

## **“Meu Irmão, Minha Irmã, Fique Comigo”: Uma análise de Transmissões Ao Vivo no Facebook a Partir da Página do Padre Reginaldo Manzotti<sup>1</sup>**

Hudson RAMOS<sup>2</sup>

Karla PATRIOTA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

As redes sociais digitais têm passado por mudanças para atenderem às necessidades das práticas sociais de seus usuários no ambiente web. Este estudo visa compreender como as transmissões diretas no Facebook, a exemplo da interação entre o padre Reginaldo Manzotti e seus fãs/ fiéis a partir de transmissões ao vivo em sua página na rede social, podem contribuir para a construção de novas experiências religiosas no ciberespaço. A metodologia de análise aplicada trata-se da netnografia (Kozinets) e, com ela, busca-se uma aproximação dos conceitos de Ciber-religião (Miklos), Ciber-fiel (Freire e Bronsztein), bem como das reflexões de Fechine sobre transmissões diretas.

### **Palavras-chave**

Catolicismo; Comunicação; Redes Sociais Digitais; Religião.

### **Abstract**

Digital social networks have undergone changes to correspond the needs of their users' social practices in the web environment. This study aims to understand how direct transmissions on Facebook, such as the interaction between priest Reginaldo Manzotti and his fans/faithfuls from live broadcasts on his social network page, can contribute to the construction of new religious experiences in cyberspace. The methodology of applied analysis deals with the netnography (Kozinets), and, with it, it seeks an approach of the concepts of Cyber-religion (Miklos), Cyber-faithful (Freire and Bronsztein), as well as of the reflections of Fechine about direct transmissions.

### **Key words**

Catholicism; Communication; Digital Social Networks; Religion.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Hudson Ramos Santos das Chagas. Estudante de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do CAC-UFPE, email: hudson\_ramosc@hotmail.com.

<sup>3</sup> Karla Regina Pereira Macena Patriota. Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social do CAC-UFPE, email: k.patriota@gmail.com.

## **Introdução: A Igreja Católica e a Busca Pela Presença**

“Ide e fazei discípulos entre todas as nações”. O versículo 19, do capítulo 28, do livro de Mateus na Bíblia Sagrada sinaliza bem a intenção da Igreja Católica Apostólica Romana em se fazer presente por toda a Terra, propagando a mensagem de Jesus Cristo.

Da comunicação falada, passando pela escrita de documentos, até a apropriação dos meios de comunicação de massa, a igreja católica buscou – e ainda busca – potencializar a propagação de seus ensinamentos e fortalecer a expansão de suas comunidades. Desde as comunidades cristãs primitivas era comum, por exemplo, o envio de cartas dos líderes às comunidades fundadas contendo orientações, exortações, pedidos e lembranças. Até hoje, as cartas de Paulo e de Pedro às comunidades são incorporadas na liturgia da palavra vivenciada nas celebrações católicas como forma de revisão da presença dos tidos como grandes pilares da igreja.

À medida que o catolicismo se estabilizou e expandiu-se por todo o mundo, foram necessários cuidados para que a mensagem de Roma, centro do catolicismo ocidental e sede do papado, chegasse de forma integral às diversas comunidades do globo e mantivesse a unidade doutrinária da igreja e dos fiéis. Mais que isso, se apropriar dos meios disponíveis para se comunicar com o mundo seria uma forma de evidenciar a presença dos cristãos católicos em diversas localidades.

No que se refere ao uso dos meios de comunicação de massa, inicialmente, em meados do século XVIII, a igreja católica não via com aprovação a utilização de meios como o cinema, tido como uma prática secular que poderia influenciar negativamente na prática moral das pessoas e disseminar conteúdos tidos como corruptível e pecador. Não só o cinema, mas também o rádio, a mídia impressa e a televisão eram enxergados, a princípio, como uma ameaça, afinal esses meios, desde os primeiros experimentos, se prestavam a divulgar um conteúdo que servisse para interpretar a realidade, tendo como base a razão, a discussão e não a mera imposição de uma verdade tida como absoluta e irrefutável, como assim se portou por muito tempo a igreja (CHAGAS e BANDEIRA, 2016, p. 2). Todavia, essa postura de desconfiança não permaneceu.

