

## **A influência dos padres Júlio Lancellotti e Paulo Ricardo na perspectiva da Teoria do Duplo Estágio Comunicacional<sup>1</sup>**

Dayanne Lopes BORGES<sup>2</sup>  
Flávio Menezes SANTANA<sup>3</sup>

Universidade Estadual do Piauí, Picos, PI

### **RESUMO**

A constante transformação tecnológica tem reconfigurado a dinâmica social e o modo como os sujeitos atuam em sociedade. Neste cenário de constante midiaticização e a consequente aproximação dos meios de comunicação com as audiências, os indivíduos em sociedade passam a fazer parte do agendamento midiático e interagir com os meios de forma mais efetiva. Assim, evidencia-se novas possibilidades de comunicação e intermediação nos fluxos de comunicação (SODRÉ, 2002). Tem crescido cada vez mais o número de pessoas que, por meio das novas Mídias Digitais, ganham relevância com um público específico e, muitas vezes, influenciam atitudes, gostos e consumo de produtos e serviços. Essas relações se estabelecem em um cenário em que os papéis de consumidores e produtores de informação se invertem, uma vez que o processo de comunicação horizontalizado demonstra que a recepção também é um lugar privilegiado de produção de cultura e de vivência política (MARTÍN-BARBERO, 2009). A partir desses estudos, é perceptível identificar um emblemático caso dos padres Júlio Lancellotti e Paulo Ricardo, cujos posicionamentos, ainda que divergentes, mobilizam as mídias digitais e influenciam públicos. Uma comunidade que professa a mesma fé e compartilha a mesma doutrina é dividida por duas correntes teológicas que orientam a vocação dos padres, a Teologia da Libertação e a Renovação Carismática. A Teologia da Libertação prega que a vida cristã não deve ser separada dos conflitos sociais, que a igreja pode ser além do espaço físico e ser entendida também como um auxílio dos mais vulneráveis e na busca por direitos dos oprimidos. Já a Renovação Carismática foi incorporada na igreja com o intuito de renovar as práticas tradicionais católicas, pode-se afirmar que essa linha

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 8 – Divisão Temática 8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), email: [dayanneborges@aluno.uespi.br](mailto:dayanneborges@aluno.uespi.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (UESPI), email: [ms.flaviosantana@hotmail.com](mailto:ms.flaviosantana@hotmail.com).

teológica possui um caráter conservador. Neste contexto, visualiza-se um processo de comunicação evidenciado por Paul Lazarsfeldt (1964) por volta das décadas de 1940 e 1950, no qual a comunicação informal e interpessoal era muitas vezes mais influente do que a exposição aos meios de comunicação (FRANÇA; SIMÕES, 2016). Deste modo, o objetivo desta proposta de pesquisa é relacionar a influência dos padres Júlio Lancellotti e Padre Paulo Ricardo a perspectiva da Teoria do Duplo Estágio Comunicacional de Paul Lazarsfeld por meio da pesquisa bibliográfica. Segundo França e Simões (2016, p. 67), os estudos tratavam de “[...] situações reais – como campanhas eleitorais, audiências de programas radiofônicos”. A partir destes, a influência se tornou base para a teoria do fluxo em duas etapas (*two-step flow*). Inicialmente essas pesquisas consideravam a existência da mediação de um líder de opinião entre a recepção e os meios de comunicação. Na sequência, em consideração aos apontamentos de Wilbur Schramm (1963), admitiu-se que os líderes de opinião são gatekeepers e atuam, muitas vezes, na mediação de informações para outros líderes, ou seja, um processo de comunicação em múltiplas etapas (*multi-step of communication*). Assim, ambas partiram do entendimento da tomada de decisão do público – ou seja, a comunicação informal e interpessoal – era muitas vezes mais influente do que a exposição ao rádio ou ao jornal (LAZARSELD, 1964). Isto é, os eleitores não são diretamente influenciados pelas propagandas políticas, mas sim por pessoas do contexto social que estão inseridos. De acordo com Backes (2019), na sociedade contemporânea os influenciadores têm posicionamento estratégico com a utilização das tecnologias para o planejamento de geração de influências. O Padre Júlio Lancellotti acumula 999 mil seguidores no Instagram e mais de 360 mil no Twitter. Nessas mídias, o padre defende os Direitos Humanos e faz denúncias de violações de direitos que acontecem em São Paulo. Lancellotti também é conhecido por distribuir alimentos para pessoas em situações de rua e acolher frequentadores da Cracolândia. Já o representante da renovação carismática, Padre Paulo Ricardo, conta com 1 milhão e 200 mil seguidores no Instagram. No Twitter, cerca de 256 mil pessoas o acompanham nessa plataforma. O conteúdo do Paulo Ricardo é voltado para estudo bíblico, ele oferta cursos e escreve artigos de opinião, que por vezes, carrega conotação política. No canal do Youtube do Paulo Ricardo, que conta com 1 milhão e 360 mil inscritos, é possível encontrar um “short”, recurso de vídeo com curta duração em que o padre faz o questionamento “o Brasil tem salvação?” e convida para uma transmissão iria acontecer

