

## **Padre Reginaldo Manzotti e o Ethos do Sacerdote Católico Midiático<sup>1</sup>**

Hudson RAMOS<sup>2</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB<sup>3</sup>

### **RESUMO**

As Redes Sociais Digitais têm viabilizado a presença e atuação de líderes religiosos católicos favorecendo a prática do catolicismo midiático (Carranza). Este artigo busca apresentar o padre Reginaldo Manzotti, sacerdote católico com expressiva atuação em diversas redes sociais, rádio e televisão, como uma autoridade religiosa que expande sua influência a partir da utilização dos meios de comunicação no cotidiano. A metodologia aplicada está ancorada nos postulados da Análise do Discurso de Linha Francesa, em estreito diálogo com a constituição do *ethos* a partir de Maingueneau e o processo de enunciação a partir de Pêcheux.

**PALAVRAS-CHAVE:** Catolicismo; Comunicação; Ethos; Religião.

### **1. A análise do discurso e as condições de produção**

A Análise do Discurso (AD) de linha francesa surge ao final da década de 1960, em um contexto de forte influência do Estruturalismo. Sua concepção, no entanto, irá se contrapor a este movimento intelectual, uma vez que tem como ancoragem a exploração dos textos a partir de uma pluridimensionalidade linguística, ideológica, subjetiva, histórica e social.

Partindo do princípio de que todo texto está inserido em um contexto, a análise da construção dos discursos compreende também a percepção das suas condições de produção, vinculadas aos interlocutores e ao contexto histórico e social do qual afloram.

Dominique Maingueneau (2005), um dos importantes ícones da AD francesa, entre os seus estudos, tem evidenciado a importância da observação do funcionamento efetivo da linguagem em seus mais variados acontecimentos, considerando a relação do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social do CCTA-UFPB, e-mail: hudson\_ramosc@hotmail.com.

<sup>3</sup> Este artigo apresenta parte dos resultados obtidos na pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM UFPE).

---

falante, do ouvinte, do contexto sócio-histórico, do contexto da comunicação, das imagens construídas entre os interactantes, além de reverberar a crítica de Pêcheux quanto ao esquema elementar da comunicação, afirmando que o discurso, mais do que transmissão de informação (entendida aqui como uma mensagem), é efeito de sentido entre interlocutores (PÊCHEUX, 1990 *apud* OLIVEIRA, 2013).

Enquanto fruto do processo de enunciação, o enunciado configura-se como a unidade linguística que se insere em um contexto de produção, o que gera o discurso. Ou seja, enquanto o discurso vincula-se à língua, aproxima-se da unidade da comunicação associada às condições de produção (MAINGUENEAU, 1996).

Diferentemente do Estruturalismo saussuriano<sup>4</sup>, é a importância dada ao processo de enunciação, enquanto movimento produtivo do discurso vinculado às condições de produção, que viabiliza a percepção da possibilidade de formação de um conjunto de enunciados (categorizado como uma dada Formação Discursiva (FD)), com dispersões ou regularidades.

Sempre que puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições, funcionamentos, transformações) entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, teremos uma formação discursiva (FOUCAULT, 2009 *apud* OLIVEIRA, 2013, p. 265).

Embora todo enunciado seja fruto de um processo de enunciação, não é possível inferir que todos os atos enunciativos se deem com as mesmas condições e espalhamentos. É a característica fundamental de assimetria do ato de enunciação (MAINGUENEAU, 2000) que incentiva a compreender os contextos e condições de produção, além de reconhecer a variação de sentidos que podem ser suscitados na interação, uma vez que as estratégias utilizadas pelo enunciador falante para construir o sentido desejado contatará com as condições nas quais o ouvinte está inserido. Sendo assim “compreender um enunciado não é somente referir-se à gramática e ao dicionário: é também construir hipóteses, raciocinar, perceber a ideologia, relacionar os fatos com o