Graças à ação dos papas ao longo do século XX e, em especial, do Concílio Vaticano II, as antigas desconfianças foram sendo superadas. No Decreto *Inter mirifica*, os recursos da comunicação passaram a ser reconhecidos como verdadeiras maravilhas da civilização

---

contemporânea. A Igreja, ao valorizar a comunicação, passou a defender o direito a usar esses recursos, inerentes ao direito de comunicar. Além disso, com muita clareza, passou também a estabelecer como meta de seus sistemas educativos uma adequada formação para o convívio com o mundo da comunicação. (CNBB, 2014, p. 172)

Impulsionado pelo Concílio Vaticano II, o catolicismo passa da posição de desconfiança para a de busca de apropriação e uso dos meios de comunicação de massa e, posteriormente, das mídias digitais, para disseminar os seus ensinamentos. Prova disso são as diretrizes consolidadas pelas autoridades eclesiásticas nas quais destacam a prioridade e cuidado que os católicos devem ter no uso dos meios de comunicação social.

O Brasil, além da Itália e da Índia, é um dos poucos países nos quais foram produzidos pela conferência episcopal do país, no caso do Brasil trata-se da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), um documento específico à comunidade católica da localidade com o objetivo de direcionar e fortalecer a evangelização através da comunicação. Intitulado de Documento 99 da CNBB, O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, “destina-se – mas não só a eles – aos responsáveis pela formulação e pela condução das práticas de comunicação nos diferentes âmbitos da vida eclesial e nas relações da Igreja com a sociedade” (CNBB, 2014, p. 11).

Diferente da maioria dos países, no Brasil, a aproximação dos católicos com os meios de comunicação de massa foi quase instantânea em veículos como o rádio e a televisão<sup>4</sup>, viabilizando a presença de conteúdo religioso e até mesmo a conquista de concessões públicas de radiodifusão por lideranças e associações ligadas ao catolicismo e que, no futuro, formaram as redes de rádio e televisão católicas ainda hoje bastante conhecidas.

Além disso, o advento da internet juntamente com a criação e o rápido crescimento das novas tecnologias da informação e comunicação (TICs), com especial destaque para a evolução dos aparelhos celulares e para o uso das redes sociais digitais, também foi um atrativo para que a igreja se preocupasse em estar presente na web. Preocupações como a produção de conteúdo massivo, a digitalização dos sinais das emissoras de rádio e televisão, a criação de comissões específicas e estratégicas em cada estrato da igreja para a comunicação, a transmissão *ao vivo* de cerimônias e celebrações

---

<sup>4</sup> Cf CHAGAS e BANDEIRA, 2016.

oficiais<sup>5</sup> e a convergência dos conteúdos nos canais de comunicação na internet são exemplos da atenção que vem sendo dada para o fortalecimento das experiências religiosas e, indiretamente, para o vínculo das comunidades presenciais.

A Igreja tem convicção de que as mídias digitais não substituem a vida em comunidade e litúrgica presencial, “contudo pode completá-las, atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fé e enriquecendo a vida religiosa dos usuários”<sup>6</sup>. A Igreja vem fazendo esforços para uma presença cada vez mais efetiva na *web*, mediante portais de notícias, *sites* e *blogs*, além das mídias sociais digitais, que favorecem a comunicação e comunhão com o povo de Deus e o diálogo com a sociedade. “Particularmente a internet pode oferecer maiores possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isto é uma coisa boa, é um dom de Deus”<sup>7</sup>. (CNBB, 2014, p. 136).

Sejam por grupos locais, órgãos internos, congregações ou entidades religiosas, líderes leigos<sup>8</sup> ou eclesiásticos, a igreja católica tem se feito presente através de múltiplas formas nos meios de comunicação de massa, bem como no ciberespaço, e explorado as ferramentas disponíveis para favorecer a sua propagação. Perceber as novas formas de associação e aproximação da igreja com os fiéis pelos antigos e novos meios de comunicação é também perceber novas formas de envolvimento pessoal e práticas de religiosidade midiaticizadas.

A Igreja se beneficia dos meios eletrônicos, como o rádio, a TV e a internet, para transmitir os conteúdos da fé. Muitas celebrações litúrgicas vêm sendo veiculadas por esses meios favorecendo-se do dinamismo da comunicação massiva à distância. Destacam-se alguns resultados possíveis, provenientes do uso adequado dos meios audiovisuais e digitais para a vida da Igreja: a) conduzir o cristão à tomada de consciência sobre sua pertença ao corpo místico de Cristo; **b) alimentar a vida de oração e as preces comunitárias, possibilitando novo tipo de comunhão e participação** (grifo nosso); c) despertar nos fiéis o desejo de tomar parte das celebrações na própria comunidade. (Ibidem, p. 76)

---

<sup>5</sup> Cf <http://noticias.cancaoнова.com/mundo/175426/>

<sup>6</sup> BENTO XVI, Mensagem para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2011.

