade comunicacional torna-se indispensável. Líderes religiosos e produtores de conteúdo precisam considerar as consequências de informações

compartilhadas com grandes públicos. Da mesma forma, os usuários precisam desenvolver postura crítica. A fé não elimina a necessidade de avaliação da informação. A internet aproxima pessoas com crenças distintas, mas também pode intensificar conflitos.

Passos (2026), ao discutir o fundamentalismo cristão digital, analisa a produção e reprodução de discursos de “verdade segura” no ambiente digital, destacando características específicas das expressões fundamentalistas em contextos digitais. Esse fenômeno demonstra como as redes podem ser utilizadas para fortalecer discursos de certeza absoluta. Quando determinada comunidade entende que possui acesso exclusivo à verdade e passa a tratar outras perspectivas como ameaça, o ambiente digital pode intensificar a polarização.

A diferença depende das práticas sociais desenvolvidas pelos usuários e instituições. Nesse sentido, a tecnologia não determina sozinha o resultado. As plataformas oferecem possibilidades, mas os indivíduos e grupos produzem usos específicos. Essa compreensão é fundamental para evitar tanto o entusiasmo tecnológico quanto o pessimismo tecnológico. As redes sociais não salvarão nem destruirão a religião. Elas constituem um novo ambiente sociocultural no qual as experiências religiosas são reorganizadas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida neste artigo permite compreender que a presença da religião nas redes sociais constitui um dos fenômenos mais relevantes das transformações contemporâneas da experiência religiosa. O ambiente digital deixou de ser apenas um instrumento complementar de divulgação institucional e passou a participar da própria constituição das práticas religiosas. A pandemia da Covid-19 acelerou esse processo, levando comunidades e instituições a desenvolverem novas estratégias de comunicação.

Entretanto, a permanência dessas práticas depois da retomada das atividades presenciais demonstra que não se tratava apenas de uma resposta temporária. O digital passou a integrar de forma permanente o cotidiano religioso. No que diz respeito à fé, observa-se que as redes sociais ampliaram as possibilidades de acesso a conteúdos religiosos. Orações, pregações, estudos, testemunhos, músicas e celebrações podem ser acessados a qualquer momento e em diferentes lugares.

Essa flexibilidade favorece experiências personalizadas e permite que indivíduos encontrem comunidades e referências religiosas para além de suas fronteiras geográficas. Ao mesmo tempo, a experiência religiosa digital apresenta limites. A mediação tecnológica

modifica a dimensão corporal, comunitária e sensorial de determinados rituais. Por isso, o digital não deve ser entendido simplesmente como substituto do presencial.

O que se observa é a formação de experiências híbridas, nas quais práticas on-line e presenciais coexistem. A autoridade religiosa também foi profundamente afetada. As redes sociais ampliaram o número de atores capazes de produzir e distribuir discursos religiosos. Pastores, padres, sacerdotes, teólogos, músicos, líderes comunitários e influenciadores digitais passaram a disputar a atenção e o reconhecimento dos públicos.

Nesse contexto, a autoridade deixou de depender exclusivamente da posição institucional. A capacidade de comunicação, a identificação com os seguidores, a frequência de publicação e a visibilidade digital passaram a desempenhar papel relevante na construção da influência. Entretanto, popularidade não equivale necessariamente a autoridade teológica. O número de seguidores, curtidas ou visualizações constitui indicador de alcance, mas não comprova conhecimento, legitimidade religiosa ou qualidade da informação.

Essa distinção é especialmente importante diante da expansão da desinformação. Conteúdos religiosos podem ser utilizados para conferir legitimidade a informações não verificadas, principalmente quando apresentadas como profecias, revelações ou verdades absolutas. Por essa razão, a responsabilidade dos comunicadores religiosos e a capacidade crítica dos usuários são fundamentais.

Outro ponto identificado foi a aproximação entre religião e lógica de mercado. As plataformas digitais funcionam por meio de mecanismos de atenção, visibilidade e engajamento. Nesse ambiente, líderes religiosos podem tornar-se influenciadores e construir marcas pessoais. Tal processo pode ampliar o alcance da mensagem religiosa, mas também pode favorecer a transformação da fé em produto e a valorização excessiva da performance.

A religião digital, portanto, encontra-se diante de uma tensão permanente: utilizar as ferramentas contemporâneas de comunicação sem permitir que a lógica das plataformas determine completamente os conteúdos, valores e objetivos da experiência religiosa. As redes sociais também produzem novas formas de comunidade. Grupos de oração, comunidades virtuais, transmissões ao vivo e redes de apoio possibilitam que pessoas compartilhem experiências religiosas independentemente da distância física.

Para indivíduos que enfrentam isolamento geográfico ou social, essas redes podem representar importantes espaços de pertencimento. Por outro lado, os algoritmos podem contribuir para a formação de bolhas informacionais. O usuário pode receber continuamente conteúdos semelhantes aos que já consome, reduzindo o contato com perspectivas diferentes.

No campo religioso, esse processo pode fortalecer identidades, mas também intensificar intolerância e polarização.

Dessa maneira, a experiência religiosa digital apresenta caráter ambivalente. Ela amplia possibilidades e, simultaneamente, cria novos desafios. A principal conclusão do estudo é que não se deve compreender a relação entre religião e redes sociais como uma simples transferência da religião para a internet. Trata-se de um processo de reconfiguração da experiência religiosa.

As práticas religiosas continuam existindo, mas assumem novas formas. As autoridades continuam presentes, mas disputam legitimidade com novos atores. As comunidades continuam sendo importantes, mas podem existir também em ambientes virtuais. A fé continua relacionada ao sentido, à esperança e ao pertencimento, mas passa a ser vivenciada em um cotidiano profundamente mediado pelas tecnologias digitais.