---

<sup>4</sup> Saussure fundamenta o estudo da língua como um sistema homogêneo, coerente e bem organizado, constituído pelo conjunto de signos exterior aos indivíduos e, portanto, passível de ser analisado (ao contrário da fala, que seria um ato individual variável e, assim, fora do objeto da Linguística). No Estruturalismo, “a língua deve ser estudada em si mesma e por si mesma. É o que chamamos estudo imanente da língua, o que significa dizer que toda preocupação extralinguística deve ser abandonada, uma vez que a estrutura da língua deve ser descrita apenas pelas suas relações internas” (COSTA, 2008, p. 115). Essa abordagem sistêmica da língua foi posteriormente criticada por diversas correntes pós-estruturalistas, ao defenderem a importância do processo de enunciação – e não apenas do “produto final”, isto é, do enunciado – nas análises linguísticas, devendo-se levar em conta fatores desconsiderados por Saussure, tais como o contexto social, a história, as relações de poder, os sujeitos falantes, etc.

---

período histórico e construir um contexto que não é um dado preestabelecido e estável” (OLIVEIRA, 2013, p. 270).

O texto, enquanto unidade significativa é fundamental para a AD, uma vez que sua relação consigo mesmo e com uma exterioridade é que faz dele uma fonte de significado, diferente das palavras. A palavra “cuidado” por si mesma, por exemplo, não possui um significado pleno. É apenas quando colocamos o termo “cuidado” em situação que ele poderá ter um sentido almejado original, ou seja, a palavra torna-se texto.

No que se refere ao discurso, também é necessário considerar o contexto em que ele se constrói, levando em conta, sobretudo, os interlocutores e a situação em que é produzido. O discurso contextualizado evoca o entendimento da relação que se constitui ao menos entre dois interactantes: o EU enunciador e o VOCÊ a quem se destina a mensagem produzida e posta em interação (MAINGUENEAU, 2005).

Quando consolidada a interação entre os interlocutores, é natural no processo comunicativo que o enunciador, enquanto produz o seu discurso, transmita também características suas que irão compor a uma dada imagem, perante os outros agentes a quem dirige a mensagem e que também a compõem.

Tal construto está entrelaçado à concepção de um *ethos*, que é discursivo sim, mas que, igualmente, é alicerçado por elementos pré-discursivos. Com efeito, a questão do *ethos* não se limita às características passadas através do discurso. Para uma análise mais imersiva, nos apropriaremos de algumas discussões conceituais a partir de Maingueneau (2005), estas nos ajudarão a contextualizar a função e construção do *ethos* no campo discursivo.

## **2. A questão do *ethos***

A construção do *ethos* por Maingueneau (2005b, 2006, 2008) alinha-se às preocupações da AD francesa em perceber os elementos discursivos a partir de suas composições e comportamentos, provenientes das interações provocadas pelo discurso. Os estudos quanto à questão do *ethos* por esse linguista se ancoram nas discussões sobre a Retórica, como sistematizada por Aristóteles (1356b *apud* Maingueneau, 2006, p. 56), um dos estudos conhecidos mais antigos sobre a temática.

---

Enquanto falante que almeja construir sentidos e provocar ações que vão ao encontro de suas intenções, o enunciador, através de seu comportamento, transmite junto com seu discurso traços de sua personalidade, que podem ser verdadeiros ou falsos. Como defende Ronald Barthes (2001), esses traços exercerão influência sobre público a quem se dirige o enunciador “locutor-L” (DUCROT, 1984). Embora não seja um elemento concreto do enunciado, o *ethos* por si próprio compõe o ato de enunciação.

Não se trata das afirmações elogiosas que o orador pode fazer sobre sua própria pessoa no conteúdo de seu discurso, afirmações que, contrariamente, podem chocar o ouvinte, mas da aparência que lhe conferem o ritmo, a entonação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, dos argumentos... (...) É na qualidade de fonte da enunciação que ele se vê revestido de determinadas características que, por ação reflexa, tornam essa enunciação aceitável ou não (DUCROT, 1984, p. 201 *apud* MAINGUENEAU, 2008, p. 98).