<sup>7</sup> FRANCISCO, Mensagem para a celebração do 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2014.

<sup>8</sup> Leigo é a forma como os católicos se referem aos fiéis não detentores de votos consagrados ou participantes do presbiterato. Facilmente usado para as pessoas “comuns” da comunidade de fé.

---

Com essa orientação da Igreja no horizonte, buscaremos aqui compreender como redes sociais digitais vem sendo empregadas para possibilitar uma aproximação dos fiéis de uma liderança católica, em nosso caso o padre Reginaldo Manzotti, e como o uso de novas ferramentas midiáticas podem suscitar novas experiências online e de fé. A abordagem netnográfica, enquanto “pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online” (KOZINETS, 2014, p. 61), proporcionará uma aproximação do objeto e das interações ali existentes entre a instância produtora e a receptora dos conteúdos veiculados e em análise.

### **O Ciber-fiel e a Busca Pela Proximidade**

A presença da religião no ciberespaço, seja em espaços institucionais ou nas redes sociais digitais, oferece oportunidades para o usuário desenvolver outras experiências religiosas que tentam se aproximar dos elementos oferecidos no espaço “real”.

Miklos (2012, p. 8) define a ciber-religião como a dimensão “virtual das comunidades religiosas” por também perceber, em diálogo com a cultura digital, que as experiências religiosas já não se constroem apenas no mundo “real”, mas podem se expandir para o ciberespaço. Tratando-se das redes sociais digitais, uma das forças motrizes dessas plataformas é a possibilidade da formação de diversos tipos de comunidades, que podem, inclusive, não raras vezes, ser uma extensão de uma experiência cotidiana na dimensão real do indivíduo e que reforça ali o seu sentido de pertencimento ao grupo, alinhada ao *modus operandi* da rede social que possibilita a interação.

Dessa forma, entendemos que as crenças e as práticas de cunho religioso no ambiente da *web* evidenciam a reunião de uma comunidade que partilha da mesma fé e que são chamados para fora desse “mundo”, ainda que estejam em diálogo e inseridos nele; ou seja: uma igreja – no nosso caso poderíamos nomear de uma “ciber-igreja” (categoria não-presencial ou virtual) por sua existência no ciberespaço. (FREIRE e BRONSZTEIN, 2013, p. 2)

No que se refere a *fanpages*<sup>9</sup> de instituições, grupos de diversos tipos, congregações, estruturas organizacionais, e, principalmente, personalidades midiáticas católicas, assim como para outras denominações religiosas, ou até mesmo para áreas como a da política, da música, do cinema, a experiência de aglutinação de fiéis (ou seria de fãs?) em torno de um conteúdo disponibilizado numa página é um esforço para o envolvimento.

Envolver-se pressupõem aproximar-se. A página do Padre Reginaldo Manzotti, uma figura católica pública e midiática no Facebook, é uma oportunidade para aqueles que acompanham o seu trabalho de “aproximar-se” dele, de sua equipe e de sua mensagem. Assim como se deslocar para um consultório médico a fim de falar com um profissional que lhe ouça e lhe ajude, a aproximação dos fiéis com páginas de caráter religioso fortalecem a experiência mesma do indivíduo em suas ações de religiosidade e podem ir ao encontro das intenções individuais de cada usuário.

### **Reginaldo Manzotti: O Padre que Reúne Multidões**

Padre Reginaldo Manzotti é sacerdote vinculado à Arquidiocese de Curitiba, no Estado do Paraná, região sul do Brasil. Natural da cidade de Paraíso do Norte, noroeste paranaense, foi ordenado sacerdote aos 25 anos, e atualmente conta com 48 anos de idade e 22 de sacerdócio. Desempenha a função de pároco e reitor do Santuário de Nossa Senhora de Guadalupe, em Curitiba e, além das atividades como sacerdote já mencionadas, é diretor de conteúdo da programação da Rádio AM 1060 (Curitiba) e das parceiras Rádio FM 90,9 (abrangência no Sul do Paraná e Norte de Santa Catarina), TV 3º Milênio (Maringá) e TV da Rede Evangelizar de Comunicação (Curitiba e Região Metropolitana)<sup>10</sup>.

