

## **A comunidade do Padre Marcelo Rossi no Facebook numa perspectiva de autopromoção e uso mercadológico do espaço**

**Adriana do Amaral Freire<sup>1</sup>**

A cada dia, mais pessoas se conectam às redes digitais colaborativas, cada vez mais complexas pela quantidade e diversidade de indivíduos e organizações que a estas se integram. Quem não tem perfil em redes sociais digitais hoje poderá ser percebido como alguém que ignora o uso de tecnologias ou como alguém com comportamento anti-social, estará à margem da sociedade digital, excluído dos fluxos informativos que constituem hoje uma realidade paralela. No ambiente digital, tempo e espaço são determinados pelo desejo e conveniência dos usuários, da mesma forma ocorrem os relacionamentos entre estes e as instituições. Como afirma Martinuzzo (2013, p. 38), “as mídias se transformam no espaço privilegiado de experiência da realidade, seja intermediando a comunicação e as relações, seja apresentando o mundo ou uma versão de mundo”. Na experiência digital, o contato com a fé e o sagrado também sofre transformações que fluem na mesma direção das que ocorrem nas sociedades em rede. Tanto as instituições religiosas vão se adaptar a esta nova realidade comunicacional mediada por redes digitais, como os próprios usuários vão passar a impor os modos de agir virtualmente destas instituições, pela pressão da autonomia de escolha e da capacidade de expressão que as novas mídias lhes conferem.

“Com a expansão da internet, esse espaço consagrou-se como uma nova dimensão espaço-temporal no interior da qual toda a economia, cultura, política e saber do século XXI vão ocorrer” (SANTOS,

---

<sup>1</sup>Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM-UFPE. Professora Substituta no curso de Relações Públicas, Departamento de Comunicação - DECOM, da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. email: adriana.amaral@gmail.com.

et al, 2012, p. 87), ou seja, vivemos num contexto diferenciado, que se instaurou há não muito tempo, extremamente fluido e dinâmico. Ao adotarem tal espaço como locus de propagação discursiva, religiões e líderes religiosos incorporam características do ambiente, adotando posturas igualmente fluidas e atemporais.

Ao analisar perfis religiosos na web observa-se que diversas variações podem ocorrer em suas práticas com o passar do tempo, o que alteraria ou causaria instabilidade em análises de determinada época anterior em relação a um tempo presente. Por exemplo, uma instituição religiosa poderia iniciar a sua presença virtual em uma rede como Facebook de forma muito mais textual e, com o passar do tempo, mudar sua estratégia e passar a veicular conteúdos mais imagéticos, ou poderia, inicialmente, excluir comentários negativos de seguidores da rede e depois passar a ignorá-los. Tal instabilidade ocasionaria, não a incapacidade de pesquisa e análise, mas a demanda por monitoramento frequente e permanente, pois tal característica é indicadora de constante mutabilidade das ações das religiões em rede. Podemos analisar cinco categorias de meses anteriores e, passados alguns meses depois da pesquisa, novas categorias e formas de expressão ocorrerem no perfil. Essa característica, porém, não isola as mídias digitais dos outros meios, que também atravessaram diversas mutações ao longo de sua história em atenção às demandas de seus públicos e que, mesmo hoje, também buscam se adaptar a nova realidade midiática.

Ao abordar os princípios de “rarefação do discurso”, Foucault (2008a, p. 52) ressalta, especificamente falando sobre o princípio de descontinuidade, que estes “devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também se ignoram ou se excluem”, tais práticas caracterizam, então, a ação religiosa discursiva em rede, muitas vezes padronizada e contínua, mas de constância imprevisível e frequência irregular, por ser, antes, expressão humana. Embora a reprodução de ideias seja prática comum na web, a produção de novos conteúdos, diariamente, singulariza e empodera o meio, conferindo-o cada vez mais, as titulações de onisciência e onipresença,

tornando-o principal fonte de informação e debate da moderna opinião pública.

