

## O fenômeno dos padres cantores na era digital: a construção da imagem midiática do Padre Fábio de Melo<sup>1</sup>

Taynah Ibanez BARBOSA<sup>2</sup>

### RESUMO

Os anos 1990 representaram o clímax do envolvimento do catolicismo com universo midiático através da figura do cantor e padre Marcelo Rossi. Atualmente, uma das personas midiáticas mais influentes da Igreja Católica no Brasil é o padre Fábio de Melo, que diferentemente do predecessor, se localiza não apenas no cenário televisivo, mas no cenário digital. O objetivo deste estudo é traçar um breve panorama da história do padre Fábio de Melo e de sua relação com a mídia a fim de identificar razões comunicacionais para sua transformação de sacerdote em celebridade virtual, o que pode caracterizar como herdeiro do legado midiático-religioso do padre Marcelo Rossi. Para tanto, será utilizada como base o conceito de “padre cantor” de André Ricardo de Souza na obra *Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing*, na qual se analisa o fenômeno dos padres celebridades e o relacionamento do catolicismo brasileiro com o cenário midiático.

**PALAVRAS-CHAVE:** Catolicismo; Padres Cantores; Snapchat; Padre Fábio de Melo; Padre Marcelo Rossi.

### 1. INTRODUÇÃO

A década de 1990 foi marcada pelo surgimento de uma nova demanda de padres cantores muito diferentes de seus predecessores que se limitavam a mídia e ao público católico. No Brasil, este padre foi Marcelo Rossi. Foi uma figura católica mais aberta para aproveitar os recursos da mídia laica a fim de evangelizar os católicos afastados e atrair mais membros para a igreja católica. Seu principal meio comunicacional foi a televisão.

Marcelo Rossi passou a comparacer em programas de televisão laicos trazendo uma postura diferente, como as músicas coreografadas e missas-show. Também teve presença em filmes e se transformou em uma celebridade conhecida no Brasil todo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em Engenheiro Coelho, SP, 18/06/2016.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo, Campus Engenheiro Coelho (Unasp-EC), e-mail: [taynahibanezbarbosa@gmail.com](mailto:taynahibanezbarbosa@gmail.com)

Após ele, o único padre cantor que teve um efeito equivalente em notoriedade foi Fábio de Melo, também padre cantor midiático. Presente no meio televisivo e também no meio digital.

O presente trabalho se propõe em analisar os efeitos comunicacionais entre essas duas figuras midiáticas, fazendo um breve panorama através da obra de André Ricardo de Souza, *Igreja In Concert: Padres Cantores, Mídia e Marketing*. A presente proposta se dá através do fato de que Fábio de Melo e Marcelo Rossi são figuras representativas de sua época, sendo Marcelo Rossi do meio televisivo, e Fábio de Melo também do televisivo, contudo, presente no cenário digital.

Fábio de Melo esteve presente através de várias redes sociais se comunicando com o público de uma forma que não era possível no tempo de Marcelo Rossi, tornando este padre midiático mais comunicativo com o público. Recentemente, Fábio de Melo tem utilizado com muita frequência o aplicativo *Snapchat*, uma rede social que possibilita a gravação de vídeos de 10 segundos, chamados *snap*s, que apagam após 24 horas. A maneira que Fábio de Melo tem usado esse aplicativo, deu a ele a possibilidade de conversar de uma forma diferenciada com o público, sendo muito mais aprofundada que as outras plataformas. Através da análise desses *snap*s e da manifestação do público, será analisada essa relação e assim diagnosticar as razões que tornam Fábio de Melo uma celebridade digital.

## **2. OS PADRES CANTORES**

O fenômeno dos padres cantores e midiáticos surgiu dentro da chamada *renovação popularizadora*, um fenômeno que extrapolou a Renovação Carismática<sup>3</sup>, e surgiu pela necessidade de atrair fiéis afastados e indiferentes de volta para a igreja católica, que estava perdendo cada vez mais membros para neopetencostalismo.

