



O ciber-rebanho: quando pastores se tornam influenciadores digitais

Leandro Ortunes, Tathiana Senne Chicarino e Silvana Martinho¹

Resumo: A presente pesquisa traz uma análise discursiva e imagética da produção de vídeos de três pastores evangélicos reconhecidos pelo capital político adquirido nos espaços religiosos em que frequentam, mas também nas esferas de poder, tendo em vista que dois deles possuem mandato eletivo. São eles: o senador Magno Malta, o deputado federal Marco Feliciano, e Silas Malafaia. O objetivo dessa investigação é compreender o posicionamento desses atores na internet, especificamente nos vídeos divulgados em seus perfis no YouTube durante o período eleitoral que vai do dia 15 de agosto de 2018 ao dia 28 de outubro de mesmo ano. Nossa premissa é a de que Magno Malta, Feliciano e Malafaia atuam como influenciadores digitais tendo em vista uma comunidade de fé que cresce em termos populacionais e em representação política formal.

Palavras-chave: Evangélicos. Eleições. Influenciadores digitais. Religião e política.

¹ Doutorando e Mestre em Ciências Sociais pela PUC/SP. Pesquisador do NEAMP PUC/SP e do MIRE na INTERCOM. Bolsista CAPES (PDSE). Email: leandroortunes@uol.com.br
Doutoranda em Ciências Sociais pela PUC/SP. Professora da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo. Pesquisadora do NEAMP PUC/SP e do Grupo de Pesquisa "Comunicação e Sociedade do Espetáculo" da Casper Líbero. Bolsista FAPESP. Email: tschicarino@gmail.com
Doutoranda em Ciências Sociais pela PUC/SP. Pesquisadora do NEAMP PUC/SP e Bolsista CNPQ. Email: silgmartinho@gmail.com.