Esse espaço que descrevemos como fluido e mutável, torna-se também o espaço para a emergência do sagrado, do divino, do místico e do espírito. Como favorece a mercantilização das ideias, molda também as práticas religiosas. Campbell (2012) observa como o nível de engajamento das pessoas com ambientes online tem se modificado significativamente, graças ao desenvolvimento das tecnologias de internet; fala de mudanças que revolucionaram a sociedade nos últimos trinta anos e; que muitas pessoas hoje usam a internet sem distinção entre vida online e vida offline, já que estar online se torna parte de sua existência social cotidiana<sup>2</sup>. Assim, líderes religiosos ou instituições também se integram às novas mídias para divulgar suas culturas religiosas, promover e comercializar produtos derivados de sua imagem. As personalidades midiáticas religiosas passam a utilizar as redes digitais, algumas mais ativamente, até pela anterior experiência no uso de veículos tradicionais, outras em menor proporção, como espaço de ampliação para autopromoção e proselitismo religioso.

Desde o início do ano de 2013, nossa pesquisa observa espaços digitais de produção de discursos religiosos, nos primeiros dois anos de pesquisa nos voltamos para as práticas religiosas cristãs, católicas e evangélicas, e também viemos perseguindo o perfil de líderes carismáticos, neste contexto. Essa pesquisa, especificamente, seleciona como referência para abordagem de algumas questões chaves para nossos estudos, o perfil do Padre Marcelo Rossi, no Facebook. Pretende-se, a partir da análise de amostras da Fanpage do Padre, que definimos como dados netnográficos, discutir conceitos como o de ciberigreja, engajamento, ciberfiéis, além de observar a partir do discurso, os conceitos de contradição e verdade, fatores que o singularizam, ações de reprodução e práticas descontínuas (Foucault, 2008b). Como nosso intuito inicial sempre foi o de realizar um estudo numa perspectiva mercadológica, a análise não se furta de observar as

---

<sup>2</sup> Nossa tradução.

nuances que vinculam o conteúdo a ideia de mercado e marketing, através da teoria de mercado religioso (BERGER, 1985).

Assim, conforme descrito, tomamos como objeto para análise, os discursos disseminados na comunidade do Padre Marcelo Rossi no Facebook e o engajamento dos usuários dessa rede. O padre Marcelo é uma personalidade do catolicismo, suas aparições midiáticas estão sempre envoltas numa atmosfera que parece querer encantar, seduzir, pelo tom de voz, pela indumentária sagrada, pelos discursos que apelam para a fé religiosa. Sua ação nas redes sociais chama atenção, principalmente pelos números de seguidores que atrai, para observar como se posiciona e que tipo de conteúdo profere. As interações dos usuários é outra perspectiva do objeto que interessa, pois a partir desta observação é possível mensurar impactos e saber o tipo de engajamento que este espaço promove.

Nesse sentido, o objetivo deste artigo é analisar o discurso disseminado através da página do Padre Marcelo Rossi no Facebook, numa perspectiva de autopromoção e uso mercadológico de espaço e, também observar algumas interações dos usuários neste perfil. Questiona-se sobre quais tipos de discursos são proferido pelo perfil no Facebook do Padre Marcelo Rossi; quais interações do público usuário da rede ocorrem no perfil; o que é possível mensurar a partir dos números que se apresentam no perfil e; o que promove a materialização dos conceitos de ciberigreja, engajamento e ciberfiel.

A pesquisa utiliza métodos combinados de análise de dados. Primeiro, numa perspectiva biográfica, busca descrever o perfil do indivíduo e sua trajetória histórica, porém como vai realizar sua observação através do ambiente digital da web, enquadra-se num novo fazer etnográfico, que vem sendo classificado (KOZINETS) como netnografia. Para Kozinets (2010, pp. 61-62), “a netnografia é pesquisa observacional participante, baseada em trabalho de campo online”, como refere o autor, uma “inovação metodológica”, que permite estudos de comportamentos e práticas à partir do ambiente digital. Como na etnografia tradicional, a pesquisa netnográfica nos permite a

combinação com as técnicas de análise de discurso de linha francesa (FOUCAULT, 2008a, 2008b, 1984), possibilitando destacar o que está posto nas falas presentes no espaço da web, permitindo também uma leitura metódica dos conteúdos.