A *renovação popularizadora* é uma espécie de afirmação da identidade católica, do *ser católico* que se sobrepõe ao *ser cristão*, uma propaganda explícita da

---

<sup>3</sup> Movimento que surgiu em 1967 em Pittsburgh, nos Estados Unidos. Um grupo de leigos católicos da Universidade de Duquesne se reuniram para um retiro espiritual a fim de refletirem sobre suas vidas religiosas. Durante o encontro, o grupo teria sentido a presença do Espírito Santo, recebendo o dom de línguas e de profecia. A partir daquele momento, aquele grupo se reuniria com outros para reviver o momento de êxtase espiritual, sendo chamado de Renovação Carismática Católica – RCC (SOUZA, 2005, p. 20).

religião. Não é um movimento voltado para a classe média, como é a Renovação Carismática, mas voltado para pessoas com menor renda e escolaridade, sendo o mesmo segmento do pentecostalismo (SOUZA, 2005, p. 46).

A partir deste cenário, a década de 1990 no Brasil foi marcada por uma geração de padres cantores que surgiram da Renovação Carismática, mas alguns acabaram ganhando destaque a parte do movimento (SOUZA, 2005, p. 71). Segundo Souza (2005, p. 75) “Não se pode fazer associação direta de padres cantores à Renovação Carismática.”

Um dos maiores precursores da evangelização católica dentro da mídia, foi o padre cantor Marcelo Rossi, que iniciou celebrando a missa dominical na TV com música e animação para propagar o evangelho (LINS e PINHERO, 2015, p. 6). Segundo Souza (2005, p. 79), antes disso era impensável que um padre tivesse tamanha visibilidade midiática e conseguisse tanta popularidade como uma celebridade. Contudo, padre Marcelo surpreendeu, pois mesmo com muitas críticas e resistência, conseguiu manter seu *status quo* dentro e fora da congregação. O que configurou uma nova fase dentro da igreja, e uma forma nova de pregar o evangelho católico.

É importante compreender, que entre os padres cantores há a presença de duas classificações que apontam para dois tipos diferentes de posicionamento. Os *mais fechados* e os *mais abertos* à mídia secular. Os *mais fechados* eram os padres cantores pioneiros, mais reservados e limitavam-se aos meios de comunicação católica. Apesar de alguns padres se mostrarem mais liberais e interpretarem cantores laicos como Roberto Carlos. Os *mais abertos* são justamente os padres cantores surgidos na década 1990, mais abertos à comunicação de massa laica e estratégias de marketing, classificação a qual pertence o padre Marcelo Rossi e posteriormente Fábio de Melo, sucessor desses primeiros padres cantores midiáticos *mais abertos* (MENDONÇA, 2013, p 41. *Apud* ANDRADE, 2006).

Um dos elementos que fez com que o padre Marcelo ganhasse destaque, era a forma como ele dirigia as *missas de libertação* na Paróquia Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e Santa Rosália, na diocese de Santo Amaro, com missas de cura e

danças coreografadas (SOUZA, 2005 p. 80). Que foi um dos elementos que atribuiu a ele imenso carisma para o público.

Com todo esse carisma e popularidade, não demoraria para as redes de televisão despertarem interesse no padre Marcelo. A TV Cultura costumava apresentar nas manhãs de domingo ao vivo, e continua até hoje, as missas do Santuário Nacional de Aparecida e a Rede Globo apresentava as celebrações do Padre Marcelo no Santuário do Terço Bizantino (SOUZA, 2005, p. 51). Além disso, a popularidade do padre Marcelo passou a ser de interesse de populares programas de auditório, como o *Domingão do Fautão* (Rede Globo) e *Domingo Legal* (SBT). Isso pelo motivo das redes de Televisão buscarem incansavelmente a audiência, algo que o padre cantor Marcelo Rossi oferecia, fazendo essas redes de televisão literalmente disputarem por sua figura. (SOUZA, 2005, p.52).

A forma como padre Marcelo interagia com o público era bem impessoal e reservada, limitando-se à aparições em programas de televisão e nas missas no Santuário do Terço Bizantino. Até mesmo atendimentos pessoais como padre se tornaram extremamente raros (SOUZA, 2005, p. 99) tornando-o uma figura caricata, um personagem do qual o público se vê distante, uma natureza comum do meio televisivo.