Entre os programas de rádio apresentados pelo padre Reginaldo, o de maior audiência é o “Experiência de Deus”, apresentado de segunda a sábado, das 10 às 11

---

<sup>9</sup> *Fanpage* é um termo amplamente conhecido e utilizado para referir-se às páginas na rede social Facebook. Doravante utilizaremos apenas a tradução do termo para a língua portuguesa, ou seja, a palavra *página*.

<sup>10</sup> Informações disponíveis em:  
[https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti/info/?entry\\_point=page\\_nav\\_about\\_item&tab=page\\_info](https://www.facebook.com/padrereginaldomanzotti/info/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info)  
Acesso em 16/03/17 às 16 horas.

horas da manhã, desde o ano de 2004. O programa é transmitido ao vivo pela rádio Evangelizar AM 1060 de Curitiba/PR e retransmitido por mais de 1500 rádios parceiras em todo o Brasil e em outros países, inclusive a rádio Recife FM 97,5, na capital de Pernambuco. Além da transmissão em rádio, também há a filmagem da produção do programa e veiculação ao vivo pela TV Evangelizar. O sucesso do “programa do padre Reginaldo Manzotti”<sup>11</sup> é um indicativo da capacidade de atração dos fiéis católicos em torno de uma das maiores figuras midiáticas católicas brasileiras na atualidade, a ponto de ser chamado como “o padre que reúne multidões”.

Além dos tradicionais meios massivos de comunicação como o rádio e a televisão, o padre Reginaldo Manzotti também está presente nas redes sociais digitais com contas no Facebook, Twitter, Instagram, Google+ e Youtube. Possibilitados pelas ferramentas das próprias redes sociais em questão, não é incomum observar a interação dos usuários fiéis<sup>12</sup> que acompanham as publicações do sacerdote e procuram ali efetivar algum contato com o líder religioso e com os demais usuários que ali se encontram. Em 2015, segundo levantamento do portal espanhol “Aleteia”<sup>13</sup>, o presbítero católico foi eleito como o padre mais acessado e seguido nas redes sociais do mundo.

O surgimento, crescimento e permanência de líderes católicos nos meios de comunicação de massa podem ser vistos como produto de dois fatores. O primeiro deles é a “Guerra Santa Midiática” (CABRAL, 2015) travada entre os católicos e as grandes igrejas de origem neopentecostais, com destaque especial para a Igreja Universal do Reino de Deus – IURD, na qual há uma corrida para a conquista de gerenciamento e/ou produção de conteúdo em emissoras de rádio e televisão brasileiras. No caso da televisão, um estudo da Agência Nacional do Cinema (ANCINE)<sup>14</sup> apontou que no ano de 2015, 21,1% da programação das emissoras de TV abertas brasileiras foi conteúdo religioso. Essa porcentagem é a maior já registrada e demonstra a força das religiões, sobretudo cristãs, na mídia brasileira.

---

<sup>11</sup> Forma como popularmente é conhecido e chamado o programa “Experiência de Deus com o Padre Reginaldo Manzotti”.

<sup>12</sup> Referimo-nos aos usuários fiéis como aqueles detentores de contas pessoais em redes sociais digitais que acompanham os perfis do padre Reginaldo Manzotti sejam por serem católicos e/ou por serem fãs do trabalho que o mesmo desenvolve como artista e/ou líder religioso.

<sup>13</sup> Leia mais em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-padre-campeao-das-redes-sociais-ej3o6rfx4erjim6y8a5vsx8we;>

<sup>14</sup> Leia mais em: [http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/televisao/pdf/informe\\_tvaberta\\_2015.pdf;](http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/televisao/pdf/informe_tvaberta_2015.pdf)



---

Por outro lado, o fortalecimento da Renovação Carismática Católica (RCC), em meados da década de noventa, favoreceu o surgimento de religiosos comunicadores como o padre Marcelo Rossi, o primeiro sacerdote brasileiro que teve sua vida intensamente midiaticizada e que se apropriou dos meios de comunicação de massa, bem como das performances artísticas e musicais para se aproximar dos fiéis, atrair católicos afastados e rerepresentar o catolicismo com um espírito jovial. O uso dos meios de comunicação de massa sempre foi prioridade para grupos desse segmento e gerou redes de emissoras de conteúdo religioso até hoje em atuação como a Rede Canção Nova e a Rede Século XXI.