Assim, inicialmente para a pesquisa, selecionamos uma amostra por meio da composição de um quadro de dias combinados, tomando-se o cuidado para retirar pelo menos um dia de amostragem de meses diferentes. Assim, na composição das tabelas contendo amostras dos discurso do perfil de Marcelo Rossi no Facebook, são representados cinco dias úteis de uma semana composta (segunda a sexta), porém para ampliar o período mensal de análise, selecionamos os primeiros dias da semana, de segunda a sexta, dos meses de dezembro à agosto de 2014. Para amostras de discursos dos seguidores do perfil, selecionamos cinco sequencias, com seis comentários, de cinco publicações diferentes, dos mesmos meses escolhidos para a seleção de amostras do perfil de Marcelo Rossi. As amostras selecionadas não atendem a questões estatísticas, mas qualitativas, e representam parte da rotina de postagens do perfil, não sendo observada grande variação além da apresentada, de ações em rede promovidas na fanpage do padre. Quando uma personalidade midiática se propõe a criar um perfil público em uma rede social como o Facebook, essa ação acaba despertando o interesse dos fãs, porém, quando se trata de uma personalidade midiática religiosa que tem uma categoria determinada de fãs, que mescla o seu discurso promocional ao discurso sagrado, essa prática acaba gerando uma série de questionamentos. A busca por respostas à algumas das questões que emergem desse cenário motiva a pesquisa. A partir desse ponto, buscamos constituir um perfil do Padre Marcelo, antes de analisar seus discursos e de seus seguidores, extraídos a partir de sua página no Facebook.

### **Tecendo um perfil biográfico do personagem da análise**

Entre o final da década de 90 e início dos anos 2000, tempo em que a televisão possuía ainda maior poder de influência sobre a opinião

pública - diferente de hoje em que as redes digitais, muito mais complexificadas, posicionam-se como forte elemento de interferência na formação ideológica - surgia nos programas de auditório da época, a curiosa imagem do padre Marcelo Rossi. Conforme descreve Carranza (2011, p. 36), o padre era caracterizado pela mídia como: “atlético, charmoso, ágil, carismático, forte, alegre, descontraído, empresário, mas, sobretudo, como um padre cantor que virou pop star”, a autora cita como referência, sete reportagens publicadas em revistas populares da época, que reforçam esses adjetivos. Carranza (2011), também narra a primeira aparição do Padre na TV, no final de 1998, no Programa Domingo Milionário, da extinta Rede Manchete<sup>3</sup> e, que logo depois, vem a fazer diversas aparições na Rede Globo, inicialmente no programa Domingão do Faustão.

Com origem em uma família católica de classe média, cresceu no bairro paulistano, Santana, junto com as irmãs Mônica e Marta. Os pais, Antonio Rossi, gerente de banco, e Wilma, dona de casa, chefiavam a família dos três irmãos. Dois traumas familiares, a morte acidental de um primo e o adoecimento de uma tia, é o que alegou Marcelo Rossi, ter impulsionado o desejo de iniciar a sua carreira sacerdotal. Coursou Filosofia, na Universidade Nossa Senhora Assunção e Teologia, na Faculdade Salesiana de Lorena. Em dezembro de 1994 foi ordenado padre. Na sua carreira como cantor já vendeu mais de 11 milhões de CDs, até então, gravando entre dois e três discos por ano, entre 1998 e 2014. Sendo também considerado um dos maiores fenômenos do catolicismo midiático da América Latina. Integra, com danças e coreografias típicas – como aliás ficou conhecido o padre Marcelo -, o movimento Renovação Carismática Católica (RCC).<sup>4</sup> O seu CD, “Já deu

---

<sup>3</sup> Disponível em: < [http://pt.wikipedia.org/wiki/Domingo\\_no\\_Palco](http://pt.wikipedia.org/wiki/Domingo_no_Palco)> Acesso em: 26 abril 2015.

<sup>4</sup> Os dados deste parágrafo foram obtidos em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Marcelo\\_Rossi#Biografia](http://pt.wikipedia.org/wiki/Marcelo_Rossi#Biografia)>. Acesso em 26 abril 2015.

tudo certo”, foi apontado como o mais vendido do Brasil em 2013, dentre outros gêneros musicais.<sup>5</sup>