### **3. PADRE FÁBIO DE MELO E AS MÍDIAS DIGITAIS**

O padre cantor Fábio de Melo nasceu no dia 03 de abril de 1971, na cidade de Formiga, em Minas Gerais. Descobriu sua vocação aos 16 anos e ingressou no seminário, sendo ordenado padre em 15 de Dezembro de 2001, na Igreja Matriz de São Vicente Ferrer, em sua cidade natal. Antes de se tornar padre, Fábio de Melo já havia iniciado sua carreira como cantor, lançando seu primeiro CD *De Deus um cantador*, começando ser reconhecido pelo público, tornando-o mais precoce no universo midiático do que seu predecessor Marcelo Rossi. Após isso, ele lançou em 2009 o DVD *Eu e o Tempo*, e em 2010 o DVD *Iluminar* ao vivo, sendo um dos seus trabalhos mais conhecidos (LINS e PINHEIRO, 2015, p. 7 e 8). Seu site foi lançado em 2003, reforçando sua condição de

artista na mídia, e seu sucesso foi conquistado com uma velocidade maior que a de outros padres cantores (MENDONÇA, 2013, p. 44).

Assim como Marcelo Rossi, Fábio de Melo foi grandemente reconhecido no meio televisivo, sendo chamado incansavelmente para aparições em programas de televisão, como Raul Gil, na época ainda transmitido na Bandeirantes e Olga Bongiovanni na Rede TV, entre outros.

Fábio de Melo também possui um programa próprio de televisão, chamado Direção Espiritual, apresentado às quintas-feiras a partir das 22h, na TV Canção Nova, com reprises aos sábados às 20h e nas segundas feiras à uma da manhã (LINS e PINHEIRO, 2015, p. 8). Também possui uma agenda de shows musicais<sup>4</sup> e 12 livros publicados (MENDONÇA, 2013, P. 56).

O padre Fábio possui algumas características distintivas em relação a outros padres midiáticos. Primeiramente, ele tem maior titulação acadêmica do que seus predecessores, como afirmado por Mendonça (2013):

O padre Fábio de Melo teve uma formação acadêmica muito maior que os demais padres midiáticos até este momento. A educação que ele recebeu nos seminários foi voltada para ocupar os espaços da mídia religiosa e leiga, ao se observar o fato de ter frequentado o seminário, após a validade dos documentos da Igreja Católica que estimulavam a formação de religiosos aptos a interagir com a comunicação social. O período foi crucial para favorecer a sua trajetória de estudos, permitindo que se graduasse em filosofia e teologia, fizesse pós-graduação em educação e mestrado em teologia sistemática. (MEDONÇA, 2013, p. 51)

Isso faz com que o padre Fábio tenha uma preparação mais precoce para lidar com os meios de comunicação do que seus antecessores. Outro fato a ser apontado, é que ele assume uma postura de cuidados com a aparência que também não era comum nos padres midiáticos antes dele, como o uso de roupas de grife esportivas, e a dispensa do uso do *cleryman*.

Contudo, é de extrema importância apontar que atualmente, o contexto midiático em que se encontra Fábio de Melo, é diferente da que se encontrava o padre Marcelo

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.fabiodemelo.com.br/>>

Rossi apontado por André Ricardo de Souza. Isso faz com que além da visibilidade televisiva, Fábio de Melo também seja uma figura presente no ciberespaço. Utilizando do máximo de ferramentas possíveis, como o *Twitter*, *Facebook*, *microblogging*, e mais atualmente, o *Snapchat*<sup>5</sup>.

Segundo a pesquisa feita por Mendonça (2013, p. 66) ele utiliza essas redes para “divulgar opiniões pessoais, os eventos que participa, [...]”. Ele também expressa mensagens sobre a ética cristã no Twitter [...] e às vezes, reclama como qualquer cidadão de situações que o incomodam no cotidiano.” E com isso, ele “comprova seus traços distintivos” e reforça seu carisma midiático.

Essas ferramentas, como antes apontado, aumentam o carisma do padre Fábio de Melo, fazendo com que ele se aproxime do público de uma forma que antes não era possível apenas pelo meio televisivo. Algo bem atual que tem mostrado essa proximidade, é o uso do aplicativo *Snapchat*. Devido a própria natureza do aplicativo, para ter acesso aos registros é necessários buscá-los em outras redes. A escolhida foi a rede de vídeos Youtube através do canal<sup>6</sup> “Snaps do Padre Fábio de Melo”<sup>7</sup>. Fazendo uma breve análise dos conteúdos postados pelo padre, é possível perceber que o aplicativo revela a figura do Fábio de Melo de uma forma mais descontraída, mostrando momentos de seu cotidiano, intimidade e opiniões pessoais tratadas de maneira informal.