Sendo assim, o enunciador configura-se como o “fiador”, compreendido numa concepção mais “encarnada” do *ethos*, como postulado por Maingueneau (2008), na qual um “caráter” e uma “corporalidade” são construídos a fim de impactarem positivamente na legitimidade do discurso construído e apresentado. Tais características reforçam também o estímulo aos sentidos, baseados em características gerais, encontradas em determinados padrões ou estereótipos, como vestimentas, formas de agir, de falar, por exemplo, que estimulam os destinatários a avaliarem positivamente ou negativamente o enunciado produzido.

A retórica é trabalhada por Gilbert (Século XVIII)<sup>5</sup> e assimilada em uma fórmula que apresenta o triângulo da retórica *antiga*: “instruímos com argumentos; movemos pelas paixões; insinuamos com os costumes”. Os argumentos referem-se ao *logos*, as paixões ao *pathos* e os costumes ao *ethos*. Com frequência, na tradição da retórica o *ethos* foi apresentado com suspeitas, uma vez que poderia ser utilizado com mais importância do que o *logos*, o que possibilitaria a inversão da hierarquia moral entre o sensível e o inteligível.

Todavia, as impressões causadas pelo enunciador ao seu outro interlocutor não se dão apenas a partir do *ethos* presente na enunciação. Antes mesmo da interação se estabelecer, os interlocutores já podem interpretar, a partir de outras experiências e situações, quais ações ou características podem ser esperadas. Quando vamos ao cinema e escolhemos assistir a um filme de comédia, por exemplo, estamos prevendo que o

---

<sup>5</sup> Cf MAINGUENEAU, 2008.

---

*ethos* do enunciador muito provavelmente será mantido e o filme nos fará rir, terá personagens com falas e expressões caricatas etc.

Por isso, pode-se dizer que um *ethos* pré-discursivo é aquele proveniente de representações e sentidos prévios que o destinatário possui e que influenciará a construção das expectativas para a interação. Na outra ponta, o *ethos* discursivo, que se revela no momento mesmo da interação, trata-se de um *ethos* mostrado, materializado e constituinte da própria enunciação.

Podemos entender melhor essa perspectiva quando utilizamos uma das temáticas principais de nossa análise. Suponhamos o contexto no qual um interlocutor dirija-se a uma igreja católica para se confessar com um padre que não conhece. Não sendo conhecedor das características físicas ou psicológicas do seu ouvinte, restará apenas resgatar, em seu arcabouço de vivências dentro do catolicismo, como deverá proceder diante da figura sacerdotal. Nunca o tendo visto, quem provavelmente será o padre? Um senhor usando batina preta? Um jovem de calça jeans? Ele terá uma forma de falar suave ou expressiva? Até que, de fato, aconteça a interação entre o fiel e o padre em questão, o interlocutor poderá apenas inferir por um *ethos* pré-discursivo (construído por elementos obtidos anteriormente) quem poderá ser e como será o comportamento de ambos na interação.

Inclusive, durante o processo de enunciação, o enunciador pode evocar sua própria fala com fragmentos do texto ou comparações e referências a outros contextos, fazendo assim com que o seu *ethos* seja autorreferenciado, ou seja um *ethos* dito. Embora seja difícil estabelecer uma linha clara de diferenciação entre o *ethos* dito e o mostrado; o *ethos* efetivo, o fruto do processo de enunciação e interpretação por parte dos interlocutores, é a soma das interações entre todos os *ethos* gerados: o pré-discursivo e o discursivo, este último desmembrado em *ethos* dito e mostrado (MAINGUENEAU, 2006).

Apropriarmo-nos do conceito de *ethos* e seus desdobramentos nos levará a encontrar e demarcar os traços e características de uma corporalidade peculiar: estamos diante de um religioso que é, ao mesmo tempo, uma celebridade, um apresentador, um artista, um ídolo... necessitando, portanto, encarnar um *ethos* de natureza cambiante, que se molda e se ajusta a diversos espaços.

Uma vez que nosso estudo aponta justamente para a centralidade da figura do padre Reginaldo na construção de uma possível comunidade religiosa online, a

---

observação da formação do *ethos* desse líder religioso corroborará para compreendermos se se efetiva, e como se efetiva, essa função integradora a partir do discurso construído em sua materialidade.