A mais recente polêmica que envolveu o nome de Marcelo Rossi foram, além da aparente magreza e apatia, declarações feitas pelo próprio padre de que adoeceu com depressão e se curou sem a ajuda de medicamentos. Em entrevista dada a um blog<sup>6</sup> da Globo, Marcelo Rossi declarou que não teve acompanhamento médico e que, no entanto, está curado, além de relatar que a doença teria sido a consequência de um acidente que o deixou em uma cadeira de rodas por seis meses. A magreza exibida pelo padre nas telas das redes de TVs do Brasil chamou atenção, no entanto, o padre alega já estar de volta ao seu peso normal. A revista IstoÉ, publicou em outubro de 2014<sup>7</sup>, que o padre Marcelo esteve sob investigação pelo Vaticano por quase dez anos, investigação que observava a conduta do padre e discursos repercutidos no âmbito midiático. A investigação poderia ter levado ao impedimento do padre em realizar missas e exercer suas práticas como pop star do catolicismo, no entanto, nada de fato aconteceu.

### **Discurso religioso, ciberigreja e marketing no perfil do Facebook de Marcelo Rossi**

O uso dos meios de comunicação para veiculação de discursos religiosos representa a combinação de instâncias de socialização e de construção de universos simbólicos que pautariam a ótica que terá o fiel-receptor da realidade. Ambas lidam como imaginário, criando mitos – santos e heróis de novela, na medida em que estes personagens se mostram como ideais -, difundindo conceitos e perspectivas de comportamento (MARTINO, 2003, p. 59).

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/2014-03-20/disco-do-padre-marcelo-rossi-foi-o-mais-vendido-no-brasil-em-2013.html>>. Acesso em 26 abril 2015.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://extra.globo.com/noticias/saude-e-ciencia/padre-marcelo-rossi-diz-que-curou-depressao-sem-remedios-mas-especialista-taxativo-cura-espontanea-nao-existe-14311677.html>>. Acesso em 26 abril 2015.

<sup>7</sup> Disponível em: <[http://www.istoe.com.br/reportagens/385599\\_POR+QUE+BENTO+XVI+ESPIONOU+PADRE+MARCELO](http://www.istoe.com.br/reportagens/385599_POR+QUE+BENTO+XVI+ESPIONOU+PADRE+MARCELO)>. Acesso em 26 abril 2015.

No Facebook, a página<sup>8</sup> do padre Marcelo já obteve mais de 3,8 milhões de curtidas. Nesse espaço online, se autodescreve como “sacerdote católico brasileiro, conhecido pelo trabalho de evangelização que realiza”. A seleção de amostras dos cinco dias, que compõem a semana fictícia da análise, gerou um quadro com 13 postagens, sendo oito delas realizadas no dia 01/12 e as demais distribuídas nos outros dias. Das oito postagens verificadas no dia 01 de dezembro de 2014, seis celebram os 20 anos de sacerdócio do Padre Marcelo e duas exaltam a oração e o perdão. Nas outras datas temos dois posts que promovem o livro *Kairos*, de autoria de Marcelo Rossi; um outro indica o link para Download do CD, “O Tempo de Deus”; e, mais dois posts com conteúdos de orações. Além de promover seus livros e CDs, o espaço é bastante aproveitado para a disseminação de orações a santos católicos e sobre temas específicos, como ansiedade e depressão. Exibiremos aqui apenas um exemplo de cada categoria de conteúdos observadas nas amostras que foram coletadas na fanpage.

Quadro 1: Amostras da fanpage do Padre Marcelo Rossi

Conteúdo	Data da postagem/ Categoria/Interações
<p><b>PADRE MARCELO ROSSI, MUITO OBRIGADO PELOS 20 ANOS DE DEDICAÇÃO!</b></p>  <p>“Trazemos este tesouro em vasos de argila, para que este incomparável poder seja de Deus e não de nós” ( II Cor 4, 7 )</p>	<p>01/12</p> <p>Comemoração pelo aniversário de sacerdócio</p> <p>3.298 compartilhamentos 15.990 pessoas curtiram 1.183 comentários</p>
<p><b>VAMOS ORAR DE CORAÇÃO E EXERCITAR O PERDÃO EM NOSSAS VIDAS!</b></p>	<p>01/12</p> <p>Oração/Perdão</p> <p>4.438 compartilhamentos</p>

<sup>8</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/vcnocolodejesus?fref=ts>>. Acesso em 26 abril 2015.