Embora não seja dito abertamente, são personalidades como o padre Marcelo Rossi, padre Fábio de Melo e o padre Reginaldo Manzotti que se tornam uma arma para os católicos tentarem recuperar os seus fiéis<sup>15</sup> utilizando-se de ferramentas muito parecidas com as utilizadas pelos concorrentes, principalmente as igrejas de origem neopentecostais, ou seja, uma busca da evangelização nos grandes conglomerados urbanos, alinhados ao “espírito do tempo” e que viabilizam uma ressignificação da experiência religiosa. Mas, embora os fiéis estejam reunidos em uma aparente coletividade, concentrada em grandes templos, vivenciam uma experiência do sagrado cada vez mais individual, pautada na individualidade e centralizada em Deus como o solucionador de todos os seus problemas (CARRANZA, 2011).

Antes de continuarmos, explicitemos aqui uma observação tida como importante para a análise. Embora não tenhamos produzido uma observação profunda quanto ao perfil dos usuários fiéis que interagem na página do presbítero em questão, é possível perceber que os comentários são muito pontuais e às vezes não dialogam com o conteúdo transmitido. Por exemplo, se a transmissão que está sendo feita é parte da entrega de um prêmio ao padre Reginaldo, talvez se espere comentários parabenizando ao líder, registrando admiração ao trabalho realizado, agradecimentos a Deus pela vida do religioso. Mesmo quando alguém faz um comentário que siga ao encontro dessa

---

<sup>15</sup> Uma das preocupações das lideranças católicas no Brasil são as estratégias para bem catequizar os fiéis e ir em busca daqueles que por algum motivo se afastaram. Desde o início dos estudos sobre as religiões no Brasil por parte do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a porcentagem de católicos declarados declina a cada levantamento. Por outro lado, há uma ascensão das igrejas protestantes, com especial destaque para as de origem neopentecostal. Informações mais detalhadas sobre as religiões no Senso 2010 são encontradas no link: [http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf);



linha, pode acontecer de um outro usuário responder à interação fazendo um pedido de oração para salvar o seu casamento que está em crise.

A observação dessa situação comum e outros fatores como a dificuldade de se escrever comentários alinhados à norma padrão da língua portuguesa, podem ser sinais de uma limitação por parte dos usuários fiéis no uso das tecnologias digitais e até mesmo de uma possível baixa escolaridade.

Torna-se importante expressar essas informações uma vez que o letramento digital dos indivíduos é um fator condicionante das formas de interação que os mesmos construirão na web, bem como sua capacidade de compreensão e reprodução de modelos disseminados não raras vezes por grandes influenciadores da produção de conteúdo. Por isso, questões como a abertura de espaço para a produção de conteúdo do fiel, a lógica interativa propiciada pela fonte geradora do conteúdo consumido, as alternativas criadas pelos usuários que ultrapassam as estratégias dos produtores e favorecem uma outra experiência de interação são caminhos relevantes que colaboram com o entendimento da cultura de fãs imersos num ambiente em rede<sup>16</sup>.

### **Transmissão Direta No Facebook: Todos Reunidos em Comunidade**

A rede social Facebook surgiu com o mote da possibilidade da construção de uma rede de amigos. Amigos com quem o usuário poderia compartilhar experiências, manter contato, seja numa distância pequena ou grande, além de poder criar grupos favorecendo o sentimento de comunidade. Uma relação de amizade requer proximidade, certa intimidade e possibilidade de troca. Da sua criação no ano de 2004 até os dias atuais, o Facebook, além de tornar-se a rede social mais utilizada em todo o globo, efetivou mudanças em sua interface e ferramentas para que se propiciasse uma experiência cada vez mais próxima das necessidades que as práticas sociais no ciberespaço demandavam.

---

<sup>16</sup> Pedem-se vênias pelo deslocamento do interesse deste breve estudo, mas aponta-se aqui a importância da compreensão das lógicas que condicionam as experiências coletivas em redes sociais como a ação dos algoritmos que, apesar do sentimento de conexão ilimitada com um universo cada vez maior de usuários, nos limita a uma “bolha” criada a partir do que se espera ser de relevância para o indivíduo. “Um mundo construído a partir do que é familiar é um mundo no qual não temos nada a aprender” (PARISER, p. 15). Cf. PARISER, Eli. Zahar e VAN DIJCK, 2013.

---

A disponibilização de páginas públicas para instituições, personalidades, grupos diversos; a criação de novos ícones de reação às publicações dos usuários; a possibilidade de carregamento e disponibilização de vídeos na própria rede social sem precisar linkar o conteúdo de uma plataforma externa; a alternativa de veicular o conteúdo do usuário de outras redes sociais como o Twitter e o Instagram a sua conta pessoal no Facebook; até a possibilidade de transmissões ao vivo diretamente da conta individual do usuário são formas de atender a estes conjuntos de práticas que condicionam, e ao mesmo tempo são condicionadas, as plataformas e as experiências sociais no ciberespaço.