### 3. Um *ethos* religioso: o Padre Reginaldo Manzotti

Em seus trabalhos como representante da Igreja Católica, Manzotti é um amplo utilizador dos meios de comunicação social para a evangelização. Como padre “midiático”, é notória a sua busca para aproximar-se das pessoas, principalmente através de seus programas de rádio e televisão, além de pregações e shows de evangelização. Na internet, o sacerdote possui contas nas redes sociais digitais Facebook<sup>6</sup>, Twitter<sup>7</sup>, Instagram<sup>8</sup>, e YouTube<sup>9</sup>, e costuma ter produções diárias para as mídias digitais.

Por ser produto da interação entre interlocutores, ou seja, entre aquele que anuncia e os seus destinatários, qualquer *ethos* é por si só híbrido. Isso ocorre seja pela produção de sentido gerada pela relação enunciador-enunciário, seja pela composição do próprio *ethos* do enunciador enquanto pessoa ou produto que comunga de características próprias de grupos ou padrões de caracterização.

O sacerdote católico em questão, além de ser padre, é apresentador de rádio e televisão, compositor, cantor e escritor. Embora a atividade que mais seja colocada em evidência seja a de ser sacerdote, são raras as vezes que as outras interfaces não componham as performances do líder católico aos seus fiéis.

No seu dia-a-dia, já há alguns anos, tornando-se fortemente midiático, o padre Manzotti se utiliza de seus programas de rádio e televisão, além de atividades com grande concentração de pessoas como missas, shows e pregações, para destacar-se, sobretudo, como um líder religioso que ora e aconselha a todos aqueles que lhe procuram em busca de compartilhar as suas dificuldades cotidianas.

---

<sup>6</sup> Página disponível em: <<https://www.facebook.com/padreginaldomanzotti/>>. Acesso em: nov. 2017.

<sup>7</sup> Conta disponível em: <<https://twitter.com/padremanzotti>>. Acesso em: nov. 2017.

<sup>8</sup> Conta disponível em: <<https://www.instagram.com/padremanzotti/?hl=pt-br>>. Acesso em: nov. 2017.

<sup>9</sup> Canal disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCjWxeXfmtOnv1MndaSEWFew/featured>>. Acesso em: nov. 2017.

---

Com uma agenda cheia e bem distribuída, Manzotti cumpre a função de reitor do Santuário de Nossa Senhora de Guadalupe, em Curitiba, e participa de eventos ligados à Igreja Católica por todas as regiões do país e até mesmo em outros países, além de promover retiros e peregrinações a lugares importantes para o catolicismo<sup>10</sup>.

Mesmo que o número de compromissos seja elevado, é bastante comum o sacerdote se apresentar bem disposto e animado em suas atividades. Suas vestimentas, sejam elas paramentos religiosos ou roupas sociais, sempre são bem cuidadas, feitas com material primoroso e que demonstram um empenho pela elegância e boa aparência diante da comunidade. Reconhecedor da sua necessidade de ter um bom físico para os inúmeros compromissos, padre Manzotti mantém sua preparação física com caminhadas, academia e pilates<sup>11</sup>.

Enquanto se desdobra para alcançar um número cada vez maior de fiéis, baseado em um dos seus lemas que diz “Evangelizar é preciso”, o sacerdote tem alcançado êxito em suas ações, justamente por esse hibridismo de papéis que permite o encontro de vários *ethé*. Não se trata apenas do sacerdote, mas do sacerdote que tem uma desenvoltura oral e corporal também comungada pelos apresentadores de veículos de comunicação de massa. Não é apenas o padre que celebra missas, mas também alguém que canta, dança, compõe músicas e escreve livros<sup>12</sup>.

Além disso, podemos observar, no comportamento do presbítero católico, algumas características que são geralmente atreladas ao *ethos* das celebridades, como a preocupação constante para se apresentar distintamente bem vestido e no aparente esforço para manter a boa forma física, uma vez que isso signifique a vitalidade da juventude e a satisfação com o trabalho.