O canal analisado foi criado em março deste ano e faz jus a seu nome, apresentando apenas videos com os snaps do padre Fábio, obtendo com todos eles, 274 424 visualizações<sup>8</sup>. O número de inscritos não é visível, mas através deste canal é possível ver comentários e reações do público que segue o padre Fábio, algo que não é possível no *Snapchat*.

---

<sup>5</sup> Aplicativo para celular originado no ano de 2011, que diferente de outras redes sociais, seus registros são exclusivamente em formato de vídeo e fotos, no qual o usuário faz publicações com duração máxima de 10 segundos, que são automaticamente apagados após a visualização. (LEN e MAZZILI, 2015, p. 6)

<sup>6</sup> Contas de usuário da rede de vídeos Youtube. Essas contas permitem ao usuário curtir e comentar vídeos e se inscrever em outros canais. Se um canal estiver dentro dos requisitos corretos, ele pode obter parceria com o Youtube e ter uma conta monetizada. É assim que surge a profissão de Youtuber.

Disponível em <<https://support.google.com/youtube/answer/1646861?hl=pt-BR>>

<<https://support.google.com/youtube/answer/72851>>

<<https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=pt-BR>>

<sup>7</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=HLD5OhOHmss>>

<sup>8</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/channel/UC2RUQgPYS53hae-CYV9\\_9MQ/about](https://www.youtube.com/channel/UC2RUQgPYS53hae-CYV9_9MQ/about)>

Assim como analisado por Mendonça (2013, p. 66) sobre as outras redes sociais, Fábio de Melo usa o Snapchat para divulgar os eventos que participa, opiniões pessoais, e situações do cotidiano. Contudo, de uma forma muito mais intensa. Os Snaps do Padre Fábio, são muito constantes, praticamente mostrando em forma de audiovisual cada passo que dá, conversando com o público como se fosse um amigo pessoal, mostrando momentos que não podem ser acessados no meio televisivo. Um exemplo que mostra claramente essa afirmação, é a declaração do padre sobre sua participação no programa “Estrelas”, da Rede Globo, cujas gravações foram realizadas no dia 06 de abril de 2016. No Snap publicado no dia seguinte ao das gravações, o padre declara que estava sentindo fome por ter ficado sem graça de comer a vontade ao lado da apresentadora Angélica, que segundo o padre, apenas provava a comida enquanto ele estava acostumado a “bater um prato de macarrão, um montanhão, um podrão<sup>9</sup>”. Com muito bom humor, ele retrata Angélica como sendo “mais fina que uma agulha de insulina”, referindo-se a sua educação e ao fato de comer pouco em seu programa.<sup>10</sup> O padre Fábio sempre usa o termo “terráqueos” para se referir ao público que o segue no *Snapchat* e as pessoas que encontra, e o termo “papai” para se referir a si mesmo.

Quanto a resposta do público, analisando os comentários dos vídeos do canal escolhido, foram percebidos dois tipos de respostas ao conteúdo postado pelo padre. A grande maioria é positiva, geralmente ri dos vídeos e participam das brincadeiras. Quando confrontados, afirmam que o padre Fábio tem uma linguagem amigável e uma postura mais humana, mostrando que a identidade de padre é apenas mais uma que pode compor uma pessoa. Como afirma o usuário *Fênix Reinas*<sup>11</sup>:

“Vc” é minha inspiração, “hj” é a minha força e o aumento na minha fé em Deus. Graças aos seu “snaps” consigo rir um pouco, apesar de tanta tristeza e dificuldades que tenho passado. Tem pessoas que não “entende”, agride, protesta quanto aos seus vídeos, mas elas não “entende” que “vc” não é santo e sim um ser humano como todos nós. Pessoas que não olham para si “mesmos” e não veem seus próprios

---

<sup>9</sup> Gíria usada para se referir a um tipo de sanduíche semelhante ao cachorro quente, vendido em trailers, quiosques e barracas. É chamado dessa forma por ser recheado de vários produtos industrializados, sendo pouco saudável e de alto teor calórico. Disponível em:

<<http://www.dicionarioinformal.com.br/podr%C3%A3o/>>

<sup>10</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=YnmBtYsMCH8>>

<sup>11</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=2fNdAuU3A3c>>

defeitos. Continue Padre, continue me fazer rir e “á” milhões de Brasileiros. Amém!