## 2º Simpósio Nordeste da ABHR

Associação Brasileira de História das Religiões

9

<p><small><sup>10</sup> Finalmente, irmãos, fortalecei-vos no Senhor, pelo seu soberano poder. <sup>11</sup> Revesti-vos da armadura de Deus, para que possais resistir as ciladas do demônio. <sup>12</sup> Pois não é contra homens de carne e sangue que temos de lutar, mas contra os principados e potestades, contra os príncipes deste mundo tenebroso, contra as forças espirituais do mal (espalhadas) nos ares. <sup>13</sup> Tomai, portanto, a armadura de Deus, para que possais resistir nos dias maus e manter-vos inabaláveis no cumprimento do vosso dever. <sup>14</sup> Ficai alerta, à cintura cingidos com a verdade, o corpo vestido com a couraça da justiça, <sup>15</sup> e os pés calçados de prontidão para anunciar o Evangelho da paz. <sup>16</sup> Sobretudo, abraçai o escudo da fé, com que possais apagar todos os dardos inflamados do Maligno. <sup>17</sup> Tomai, enfim, o capacete da salvação e a espada do Espírito, isto é, a palavra de Deus. <sup>18</sup> Intensificai as vossas invocações e súplicas. Orai em toda circunstância, pelo Espírito, no qual perseverai em intensa vigília de súplica por todos os cristãos. <sup>19</sup> E orai também por mim, para que me seja dado anunciar corajosamente o mistério do Evangelho, <sup>20</sup> do qual eu sou embaixador, prisioneiro. E que eu saiba apregoá-lo publicamente, e com desassombro, como é meu dever! ( <b>Efésios 6, 10-20</b> )</small></p>	<p>8.770 pessoas curtiram 862 comentários</p>
<p><b>VAMOS AMAR E PERDOAR COMO JESUS!</b></p>  <p>Através do Corpo e do Sangue de Jesus, nós aprendemos o verdadeiro sentido do amor e do perdão!!!</p>	<p>01/12 Oração/Perdão 8.974 compartilhamentos 17.505 pessoas curtiram 1.057 comentários</p>
<p>“O Tempo de Deus” já está disponível para download. Baixem aqui para ouvir as lindas canções do álbum.</p> <p>Novo álbum, "O Tempo de Deus" de Padre Marcelo Rossi</p> <p><a href="https://itunes.apple.com">itunes.apple.com</a></p> <p>Você já pode ouvir o novo álbum de Padre Marcelo Rossi no iTunes</p>	<p>04/11 Promoção do CD 5.181 compartilhamentos 47.625 pessoas curtiram 1.721 comentários</p>
<p>Amados, quanta libertação, que lindo é poder observar e acima de tudo sentir o poder de Deus em nossas vidas, <b>ATRAVÉS DO LIVRO KAIRÓS E DO CD JÁ DEU TUDO CERTO, ESTAMOS COMBATENDO E VENCENDO A ANSIEDADE!!!</b></p>	<p>01/10 Promoção do livro e CD 2.345 compartilhamentos 6.330 pessoas curtiram 900 comentários</p>

<p><b>MEU DEUS, NÃO DEIXE QUE EU ME ATRAPALHE EM DÍVIDAS!</b></p> 	<p><b>04/09</b> <b>Oração/dívidas</b> <b>2.915</b> <b>compartilhamentos</b> <b>7.684</b> <b>peessoas curtiram</b> <b>866</b> <b>comentários</b></p>
<p><b>EU CREIO NO PODER DE DEUS PARA ME LIBERTAR DA ANSIEDADE! AMÉM!</b></p> 	<p><b>01/08</b> <b>Oração/ansiedade</b> <b>15.572</b> <b>compartilhamentos</b> <b>19.699</b> <b>peessoas curtiram</b> <b>2.075</b> <b>comentários</b></p>

Fonte: seleção de conteúdos extraídos da fanpage do Padre Marcelo Rossi no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/vcnocolodejesus?fref=ts>>. Acesso em: 23 jan 2015.