Por outro lado, Manzotti utiliza-se até mesmo de linguagens que podem ser consideradas inapropriadas para um sacerdote utilizar em suas pregações, enquanto busca falar “a língua do povo”. Em abril de 2017, a Arquidiocese de Olinda e Recife

---

<sup>10</sup> Informações disponíveis em: <<https://www.padrereginaldomanzotti.org.br/padre/>>. Acesso em: 10 de mai.2017;

<sup>11</sup> Padre Reginaldo Manzotti falou um pouco de sua rotina em entrevista para a jornalista Marília Gabriela. O vídeo da entrevista pode ser acessado em: <[https://www.youtube.com/watch?v=pSSC2\\_7y92k](https://www.youtube.com/watch?v=pSSC2_7y92k)>. Acesso em: 10 de mai.2017;

<sup>12</sup> Padre Manzotti já lançou 12 CD’s e 4 DVD’s e foi indicado ao Grammy Latino em 2013 pelo trabalho “Paz e Luz”. Autor de 10 livros, o sacerdote apresenta programas de rádio e televisão que são retransmitidos e exibidos em milhares de emissoras do país, além de outros países como: Inglaterra, Estados Unidos, Portugal, Espanha, Paraguai, Bolívia e Uruguai. Informações disponíveis em: <<https://www.padrereginaldomanzotti.org.br/padre/>>. Acesso em: 10 de mai.2017;

---

promoveu mais uma edição do evento “Evangelizar é Preciso” em prol das obras da Fazenda Esperança, um projeto de espaços de reabilitação para dependentes químicos, com a participação do padre. Durante a homilia da missa campal, para uma praia lotada de fiéis, Manzotti utilizou termos como “putaria”, “corno” e “biscate”<sup>13</sup>.

Durante sua fala, inclusive, o líder religioso pediu desculpas ao arcebispo de Olinda e Recife, Dom Fernando Saburido, pelos termos utilizados, mas que o objetivo dele era ser direto e claro com o povo. E os fiéis, mesmo que estivessem sendo de certa forma corrigidos, reagiram com gargalhadas e aplausos. Tais ações demonstram que, mesmo não recorrendo constantemente a esse tipo de expressões em seu dia-a-dia, o sacerdote as utiliza para se aproximar do seu público e conquistar sua confiança.

Está claro que esse exemplo representa uma estratégia discursiva que persuade, que aproxima, mas que, principalmente, cria vínculos identitários entre falante e ouvintes. Afinal, como demarcou Maingueneau, a persuasão só é conquistada “se o auditório constatar no orador o mesmo *ethos* que vê em si mesmo: persuadir consistirá em fazer passar em seu discurso o *ethos* característico do auditório, para dar-lhe a impressão de que é um dos seus que se dirige a ele” (MAINGUENEAU, 2008, p. 58).

Ou seja, quando o padre Reginaldo Manzotti, sacerdote, homem de meia idade e celebridade, se utiliza de expressões de uso comum de uma parcela considerável de fiéis que lhe acompanha, ele se aproxima do seu público pela empatia e confiança gerada nos fiéis em estarem ouvindo um padre que os compreende e até mesmo fala como eles.

Para Zovin, as celebridades são “seletos indivíduos” que compõem a “memória coletiva” e promovem “a vinculação de grupos sociais em função da imagem que sustentam” (ZOVIN, 2010, p. 15 *apud* FREIRE, 2017, p. 58). O padre Reginaldo enquanto líder católico busca, através das mídias, o crescimento daqueles que lhe seguem, e que são potenciais colaboradores de sua obra.

Embora o paranaense tenha seu trabalho reconhecido e possua fama entre o seu segmento, assim como qualquer outra celebridade, é fundamental para o presbítero manter a visibilidade. “A pessoa deve ter uma presença ativa, pelo menos na mídia, oferecendo algum significado para pelo menos um grupo de pessoas” (NASCIMENTO et al., 2013, p.03 *apud* FREIRE, 2017, p. 58).

---

<sup>13</sup> Matéria disponível em: <<https://goo.gl/I8osgB>>. Acesso em: 10 de mai.2017;



Mesmo que o padre Manzotti recuse-se a se reconhecer como celebridade, como quando afirmou em entrevista<sup>14</sup> à jornalista Marília Gabriela – “Eu estou a serviço e sei que os holofotes vão mudar. Ninguém fica, Gabi” –, ele próprio não deixa de se preocupar com os atributos de uma. Tomemos como exemplo a presença em diversos programas de mídias massivas, o assessoramento profissional que dispõe, a produção de conteúdo qualificada nas mídias do sacerdote.