A segunda parcela, é negativa, criticando a postura do padre Fábio como uma figura da cultura pop, constantemente assediada, igualando-se a artistas laicos, e cobrando uma postura mais reservada e sacramentada, como dito pelo usuário *Eliezer Porfírio*<sup>12</sup>:

É isso aí...festa...luxúria...dinheiro...fama...ganância...tudo o que este padre retrata neste vídeo....o que está acontecendo com a igreja católica....onde está a originalidade dos Padres? E “porque” isso acontece e a igreja católica não diz nada à respeito!!. Realmente é o fim da igreja católica...ou desleixo “de mais”.

Contudo, respostas negativas também permearam o caminho do padre Marcelo Rossi quando sua figura passou a chamar muita atenção da mídia da época. A figura de um padre ganhando visibilidade no meio televisivo era novidade, e da mesma forma ganhou muita resistência de uma parcela do público e também de uma parcela mais conservadora da igreja. Muitas das críticas avaliavam seu trabalho como a promoção de uma religiosidade simplista, populista, alienante, infantilizadora e saltitante. Um trabalho que ao invés de evangelizar, era usado com um sentido puramente comercial, pregando um conceito de catolicismo equivocado (SOUZA, 2005, p. 94). Portanto, não é nenhuma surpresa que as novas formas de comunicar possibilitadas pela internet tenham causado resistência pela parte mais conservadora do público.

A midiática televisiva do padre Marcelo quebrou paradigmas da época, mas ainda era uma pessoa reservada e limitava-se a sua imagem de padre cantor. Já Fábio de Melo através do Snapchat, quebrou essa limitação e apresenta-se ao público não apenas como o padre cantor televisivo, mas como uma pessoa pública que tem hábitos como as de uma pessoa qualquer.

Esses recursos não eram possíveis no tempo de Marcelo Rossi, já que os conteúdos que o público tinha acesso, eram apenas o conteúdo televisivo, sem as possibilidades do ciberespaço presentes hoje com o nível de profundidade que é apresentado.

---

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sUBirfXgOeo>>



#### 4. CONCLUSÃO

O padre Marcelo Rossi foi um grande representante do fenômeno dos padres cantores na década de 1990, ganhando notória visibilidade no meio televisivo. Marcelo Rossi possuía grande carisma dentro do público que o acompanhava, mas não havia grande intimidade pela figura que era mostrada na mídia, tornando-o conhecido apenas pelo que era mostrado no conteúdo televisivo.

Isso é diferente quando tratamos do padre Fábio de Melo, que além de estar grandemente presente no meio televisivo, foi orientado por uma formação acadêmica para lidar e explorar a mídia e suas possibilidades, incluindo o meio do ciberespaço com as redes sociais. A utilização do padre Fábio de Melo com relação a essas redes, faz não apenas com que seu trabalho seja ainda mais divulgado, mas também há espaço para interação mais íntima e descontraída com os fãs e admiradores, um efeito intensificado quando referido ao uso do padre através do aplicativo *Snapchat*, que mostrava sua figura além da de um padre midiático, como uma pessoa com opiniões, hábitos e bom humor, algo que vai muito além das possibilidades da era televisiva onde se situava o padre Marcelo Rossi.

#### BIBLIOGRAFIA

LINS, Maria Aline L; PINHEIRO, Paulo Júnior S. **A nova evangelização: Um estudo de caso do programa Direção Espiritual apresentado pelo padre Fábio de Melo.** INTERCOM, Natal – RN, 2015. Disponível em:

< <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-1758-1.pdf>>

LEN, Fernando. MAZZILI, Paola. **IMAGENS LÍQUIDAS: Um Estudo Sobre a Construção de Identidades no Aplicativo Snapchat.** INTERCOM, Uberlândia – MG, 2015. Disponível em: < <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-1547-1.pdf>>

MENDONÇA, Henrique C. **O Catolicismo midiático: a evangelização do Padre Fábio de Melo.** 2013. 174 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe, 2013. Disponível em: <<https://btd.ufs.br/handle/tede/452>>

SOUZA, André Ricardo de. **Igreja In Concert: Padres Cantores, Mídia e Marketing.** São Paulo: Annablume; FAPESP, 2005.