Dos conteúdos destacados pela pesquisa, a maioria realizam o que observa-se como autopromoção do padre, sendo que seis posts dentre treze parabenizam o padre pela sua ação como sacerdote e outros três promovem seus CDs e Livro. Essa perspectiva denota para nós uma prática mercadológica de uso das mídias digitais, de conteúdo voltado para o marketing do personagem. Na perspectiva da análise do discurso, poderíamos afirmar que a ação mercadológica é descontínua em relação a ação sacra que deveria desempenhar um líder religioso. Tal ação rompe com a tradição discursiva religiosa de ser sustentáculo espiritual e se opõe a ideia de sacralidade, impondo uma lógica comercial de promoção com fins de mercado. O discurso então se veste de contradição, se por um lado acolhe os seus seguidores, abordando temas que afligem a humanidade como ansiedade, depressão ou perdão, por outro, se apropria de técnicas de mercado para promover o

consumo de produtos de forma pragmática, mesmo sendo público o conhecimento de que o consumo é umas das principais causas de pressão social. Sobre contradição observa-se o que afirma Foucault:

emprego, na própria origem do sistema, de postulados incompatíveis, entrecruzamento de influências que não se podem conciliar, difração primeira do desejo, conflito econômico e político que opõe uma sociedade a si mesma; tudo isso, ao invés de aparecer como elementos superficiais que é preciso reduzir, se revela finalmente como princípio organizador, como lei fundadora e secreta que justifica todas as contradições menores e lhes dá um fundamento sólido: modelo, em suma, de todas as outras oposições (2008b, p. 170).

Sob a égide da AD pode-se afirmar que a ação religiosa digital se sustenta a partir da contradição, ao mesmo tempo em que rompe com a tradição quando insere estratégias midiáticas às suas práticas, a própria presença religiosa na web já é por si só contraditória. Ao abordar marketing religioso, Trasferetti (2007, p. 47) conclui: “o cenário religioso de bens simbólicos passa pela produção de novos pastores, igrejas, estratégias comunicacionais, marketing, levando os fiéis ao consumo da palavra cristã e divina, além de produtos como DVDs, CDs, livros de auto-ajuda, etc”, cenário controverso que rompe com padrões ao mesmo tempo em que reproduz o discurso doutrinador e sagrado.

Quando o sentido do discurso está mais centrado na perspectiva espiritual, seguindo um percurso de diálogo com o Deus, que tudo pode prover porque detém toda a verdade e saber, quando esse espaço se torna acolhedor pela via do discurso e lá se apresenta um líder centralizador das atenções e mediador do diálogo com esse Deus, que não está exatamente ao alcance de todos, pois as vezes pede para ser acessado por meio de um representante na terra, para nós, evidencia-se a emergência do que conceituamos como ciberigreja. Espaço virtual em que um líder autorizado - reconhecido e legitimado pelos fiéis usuários-, professa um discurso sagrado, ao mesmo tempo, contraditoriamente, em que aproveita a oportunidade para promover produtos, sendo o mesmo espaço frequentado por fiéis que acompanham conteúdos seculares e orações, depositando a sua fé no local, como ocorreria numa igreja tradicional.

Estabelece-se aí um regime de verdade, ou seja, tudo que nesse espaço é professado, é aceito e validado pelo público que, como veremos detalhado no próximo tópico, submete-se ao discurso e não o questiona. Foucault (1984, p. 11), entende por verdade “um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados” e afirma ainda que a verdade está “circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e a apoiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem”. A ideia de regimes de verdade, aliás, poderia sustentar qualquer conceito na sociedade, já que tudo o que existe foi criado e conceituado pelo homem para ser verdadeiro, e só assim, afirmando-se como verdadeiro, consegue ser perene.

### **Engajamento do ciberfiel na comunidade religiosa do Padre Marcelo Rossi**

Especificamente sobre o fiel seguidor do perfil de Marcelo Rossi, seria arriscado afirmar o quanto engajado é este usuário no referido ambiente da análise. Praticamente a totalidade das interações no perfil do padre são de fiéis que repetem a palavra “amém”, e um ou outro pronunciam uma frase completa de apoio, alguns raros casos falam de suas dores e pesares. Não conseguimos localizar comentários negativos ou contrários ao que é disseminado no perfil. Se o conceito de engajamento compreende, no caso do Facebook, curtir e dizer amém, tudo bem, pois estas são as principais práticas de tais usuários, além do compartilhamento de posts. Não temos um número preciso que aponte a média entre compartilhamentos e curtidas de conteúdos para toda a fanpage, porém, a partir da observação preliminar sob algumas amostras, estima-se que em torno de metade dos usuários que curtem as postagens, as compartilham, sem afirmar todavia, que o mesmo usuário curta e compartilhe a mesma postagem simultaneamente. O perfil é aberto para receber postagens de fãs, que podem ser localizadas na pasta de imagens: “fotos de padre Marcelo Rossi”.