O estudo intitulado “Quando o fiel vira fã”, de Freire (2017), nos traz a reflexão sobre as celebridades religiosas, a exemplo do presbítero Manzotti, personalidades que têm contribuído e ressignificado o consumo da religião. Apontando que as celebridades religiosas

[...] são cultuadas e adoradas, produtoras de conteúdo comercial, auxiliam na consolidação da identidade de suas igrejas, endossam as religiões contemporâneas, se tornam as próprias marcas comerciais passando, com isso, a produzir capital, até porque a maior parte do que produzem (no caso de CDs, livros e performances musicais) não é ofertado sem que seja demandada alguma contrapartida econômica (FREIRE, 2017, p. 41).

Apesar de serem celebridades religiosas, figuras como o padre Reginaldo, bem como o padre Fábio de Melo, o bispo Edir Macedo<sup>15</sup>, o pastor Valdemiro Santiago<sup>16</sup>, não são tão distintas das demais celebridades seculares. Possuem fãs, são respeitadas pelo lugar que ocupam, têm presença na mídia tradicional massiva, se autopromovem por diversos meios, sobretudo o digital, e se utilizam do discurso espetacular para transmitir sua mensagem.

Quando observadas dentro do grupo de celebridades religiosas cristãs, a autora destaca, ainda, três características que acompanharão suas performances midiáticas de estrelas da fé:

- 1- A utilização em público de vestes sempre discretas e que cobrem o copo;
- 2- O proselitismo religioso centralizador do discurso sempre proferido;
- 3- Dotação de autoridade religiosa.

---

<sup>14</sup> Essa mesma entrevista já foi citada aqui. Vide a nota de número 11.

<sup>15</sup> O bispo Edir Macedo Bezerra é fundador e atual líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), uma das maiores igrejas neopentecostais brasileiras, e proprietário do grupo Record. Mais informações em: <<https://goo.gl/VRM8uG>> Acesso em 20 de jan. 2017.

<sup>16</sup> O pastor Valdemiro Santiago de Oliveira é líder fundador da Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD) e também se utiliza de programas televisivos para promover pregações, cultos, campanhas. Mais informações em: <<https://goo.gl/Hrvcwb>> Acesso em 20 de jan. 2017.

Além de possuírem o carisma individual pela pessoa que são, as celebridades religiosas costumam sempre vir atribuídas de um outro carisma advindo de sua função enquanto membro de uma instância institucional religiosa. É o carisma de ser sacerdote, bispo, missionário, enfim, de possuir o lugar de fala de uma autoridade religiosa. Diante do avanço da secularização, e de um eminente enfraquecimento das instituições religiosas, pelo menos desde o fenômeno do iluminismo e do desenvolvimento tecnológico, Cashmore propõe que as celebridades têm atuado a favor do “reencantamento do mundo” (CASHMORE, 2006, p. 250-251), dentro do sistema de base essencialmente econômico e secular (FREIRE, 2017).

Devido a isso, a existência e performances das celebridades religiosas tornam-se estratégicos num cenário em que se busca resgatar a influência da religião na organização da sociedade, na produção de sentidos das subjetividades individuais, na batalha de conquista de novos fiéis para o rebanho.

Apesar de não apoiar abertamente as suas celebridades religiosas, a Igreja Católica não toma nenhuma atitude significativa que impeça ou limite a atuação dessas autoridades da fé. Isso ocorre mesmo que Carranza (2011) já tenha mostrado que uma parcela dos sacerdotes católicos brasileiros não concorde com a forma como as “estrelas da fé” ocupam os meios de comunicação, e o próprio cardeal Dom João Braz de Aviz, uma das personalidades de confiança do Papa Francisco, já tenha criticado abertamente a postura de alguns padres cantores<sup>17</sup>.