A página do Padre Reginaldo Manzotti no facebook possui 6.439.401<sup>17</sup> curtidas, a frequência de postagens geralmente é diária, mais de uma publicação inclusive, e a temática das mesmas são sempre de conteúdo religioso, não raras vezes interagindo com os temas abordados nos programas apresentados pelo sacerdote e seus trabalhos como livros, CDs, DVDs e shows de evangelização.

No período compreendido entre os dias 05 de junho de 2016 e 05 de março de 2017 (nove meses), o padre Reginaldo e sua equipe realizaram 37 transmissões ao vivo pelo Facebook que podem ser classificadas em quatro grupos: transmissões de celebrações religiosas, como missas, bênçãos, reza do terço; divulgação de trabalhos artísticos, como sessões de autógrafo, encontros com o público; trechos de shows e apresentações na mídia; e pregações em retiros, viagens, etc.

Durante as transmissões realizadas o que mais se observa nos comentários dos usuários são pedidos de bênçãos e orações ao padre para quem pede ou para alguém de suas famílias. Os fiéis, seja de forma breve ou desenvolvida com detalhes, relatam sua situação e pedem a intervenção do religioso em suas vidas. No entanto, não há a prática de resposta dos comentários pela equipe de produção ou mesmo por parte pessoal de Manzotti, até porque se torna quase insustentável responder individualmente, tendo em vista que a transmissão ao vivo com o menor número de visualizações possui mais de cinco mil comentários. É comum, inclusive, os usuários fiéis que acompanham as transmissões curtirem os comentários de outros fiéis e acabem respondendo e criando uma interação, mesmo que mínima, que se aproxima de uma rede de apoio mútuo.

---

<sup>17</sup> Número de curtidas no dia 22/03/2017.

Mesmo que as curtidas dos comentários estejam muito longe do número de reações do grande grupo às transmissões<sup>18</sup>, observa-se que há neste ato de curtir o comentário de um outro usuário fiel ou responder ao comentário dele, uma expressão de apoio a sua causa e uma sinalização que ela ou ele está sendo ouvido também pela comunidade.

De fato, esse tipo de interação entre os fiéis é bastante corriqueiro na página do padre Reginaldo Manzotti. Independente de qualquer que seja o conteúdo disponibilizado, sempre haverá entre todas as interações esse tipo de comportamento majoritário. Mas por que, então, as transmissões ao vivo seriam diferentes de outros vídeos postados ou de qualquer outro conteúdo? Por que há um esforço dos usuários fiéis em interagir comentando nas transmissões e curtindo e/ou comentando os comentários de outros seguidores? Se não há nenhum retorno por parte do padre ou de sua equipe, qual é a garantia que o usuário detém que o seu “pedido” será visto pelo sacerdote?

Para tentar responder a essas perguntas, este breve trabalho dialogará com as reflexões de Fecine (2008) em seus estudos que abrangem uma abordagem semiótica da transmissão direta, expandindo considerações aplicadas às transmissões ao vivo na televisão para esse fenômeno de apropriação do real através de transmissões ao vivo em redes sociais como o Facebook.

Quando se inicia uma transmissão ao vivo no Facebook, os usuários ou a página transmissora torna-se o ponto convergente da emissão audiovisual, podendo ter o seu alcance ampliado uma vez que os seguidores<sup>19</sup> da página, ou os amigos<sup>20</sup> do usuário emissor, compartilhem a transmissão ao vivo em suas próprias linhas do tempo e permitindo, por sua vez, que os seus amigos, mesmo que não curtam a página ou o sejam amigos do indivíduo emissor, tenham acesso ao conteúdo transmitido.

As transmissões ao vivo no Facebook se aproximam muito com as transmissões diretas que acontecem em meios como o rádio e a televisão.

---

<sup>18</sup> Tomemos como exemplo a transmissão ao vivo do encerramento do show do padre Reginaldo em João Pessoa no dia 14/08/2016. O comentário mais curtido da transmissão deteve 108 curtidas, enquanto a transmissão em si obteve 52.482 reações.

<sup>19</sup> Atribui-se o termo “seguidor” para os usuários que curtem alguma página e, por isso, têm a opção de acompanhar os conteúdos disponibilizados com mais facilidade.