O engajamento seria, como observa Strutzel (2015, p. 58), “o relacionamento saudável entre consumidor e marca”. Referindo-se a “engajamento cívico” e “engajamento momentâneo”, Martino (2014, s/p) observa que “indivíduos interessados em defender pontos de vista, práticas e modos de vida”, interagem nas redes sociais digitais “mesclando discussões online e resultados offline”. Assim participa também o ciberfiel, relacionando-se com as marcas e defendendo seus modos de vida.

Ao todo, foram extraídos 30 comentários feitos por fiéis, porém esta seleção priorizou grupos de fala em quais havia alguma variação do conteúdo, mesmo assim, do conteúdo total, 20 pronunciamentos apenas repetem a palavra “amém”, e os outros dez comentários, trazem palavras de apoio ao discurso com o qual interagem. Como a técnica de seleção dessas amostras consistiu em extrair recortes de sequências de comentários relacionados a postagens feitas no perfil de Marcelo Rossi (cinco grupos com seis sequências, cada), isso nos obrigou a considerar todos os tipos de pronunciamento, independentemente da simplicidade que demonstraram. Pela volume e repetição das amostras colhidas neste segundo quadro, optamos por exibir no texto apenas duas sequências das cinco colhidas para o estudo, a fim de permitir a liberação de espaço no texto.

Quadro 2: comentários dos ciberfiéis no perfil de Marcelo Rossi

Autor/Comentário/Data	Postagem relacionada
<p>Janira Alexandre: Deus o abençoe e proteja, Padre! 9 de dezembro de 2014 às 16:19</p>	<p>Pe. Marcelo Rossi - Vc no colo de Jesus 6 de dezembro de 2014</p>
<p>Rosa Maria: primeiro que tudo eu mando a minha benca padre eu assisto a missa todos os domingo 9 de dezembro de 2014 às 17:24</p>	<p>Todos que desejarem poderão ver o vídeo da participação de Padre Marcelo Rossi no programa Jô Soares através do</p>
<p>Aida Cardoso: Querido Padre Marcelo Rossi, muita saude para voce qie Deus te acompanhe nos teus caminhos Hoje e sempre, com Carinho Aida. 9 de dezembro de 2014 às 18:17</p>	
<p>Eliete Alves: Amém 9 de dezembro de 2014 às 21:12</p>	

<p>Esmeralda Zampieri: Querido Padre Marcelo, seja sempre abençoado por Deus, e continue esse nosso pai Espiritual, que tanto nos ajuda Saúde e muita Paz. 9 de dezembro de 2014 às 22:17</p> <p>Maria Clotilde: Amém 9 de dezembro de 2014 às 23:17</p>	<p>link: <a href="http://bit.ly/1rYoLhx">http://bit.ly/1rYoLhx</a></p>
<p>Dinha Moraes: Amém senhor Amém pela a minha família também.? 18 de novembro de 2014 às 16:22 .</p> <p>Márcia Helena Feitosa: Acabei de assistir o programa!padre Marcelo achei o senhor muito bem fico feliz que Deus continue abençoando sempre! 18 de novembro de 2014 às 16:23</p> <p>Jose Ismael D'alambert D'alambert: estamos diante de um futuro santo da igreja católica,e ainda vivo 18 de novembro de 2014 às 16:23</p> <p>Rosana Dias: Amém. 18 de novembro de 2014 às 16:24</p> <p>Graça Loureiro: Amém. 18 de novembro de 2014 às 16:28</p> <p>Neuza Silva: amem 18 de novembro de 2014 às 16:29</p>	<p>Pe. Marcelo Rossi - Vc no colo de Jesus 18 de novembro de 2014</p> <p>Todos que desejarem ver o vídeo da participação de Padre Marcelo Rossi no programa Todo Seu - TV Gazeta, acesse o link: <a href="http://bit.ly/14FEfwd">http://bit.ly/14FEfwd</a></p>

Fonte: seleção de comentários postados pelos ciberfiéis extraídos da fanpage do Padre Marcelo Rossi no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/vcnocolodejesus?fref=ts>>. Acesso em: 23 de novembro de 2015.

