**Libro analiza el fenómeno de la influencia digital católica**

En los últimos años, particularmente durante y después del período de la pandemia de Covid-19, varios nombres vinculados al universo religioso se han destacado en los ambientes digitales. Son los llamados *influencers* digitales de la fe. A través de la producción y difusión de contenidos religiosos *online*, estas celebridades digitales suelen contar con millones de seguidores, alcanzando un nivel de influencia muy relevante y, en algunos aspectos, también preocupante, particularmente en el catolicismo.

Es a partir de ese escenario complejo y difuso que nació el libro [***“Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas”***](https://www.editoraideiaseletras.com.br/livros/lancamentos/influenciadores-digitais-catolicos) [*Influencers* digitales católicos: efectos y perspectivas], publicado en Brasil por las editoriales Ideias & Letras (redentoristas) y Paulus (paulinos), con autoría de Fernanda de Farias Medeiros, Aline Amaro da Silva, Alzirinha Rocha de Souza, Moisés Sbardelotto y Vinícius Borges Gomes.

Ese grupo de profesores doctores e investigadores en los campos de la Comunicación y la Teología se reunió por invitación de Mons. Joaquim Giovani Mol Guimarães, ex presidente de la Comisión Episcopal Pastoral para la Comunicación de la Conferencia de los Obispos de Brasil (CNBB, 2019-2023) y obispo auxiliar de Belo Horizonte, capital del Estado brasileño de Minas Gerais. Mons. Mol Guimarães concibió el estudio a partir de diálogos con obispos, pastoralistas e investigadores, a fin de profundizar la reflexión sobre el fenómeno y sus impactos en la Iglesia y la pastoral.

En ese fenómeno, llama la atención la presencia de numerosos miembros del clero, que, principalmente en Brasil, llegan a millones de seguidores, como P. Fábio de Melo (con más de 26 millones de seguidores en Instagram) y P. Júlio Lancellotti, [elegido el principal “*influencer* de religión” en Brasil en 2023, por los jurados del premio iBest](https://app.premioibest.com/resultados/2023/influenciador-de-religiao). Pero los *influencers* digitales de la fe también pueden ser los llamados “fieles comunes”, que comparten informaciones y reflexiones sobre espiritualidad, teología y religión con sus seguidores.

Desde una perspectiva diferenciada, la obra presenta un sugestivo análisis de ese fenómeno en el complejo ecosistema comunicativo y eclesial actual. Además de ser socialmente desafiador, es un proceso que incide directamente en el desarrollo de la pastoral, la evangelización, la teología y la comunicación religiosa. También es una cuestión cultural, que trasciende barreras religiosas, ya que tales *influencers* movilizan audiencias diversas a través de poderosas dinámicas tecnológicas. El foco del libro es precisamente comprender en profundidad ese fenómeno y sus posibles consecuencias socioeclesiales.

**Interfaz entre Comunicación y Teología**

El trabajo es resultado de una investigación empírica realizada durante tres años (2021-2023), sobre algunos casos de relievo en el fenómeno de la influencia digital católica en Brasil. En sus 416 páginas, con un lenguaje accesible, el libro presenta diversos datos, entrevistas y análisis que revelan un amplio horizonte del fenómeno, y también propone algunas perspectivas teológico-pastorales, como una invitación a un desarrollo reflexivo y praxeológico más profundo por parte de los líderes eclesiales y los agentes de pastoral, en su diversidad.

Desarrollado en la interfaz entre los campos de la Comunicación y la Teología, el estudio abarca también otras áreas del conocimiento, como las Ciencias Sociales, las Ciencias de la Religión y las Ciencias Políticas. Con ello, busca comprender los efectos del fenómeno de la influencia digital católica desde tres horizontes principales.

El eje *comunicacional-cultural*examina cuales procesos comunicacionales están en juego y cómo se constituyen las “redes de influencia” que caracterizan las acciones de los *influencers* digitales católicos y la recepción socioeclesial en general.

El segundo eje, *sociopolítico*, examina cómo los *influencers* digitales católicos articulan sus narrativas en función de sus diferentes perspectivas sobre la vida en sociedad y las cuestiones políticas en juego en la escena nacional.

Finalmente, el eje *teológico-eclesial* busca reflexionar sobre los desarrollos que ese fenómeno ha catalizado en la praxis católica respecto al modo de “ser Iglesia hoy” y al *sensus fidei*.

**Examen crítico**

En la presentación del libro, Mons. Mol Guimarães afirma que “una presencia significativa y cualificada en red por parte de las cristianas y los cristianos se mueve a partir del deseo de hacer presente en el mundo el Reino de Dios”. Por lo tanto, reconoce que “esta investigación indica que es posible promover la formación de líderes católicos y católicas para la actuación en las redes digitales, pero siempre y cuando la intencionalidad no pase por el deseo de fama, visibilidad y *engagement*, según las lógicas mediáticas-digitales”.

Sor Joana T. Puntel, religiosa paulina y figura de renombre en los estudios sobre la comunicación católica, reitera que el libro propone “un examen crítico y juicioso de casos empíricos”, ofreciendo así “una reflexión fundamental y hasta ahora inédita, a fin de conocer y lidiar con el fenómeno de la influencia digital, particularmente católica, pero también en otros ámbitos sociales y religiosos”.

La relevancia del libro también es avalada por una carta de apoyo que acompaña a la publicación, firmada por varias instituciones y grupos interesados ​​en el tema. Son ellos: Asociación SIGNIS Brasil, Caritas Brasileña, Colectivo Bereia, Comisión Brasileña de Justicia y Paz (CBJP), Consejo Nacional del Laicos y Laicas de Brasil (CNLB), Grupo de Investigación Comunicación y Religiones/INTERCOM, Observatorio de la Comunicación Religiosa (OCR) y Observatorio Eclesial Brasil.

En su texto, las organizaciones dicen estar “preocupadas con esa temática y igualmente afectadas – positiva o negativamente, directa o indirectamente – por ese fenómeno”. Por ello, refuerzan la relevancia de la obra: “Encorajamos a la lectura atenta de este libro por parte de los líderes religiosos, de los agentes de pastoral en general y también de todas las personas interesadas en hacer fructificar plenamente las oportunidades de los ambientes digitales y afrontar sus desafíos para la vivencia y la práctica de una fe coherente”.