O fenômeno exige, portanto, uma abordagem interdisciplinar envolvendo Ciências da Religião, Sociologia, Antropologia, Comunicação, Teologia e estudos sobre cultura digital. Para as instituições religiosas, o desafio não consiste apenas em estar presente nas redes sociais, mas em desenvolver uma presença responsável, ética e coerente com seus princípios. Para os líderes religiosos, torna-se necessário compreender que a visibilidade digital aumenta também a responsabilidade pública.

Para os fiéis, é fundamental desenvolver uma postura crítica diante dos conteúdos consumidos e compartilhados. E para os pesquisadores, permanece aberta uma ampla agenda de investigação sobre os efeitos de longo prazo da digitalização da experiência religiosa. As redes sociais não eliminaram a religião. Ao contrário, criaram novos espaços para sua manifestação, disputa, interpretação e reconstrução.

A fé, quando inserida no ambiente digital, continua sendo uma experiência humana marcada pela busca de sentido, pertencimento e transcendência. Porém, essa busca acontece agora em um cenário no qual a tela, o algoritmo, a interação, a imagem, o vídeo e a lógica da visibilidade fazem parte do cotidiano. Compreender essa realidade significa reconhecer que o religioso contemporâneo não está restrito ao templo. Ele circula pelas redes, atravessa telas, produz comunidades, constrói autoridades e reorganiza experiências. A religião digital, portanto, não representa simplesmente uma nova forma de comunicar a fé: representa uma transformação nas condições sociais pelas quais a fé é vivenciada, compartilhada e interpretada.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Magnólia. **“O Céu Desceu!”**: transcendência, economia de afetos e ritual de mercado em conferência de mulheres evangélicas. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 26, n. 1, 2026. DOI: 10.23925/1677-1222.2026vol26i1a6.

BRITO, Cristiane Carvalho de Paula; FRANÇA, Thyago Madeira. **Religião e política**: embate de sentidos sobre a fé evangélica em posts de pastores no Instagram. Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso, São Paulo, v. 19, n. 2, 2024.

CAMPOS, Isabel Soares; SILVA, Francisco Luiz Pereira da. **A presença virtual do sagrado em tempos pandêmicos**: a virtualidade e a rua na construção do espaço público de Pelotas/RS. Religião & Sociedade, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 135-160, 2021. DOI: 10.1590/0100-85872021v41n2cap06.

LOPES, Luis Fernando. **Tecnologias digitais e ateísmo no Brasil**: o protagonismo das redes sociais. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 23, n. 2, 2023. DOI: 10.23925/1677-1222.2023vol23i2a21.

MACHADO, Carly; MOCHEL, Lorena. **Mídias digitais e as fronteiras do religioso**. Religião & Sociedade, Rio de Janeiro, v. 44, n. 3, 2024. DOI: 10.1590/1984-04382024e4403EdPT.

MARTINS, Ana Júlia de Souza et al. **Entre púlpitos e algoritmos**: redes sociais e transformação da autoridade religiosa atual. v. 1 n. 4 (2026): Revista Convergência em Foco. Disponível em: <https://ojs.unimar.br/index.php/convergenciaemfoco/article/view/1933>. Acesso em: 20 set. 2026.

MEDEIROS, Fernanda Faria; SOUZA, Alzirinha Rocha de; SILVA, Aline Amaro da; SBARDELOTTO, Moisés; GOMES, Vinicius Borges. **Influenciadores digitais da fé**: celebridades ou evangelizadores? RuMoRes, São Paulo, v. 16, n. 31, p. 230-252, 2022. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2022.200401.

PATRIOTA, Karla; DANTAS, Rafael. **Fake profecias**: a desinformação embalada em mensagem divina nas eleições presidenciais de 2022. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 24, n. 1, 2024. DOI: 10.23925/1677-1222.2024vol24i1a14.

PASSOS, João Décio. **Fundamentalismo cristão digital**: as expressões e reproduções da verdade segura na era digital. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 180-195, 2026. DOI: 10.23925/1677-1222.2026vol26i1a12.

SBARDELOTTO, Moisés. **Práticas religiosas digitais em tempos de pandemia**. TROPOS: Comunicação, Sociedade e Cultura, Rio Branco, v. 10, n. 1, 2021.

SBARDELOTTO, Moisés. **A missão nos ambientes digitais na perspectiva de uma Igreja sinodal**: respostas católicas à “Reforma digital”. Religião & Sociedade, Rio de Janeiro, v. 44, n. 3, 2024. DOI: 10.1590/1984-04382024e440305.

SILVA, Ana Rosa Clocllet da; BUTTIGNOL, Fernando César. **Homofobia cristã e conservadorismo político**: uma análise da atuação discursiva da Exodus Brasil no contexto

do governo Bolsonaro. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 24, n. 1, 2024. DOI: 10.23925/1677-1222.2024vol24i1a12.

SILVA, Clemildo Anacleto da. **Os evangélicos e o exercício da liberdade religiosa no Brasil**. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 29-44, 2024. DOI: 10.23925/1677-1222.2024vol24i1a3.

SILVA, Emanuel Freitas da; MONTENEGRO, Yuri Fontenelle Lima. **Representações do ethos da vida consagrada**: analisando “conselhos” a vocacionados ao catolicismo carismático no ambiente digital. REVER: Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 26, n. 1, 2026. DOI: 10.23925/1677-1222.2026vol26i1a8.