#### **4. O Padre Reginaldo Manzotti e os meios de comunicação**

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

---

<sup>17</sup> A matéria com as críticas pode ser lida em: <<http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2015/08/cardeal-de-confianca-do-papa-critica-postura-de-padres-cantores-no-brasil.html>>. Acesso em 28 dez. 2017

---

televisão, um estudo da Agência Nacional do Cinema (ANCINE)<sup>18</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.

Por outro lado, o fortalecimento da Renovação Carismática Católica (RCC), em meados da década de noventa, favoreceu o surgimento de religiosos comunicadores. A exemplo disso, o padre Marcelo Rossi, 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 (re)apresentar 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.

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 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>19</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 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<sup>20</sup> em todo o Brasil e em outros países, inclusive a rádio Recife FM 97,5, na

---

<sup>18</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)>. Acesso em: mai. 2017;

<sup>19</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 de mar. 2017.

<sup>20</sup> Mais adiante teremos a oportunidade de abordar de forma mais detalhada a relação da Rádio Evangelizar com as demais emissoras parceiras.

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>21</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, como já dito anteriormente, também está presente nas redes sociais digitais com contas no Facebook<sup>22</sup>, Twitter<sup>23</sup>, Instagram<sup>24</sup> e Youtube<sup>25</sup>. Possibilitados pelas ferramentas das próprias redes sociais em questão, não é incomum observar a interação dos usuários fiéis<sup>26</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>27</sup>, o presbítero católico foi eleito como o padre mais acessado e seguido nas redes sociais do mundo.

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 utilizando-se de ferramentas muito parecidas com as utilizadas pelos concorrentes, principalmente as igrejas de origem neopentecostais. Como apontamos mais acima, isso também está envolto no papel central que as celebridades desempenham no “reencantamento do mundo”<sup>28</sup>, a partir da espetacularização e midiaticização das relações.

---

<sup>21</sup> Forma como popularmente é conhecido e chamado o programa “*Experiência de Deus* com o Padre Reginaldo Manzotti”.

<sup>22</sup> Disponível em <<https://goo.gl/Ro2bxJ>>. Acesso em: dez. 2017;

<sup>23</sup> Disponível em <<https://goo.gl/VVwfMR>>. Acesso em: dez. 2017;

<sup>24</sup> Disponível em <<https://goo.gl/kEKpAV>>. Acesso em: dez. 2017;

<sup>25</sup> Disponível em <<https://goo.gl/XBpGvE>>. Acesso em: dez. 2017;

<sup>26</sup> Referimo-nos aos usuários fiéis como aqueles detentores de contas pessoais em redes sociais digitais que acompanham os perfis do padre Reginaldo Manzotti seja por serem católicos e/ou por serem fãs do trabalho que o mesmo desenvolve como artista e/ou líder religioso. Por estarmos em diálogo com os estudos de Freire (2017), doravante os mesmos poderão ser compreendidos também como ciber-fiéis.

<sup>27</sup> Leia mais em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-padre-campeao-das-redes-sociais-ej3o6rfx4erjim6y8a5vsx8we>>. Acesso em: 16 de mar. 2017;

<sup>28</sup> Segundo Weber (2004 *apud* SILVA e BRONSZTEIN, 2015, p. 9) desde o início da era moderna, o Ocidente vem passando por um processo de racionalização da vida, que, ao contrário do que muitos pensam, antes mesmo de ter sido efetuado pela ciência e pelo Iluminismo, começou a se delinear dentro da própria esfera religiosa. Maffesoli

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As possibilidades geradas pelo surgimento e desenvolvimento da internet têm favorecido novos hábitos culturais e midiáticos por parte das sociedades contemporâneas. A religião, que ainda possui forte influência nas práticas sociais e na produção de sentido na vida do homem, também passa a dialogar, deixa-se afetar e afeta os atuais processos midiáticos e midiatizantes.

No campo dos meios de comunicação tradicionais como o rádio e a televisão, verifica-se o uso crescente dos espaços na programação brasileira, com destaque para as igrejas de origem neopentecostais e Católica, a fim de alcançarem, pelas práticas midiáticas, novos fiéis para o seu rebanho.