futuramente para debater o tema. Na *live*, o Padre Paulo argumenta que a salvação do Brasil é a família e se refere a pandemia do Coronavírus como “ditadura sanitária”. Uma estratégia que o padre utiliza para se comunicar com seus internautas é “você”, ele se dirige especificamente a quase 60 mil pessoas que o assistia. Júlio Lancellotti também mostra um grande engajamento nas suas redes, o que configura uma influência. Um exemplo disso, foi o compartilhamento da foto do menino Gabriel de 12 anos, que nunca tinha possuído uma árvore de natal. Após o compartilhamento do padre, a foto viralizou em diversos jornais e nas redes sociais, o que levou a uma mobilização social. A partir disso, o menino conseguiu recursos, por meio de doações, para comprar uma casa. A partir desses dados, percebe-se que esses padres são formadores de opinião, que possuem interlocutores e que as suas ações podem reverberar, o que valida o estudo de Paul Lazarsfeld. Entretanto, cabe aqui ponderar que, embora haja uma relação das evidências empíricas do teórico norte-americano, o processo de comunicação é distinto, visto que a horizontalidade da comunicação permite um engajamento maior com as novas mídias digitais, o que vai além dos meios de comunicação tradicionais na época. Assim, o processo de comunicação não necessariamente seria dos meios aos líderes e destes ao público. Por fim, esta discussão torna-se relevante por evidenciar que ainda é possível visualizar a importância das lideranças na influência e na tomada de decisão do público na sociedade contemporânea. Haja vista, o avanço das plataformas on-line, recurso que não tão difundido quando Lazarsfeld realizou sua pesquisa. O estudo do sociólogo continua válido mesmo que o duplo estágio não aconteça face a face, majoritariamente. Demonstra-se, portanto, a possibilidade de entender esses representantes como personagens de referência em um processo de processo de individuação em rede que, decorrente de um espaço social onde os indivíduos que possuem pensamentos semelhantes interagem em prol de alguma causa ou de uma mesma intenção (CASTELLS, 1999). São agentes capazes de liderar em um novo espaço público que permite criar novas formas políticas em defesa de interesses, o que demonstra que o processo de comunicação é muito mais complexo e não está restrito aos meios de comunicação coletiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Líder de opinião; Teoria do duplo estágio comunicacional; Pe. Júlio Lancellotti; Pe. Paulo Ricardo.

## REFERÊNCIAS

BACKES, Suelen. A teoria do duplo fluxo da comunicação e os influenciadores digitais como líderes de opinião. **Discente Planície Científica**, Rio de Janeiro, n. 1, v. 1, p. 1-9, jan./ jul. 2019.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e terra, 1999.

FRANÇA, Vera V; SIMÕES, Paula G. **Curso Básico de Teorias da Comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica editora, 2016.

LAZARSELD, Paul. Os meios de comunicação de massa e a influência pessoal. In: SCHRAMM, Wilbur et al. **Panorama da comunicação coletiva**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964. p. 87-96.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

SCHRAMM, W. (Org.). **La Ciencia de la Comunicación Humana**. Barcelona: Grijalbo, 1963.

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.