<sup>20</sup> Utiliza-se o termo amigo tendo em vista a lógica operativa da própria rede social na qual um indivíduo adiciona outro e, a partir do aceite do convidado, tornam-se amigos na rede social.

---

Para que um enunciado se configure como direto é preciso que se instaure no decorrer mesmo da transmissão uma duração que pertence tanto à enunciação (à sua “colocação em discurso”) quanto à comunicação (ao momento concreto de sua produção e recepção), reunindo numa mesma manifestação as dimensões cognitivas e pragmáticas do discurso. (FECHINE, p. 58, 2008)

Ou seja, as transmissões ao vivo no Facebook diferem-se de outros tipos de vídeos ou publicações por, assim como nas transmissões televisivas, construírem uma experiência de comunicação aos usuários no momento mesmo em que está se produzindo o conteúdo consumido. Mais que isso, embora os usuários possam ter acesso ao conteúdo em momentos posteriores, é somente durante o intervalo de tempo da própria transmissão que se instaura a certeza de que, naquele momento, os outros usuários estão tendo a possibilidade de “participar” do que está sendo transmitido em tempo “real”.

Esse sentimento de ‘ao vivo’, cuja instauração pressupõe necessariamente o prévio reconhecimento da transmissão como direta, pode ser descrito finalmente como a vivência de uma duração de dupla natureza. É tanto uma duração semiótica, construída *no* e *pelo* discurso televisivo, quanto uma ‘duração extraída do mundo’, instaurada justamente pela concomitância temporal entre o que se vê na tela e o que acontece fora dela. (Ibidem, p. 82)

Uma vez conectados e consumindo o conteúdo em transmissão direta, os usuários compartilham da sensação de também estarem vivenciando o que está sendo transmitido. No caso da página do padre Reginaldo Manzotti, pode ser uma missa, uma bênção, a coroação de Nossa Senhora, o Terço da Misericórdia, etc. Embora não estejam fisicamente no mesmo lugar de onde a transmissão acontece, eles compartilham com outros usuários fiéis a mesma condição de acesso ao fenômeno a partir da temporalidade instaurada pela transmissão direta e da espacialidade que não é a do fenômeno em si, mas sim a do “espaço” propiciado pelo próprio ambiente da rede social.

Por isso, quando um conjunto de usuários fiéis interage entre si a partir de uma mesma temporalidade e espacialidade proporcionadas pela transmissão direta na rede social, pode-se considerar também uma experiência religiosa de comunidade que apenas se manifesta no momento mesmo da transmissão e no espaço mesmo da rede social. Ou

seja, por mais próxima e parecida que seja a experiência da vivência no ambiente “real”, essa mesma experiência só existe no ciberespaço.

A própria igreja católica reconhece as transmissões de suas celebrações como uma tentativa de fortalecer entre os fiéis que acompanham pelos meios de comunicação o sentimento de pertencimento e o elo de comunidade.

Toda a liturgia e, de modo particular, a Eucaristia, é o memorial da paixão, morte e ressurreição do Senhor, que celebra a unidade e a comunhão de uma Igreja viva. A transmissão por meios eletrônicos, rádio, TV ou internet, **deve sempre ser ao vivo** (grifo nosso). Uma transmissão gravada, embora possua características evangelizadoras legítimas, não possibilita o vínculo entre a comunidade que participa da celebração presencialmente e quem a ela assiste à distância. Tais transmissões gravadas possuem somente estatuto de documentário ou de reportagem. (CNBB, p. 77, 2014)

É justamente o compartilhamento deste mesmo “lugar” que a transmissão direta constrói, a partir de uma temporalidade comum – que é a da transmissão mesma – e uma motivação atrelada à aproximação ao conteúdo transmitido que favorece a aproximação entre os usuários e gera também uma experiência de reciprocidade, “um efeito de ‘contato imediato’ entre os sujeitos que, no limite, nada mais é do que uma estratégia de neutralização da oposição entre o ‘mundo’ forjado (...) e o ‘mundo’ onde os sujeitos históricos e ‘reais’ interagem e se influenciam mutuamente (FECHINE, p. 13, 2002).

### **Considerações Finais: “Fique Comigo”**

O desenvolvimento da Internet e o aumento progressivo do acesso às tecnologias de informação e comunicação têm possibilitado a convergência das mídias e a participação cada vez mais protagonizada dos usuários nos processos de interação.