Uma das celebridades religiosas católicas de maior destaque no Brasil hoje, o padre Reginaldo Manzotti, foi o centro de nossas atenções neste estudo que buscou perceber a diversa e extensa performance deste líder religioso – e sua equipe – nas redes sociais digitais, além das mídias massivas tradicionais como o rádio e a televisão, e como a sua prática discursiva corrobora para legitimar o seu papel de autoridade religiosa, além de provocar a adesão por parte de seus fiéis seguidores.

Finalmente, concordamos com Dom Paul Tighe, bispo católico, ex-secretário do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais da Santa Sé, – órgão substituído pela Secretaria de Comunicação do Vaticano, criada em junho de 2015 –, que defende uma postura da comunicação da Igreja engajada em entender as línguas, a cultura e as mídias digitais. Uma comunicação que supere a perspectiva broadcast: “Eu falo, todo mundo tem que parar e escutar” e se aventure nas possibilidades múltiplas do “Continente Digital” através da proximidade, do engajamento, da reciprocidade, da autoavaliação crítica e da integração a uma comunidade mais ampla (SBARTELOTTO, 2017).

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, R. A noção de *ethos* da retórica à análise do discurso. Tradução Dilson Ferreira da Cruz. In. AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso**. Tradução Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírío Possenti. São Paulo, SP: Contexto, 2004.

---

(1998, p.109 *apud* Ibid., p. 11), por sua vez, utiliza a religião – sinônimo, para ele, de “religação” – como uma metáfora que pode ajudar a compreender a dinâmica das relações atuais, bem como, a maneira como estas contribuem para o reencantamento do mundo.

ANSELMO, B.; BRONSZTEIN, K. P. Exibição do consumo via Facebook: processos discursivos de construção do *ethos* nas interações sociais pós-modernas. In: 5º Comunicon, 2015, São Paulo. **Anais do 5º Encontro de GTS do Comunicon**. São Paulo, SP: ESPM, 2015. v. 1.

BARTHES, R. A retórica antiga. In. **A aventura semiológica**. São Paulo, SP: Martins, 2001.

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.

CASHMORE, E. **Celebrity/Culture**. New York: Routledge, 2006. 320 p.

COSTA, M. A. Estruturalismo. In: MARTELOTTA, M.E. (Org.). **Manual de linguística**. São Paulo, SP: Contexto, 2008.

DASCAL, M. O *ethos* na argumentação. Tradução. Sírio Possenti. In AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso**. Tradução Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo, SP: Contexto, 2004.

FOUCAULT, M. (1970). **A Ordem do Discurso**. 5ª ed. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1999.

FREIRE, A. **Quando o fiel vira fã**. 1ª ed. Curitiba, PR: Prismas, 2017.

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 de ago. 2016.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 1998.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Tradução Sírio Possenti. Curitiba, PR: Criar Edições, 2005.

\_\_\_\_\_. **Cenas da Enunciação**. Curitiba, PR: Criar Edições, 2006.

\_\_\_\_\_. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo, SP: Cortez Editora, 2008.

MANZOTTI, R. **Experiência de Deus com padre Reginaldo Manzotti**. Disponível em: <[http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/programas\\_radio/todos?ref=redirect](http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/programas_radio/todos?ref=redirect)>. Acesso em: Acesso em: 29 de jul. 2016.

PINTO, T. **Contrarreforma, novo fôlego ao catolicismo**. Disponível em: <<http://historiadomundo.uol.com.br/idade-moderna/contrarreforma-novo-folego-ao-catolicismo.htm>> Acesso em: Acesso em: 10 de ago. 2017.

“PUTARIA”...: veja termos do padre Manzotti em evento no Recife. **JC ONLINE**. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2017/04/21/putaria-corno-biscate-veja-termos-do-padre-manzotti-em-evento-no-recife-279613.php>> Acesso em: 10 de mai. 2017.

SANTOS, S. PÊCHEUX. In: OLIVEIRA, L. (Org.). **Estudos do Discurso: Perspectivas Teóricas**. 1ª Ed. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2013.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. São Paulo, SP: Cultrix, 1975.

SBARDELOTTO, M. **E o verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital**. São Paulo, SP: Paulinas, 2017.