A observação da participação e engajamento de fiéis no perfil analisado, nos dá elementos reais para o debate sobre o ciberfiel. Como um fiel tradicional, o ciberfiel que interage com a fanpage de Marcelo Rossi, vem ao encontro de seu líder religioso apenas para absorver seus discursos e exaltá-los com palavras religiosas cristalizadas como amém ou aleluia. Mesmo não ocorrendo falas muito elaboradas vindas dos seguidores do perfil, estes registram a sua presença curtindo, comentado, compartilhando e até postando algumas imagens. Campbell (2005, p.51) chama os religiosos usuários da internet de “religious surfers”, e afirma que embora a religião online não afete as práticas offline religiosas significativamente, na primeira opção o usuário

encontra alguns aspectos da religião online que conduzem para um maior engajamento espiritual. O “religioso surfista”, a quem Heidi Campbell se refere, ajuda a definir assim os personagens que aqui classificam-se como ciberfiéis. Estes podem ter desde uma atuação mais discreta, como no caso das interações que ocorrem no perfil do Padre Marcelo, ou mais ousadas e criativas, como observamos em outra análise realizada no perfil de Silas Malafaia, pastor neopentecostal da Assembleia de Deus, por exemplo. Dessa forma, o ciberfiel caracteriza-se pelo uso religioso que faz da web 2.0, independentemente do seu nível de participação e/ou engajamento.

### **Considerações Finais**

A emergência de uma sociedade digital vem se confirmando a partir de pesquisas de importantes nomes no campo das ciências sociais e aplicadas. A crença em uma revolução no tocante as formas como esta nova sociedade se relaciona também parece se legitimar por meio de pesquisas que o tempo todo refletem indicadores de transformação social mediada por novas tecnologias de comunicação e informação.

A predominância de um discurso proselitista, no caso do perfil do padre Marcelo Rossi, não reduz a presença do discurso promocional neste ambiente. A fala religiosa acaba entrando em contradição com o próprio ambiente digital e as práticas mercadológicas.

Dos atores do ciber, aqui destacamos os religiosos, que parecem se integrar as fanpages deste segmento como se adentrassem em ambientes religiosos presenciais, e participando nestes de forma semelhante. A partir desse contexto afirmam-se os conceitos de ciberigreja e ciberfiel e, na medida em que a nossa pesquisa avança, estes integrantes do ambiente digital tornam-se cada vez mais evidentes, não só para nós, como para outros pesquisadores do campo de mídia e religião.

### **Referências**

**BERGER, Piter Ludwig. O dossel sagrado: elementos para uma sociologia da religião. São Paulo: Paulus, 1985.**

**CAMPBELL, Heidi. Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds. New York: Routledge, 2012**

\_\_\_\_\_. Exploring Religious Community Online: We are One in the Network. New York: Peter Lang, 2005

**CARRANZA, Brenda. Catolicismo midiático. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.**

**FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984. 4 ed.**

\_\_\_\_\_. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 2008a.

\_\_\_\_\_. A arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008b.

**KOZINETS, Robert V. Robert V.. Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online. São Paulo: Penso Editora, 2014.**

**MARTINO, Luis Mauro Sá. Teoria das mídias digitais. São Paulo: Vozes, 2014.**

**MARTINO, Luis Mauro Sá. Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.**

**MARTINUZZO, José Antonio. Seis questões fundamentais de comunicação organizacional estratégica em rede. Rio de Janeiro: Mauad X, 2013.**

**STRUTZEL, Tercio. Presença Digital: Estratégias eficazes para posicionar sua marca pessoal ou corporativa na web. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2015.**

**SANTOS, Vanessa M. dos; (et al). A comunicação na era das redes sociais: aproximações teóricas In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene. Redes sociais, comunicação, organizações. São Paulo: Difusão, 2012.**

**TRASFERETTI, José; LIMA, Maria Érica de Oliveira. Marketing religioso: muito além do produto In: MELO, José Marques de; (et al). Mídia e religião na sociedade do espetáculo. São Paulo: Metodista, 2007.**



**2º Simpósio  
Nordeste da ABHR**  
Associação Brasileira de História das Religiões