A Igreja Católica Apostólica Romana tem percebido esse processo e incentivado seus líderes a se apropriarem dos meios disponíveis para utilizarem-se deles na evangelização. O padre Reginaldo Manzotti, um dos maiores ícones religiosos e midiáticos brasileiros da atualidade, tem utilizado as redes sociais digitais como uma forma de expansão das interações construídas com sua audiência, muitas vezes oriundas dos programas de rádio e televisão apresentados pelo sacerdote.

---

Embora o desenvolvimento das redes leve a um protagonismo cada vez mais latente por parte dos usuários, é possível perceber que ainda é forte a produção de conteúdos pautados na lógica massiva de um produtor para muitos consumidores, sem se levar em conta os desvios de rota que possam resultar de produções realizadas pelos usuários e do envolvimento dos produtores para com esse tipo de conteúdo.

A lógica produtiva utilizada pelos meios de comunicação de massa, em que um emissor tem o privilégio da fala e em que há um reduzido espaço de interação, não satisfazem as necessidades criadas pelas potencialidades interativas das redes sociais: proximidade, individualidade, intimidade. A busca dos usuários fiéis nas experiências religiosas de comunidade no ciberespaço vai mais do que ser audiência, mas sim, também, ser emissores. Emissores de seus sentimentos, de seus problemas, de suas mensagens.

A padronização da informação, alinhada a uma lógica comunicativa de via única, ou seja, publicações, e neste caso também transmissões, que apenas disseminam conteúdo sem se preocupar com o envolvimento pessoal com aqueles que recebem a mensagem, por mais que seja vinculado a um forte apelo afetivo e emotivo que impulsiona à coletividade, tende a se caracterizar mais com a interface propagandística que vende a aproximação, do que com novas experiências que promovam, de fato, outra forma de se aproximar.

Certa vez, Jesus de Nazaré foi tocado por uma mulher hemorrágica<sup>21</sup>. Embora estivesse cercado por uma grande multidão de pessoas que lhe tocavam, abraçavam, talvez até empurrassem, ele sentiu o tocar daquela mulher, que se esforçou imensamente apenas para tocar na orla de seu manto. E apenas isso, além da grande fé da mulher, foi suficiente para que ele a sentisse. Em um ambiente digital cada vez mais povoado e inundado de informações e experiências que podem dispersar nossa atenção e simular um envolvimento, é exigido mais daqueles que se propõem a promover uma comunicação diferente. Uma comunicação que nos tire de nossos altares e nos faça olhar nos olhos daqueles que se aproximam e desejam nos falar como amigos, como irmãos.

---

<sup>21</sup> A passagem bíblica da mulher hemorrágica é encontrada no livro de Marcos, capítulo 5, versículos do 24 ao 34. Pode-se ler neste link: <http://www.bibliacatolica.com.br/biblia-ave-maria/sao-marcos/5/>

---

## REFERÊNCIAS

CABRAL, E. D. T. Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações. **Revista Eptic**, volume 17, número 3, p. 16-28, setembro-dezembro. 2015.

CARRANZA, B. **Catolicismo Midiático**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2011.

CHAGAS, H.; BANDEIRA, J. “**A Igreja Optou Pelos Pobres E Os Pobres Optaram Pelo Rádio**”: Programas de Rádio Como Uma Escolha Pastoral Da Igreja Católica. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais (on-line). São Paulo: Intercom, 2016.

Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0174-1.pdf>>. Acesso em: 10/03/2017 às 16 horas.

CNBB. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. Brasília: Edições CNBB, 2014.

FECHINE, Y. **Televisão e estesia**: considerações a partir das transmissões diretas da Copa do Mundo. Significação (UTP), São Paulo, v. 17, p. 11-37, 2002.

\_\_\_\_\_. **Televisão e Presença**: Uma Abordagem Semiótica da Transmissão Direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FREIRE, A. A; BRONSZTEIN, K. P. **O Ciber-fiel e a Ciber-igreja**: Uma análise a partir da *fanpage* do Bispo Edir Macedo. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. Anais (on-line). São Paulo: Intercom, 2013.

Disponível: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1296-1.pdf>>. Acesso em: 26/08/2016 às 16 horas.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010** - Características gerais da população, religião e pessoa com deficiência. Disponível em: <[http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf)> Acesso em: 16/03/17 às 18 horas.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. 1ª ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

MIKLOS, J. **Ciber-religião**: a construção de vínculos religiosos na cibercultura. Aparecida: Ideias e Letras, 2012.

PARISER, E.. **O filtro invisível**. O que a internet está escondendo de você. Zahar [Le Livros – Versão digital PDF].

VAN DIJCK, J.. **The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media**. New York: Oxford University Press, 2013.