

## Da Tradição à Mídiação: Perfis Dos Romeiros em Juazeiro Do Norte (CE)<sup>1</sup>

Mychelle SANTOS<sup>2</sup>

Ivan SATUF<sup>3</sup>

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

### RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar e distinguir dois perfis de fiéis nas romarias de Juazeiro do Norte (CE): o “fiel midiaticado” e o “fiel tradicional”. O referencial teórico se apropria do conceito de mídiação (HEPP, 2013), sobretudo na articulação entre mídia e religião (MARTINO, 2016). A metodologia emprega pesquisa de campo com observação participante, aplicação de questionários e entrevistas semiestruturadas, realizadas em três períodos distintos de romarias entre novembro de 2017 e março de 2018. Os resultados revelam que a idade e o nível de escolaridade influencia na forma como o fiel experiência a fé, constituindo-se como “midiaticado” ou “tradicional”.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídiação; romaria; smartphones; religião; Juazeiro do Norte.

### INTRODUÇÃO

As tecnologias digitais já estão integradas ao cotidiano. O indivíduo não está apenas envolto da mídia, mas torna-se mídia ao participar ativamente da produção e do compartilhamento de conteúdos em ambientes digitais (SHIRKY, 2011). A rede atua como agente de transformação e articulação das relações humanas, configurando novas formas de interação, com reflexos sobre a organização social contemporânea.

O comportamento é alterado devido à introdução dos sujeitos em ambientes digitais, transferindo as relações pessoais e sociais para o ciberespaço (MIKLOS, 2012). Essas mudanças se manifestam nos mais diversos seguimentos da sociedade e a religião, por ser um dos principais marcadores de identidade do indivíduo (MARTINO, 2016), tem buscado nas novas tecnologias de comunicação o apoio à propagação de sua mensagem.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ06 - Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante do 5º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Bolsista de Iniciação Científica (CNPq), e-mail: [mychellesantos14@gmail.com](mailto:mychellesantos14@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor da Universidade Federal do Cariri (UFCA), e-mail: [ivan.satuf@ufca.edu.br](mailto:ivan.satuf@ufca.edu.br).

---

Com a imersão do ser humano no ciberespaço, as denominações religiosas passam a também fazer parte do ambiente das mídias digitais. Neste novo contexto, as vivências e práticas religiosas passam a ser tecnologicamente mediadas, gerando mudanças na articulação dessas religiões e sua forma de culto. As religiões passam a se articular segundo uma lógica própria da mídia.

Essa nova configuração das práticas religiosas a partir da interferência da mídia é o que diversos teóricos chamam de “mídiação da religião” que, de acordo com Martino (2012, p. 237), “traduz-se não apenas como um momento de alteração das práticas das instituições religiosas, mas também como uma aparente reestruturação, mais ampla, dos significados do que é ‘sagrado’, ‘religioso’, e da ‘experiência religiosa’”.

Neste processo, mídia e religião se articulam em ações coletivas e similares, transformando não apenas sua lógica institucional, mas intervindo no cotidiano dos fiéis que professam determinada fé. Hepp (2013) apresenta uma perspectiva teórica baseada no cotidiano e nas práticas comuns, associadas à complexa utilização dos dispositivos midiáticos, numa abordagem “socioconstrutivista” da mídiação. Os aparelhos estão de tal forma presentes na vida do indivíduo, que este sequer percebe a presença deles no dia a dia. Este novo fiel que emerge e se reconfigura nessas novas práticas pode ser denominado de “fiel midiático” (SATUF; DIAS; SILVA, 2017).

Além da abordagem socioconstrutivista, é importante destacar a perspectiva “institucional” da mídiação (HJARVARD, 2012). A corrente institucional sustenta que a mídia conquista, gradualmente, um nível de autonomia suficiente para afetar outros campos e instituições sociais, como a religião. Nesse conceito, a mídiação é vista como um processo em que a sociedade, uma vez imersa no ambiente midiático, “está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica” (HJARVARD, 2012).

O objetivo deste artigo é entender como se dá a participação dos fiéis inseridos no ambiente midiáticos e daqueles que continuam a realizar suas práticas religiosas habituais, sem interferência da mídia, em um mesmo ambiente de culto religioso. Portanto, a pesquisa busca identificar dois perfis de fiéis: os fiéis midiáticos e os fiéis tradicionais.

A metodologia contempla três abordagens inter-relacionadas: observação participante, análise de dados estatísticos gerados a partir da aplicação de questionários

---

e entrevistas semiestruturas. A pesquisa de campo foi realizada entre novembro de 2017 a março de 2018 durante períodos de intensa peregrinação em Juazeiro do Norte: Romaria de Finados, Romaria de Candeias e Romaria de Semana Santa.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Não existe religião sem interação, partilha ou comunhão. A comunicação é elemento indispensável tanto para a emergência quanto para a consolidação de qualquer prática religiosa. Analisadas de uma perspectiva comunicacional, as mais diversas religiões são processos contínuos de mediação nos quais ocorre uma constante partilha simbólica (DEBRAY, 1997). Trata-se de uma mediação complexa e multimodal. Os líderes religiosos asseguram a transmissão da doutrina por meio de uma série de ritos coletivos realizados periodicamente. Os fiéis, por sua vez, se veem enredados em comunidades simbólicas responsáveis por delimitar as fronteiras entre as diversas religiões.

Historicamente, a oralidade e a iconografia foram os principais elementos comunicativos empregados em cerimônias religiosas. Foi a invenção da prensa tipográfica de Gutenberg e a posterior impressão da Bíblia por Lutero, entre os séculos XV e XVI, que marcaram definitivamente a entrada dos aparatos midiáticos massivos no campo religioso. Como explicam Briggs e Burke (2006), desde então, mídia e religião estabeleceram uma interface definitiva a partir da qual se afetam mutuamente:

Assim como os impressos ajudaram a garantir a sobrevivência da Reforma protestante — tornando impossível suprimir as idéias de Lutero do modo como foram aniquiladas as dos hereges medievais —, também a Reforma representou um sucesso econômico para os impressores, seja com grande venda de panfletos ou, a prazo mais longo, de bíblias em vernáculo. (BRIGGS e BURKE, 2006, p. 88).

Durante muito tempo a Igreja olhou de forma negativa para os meios de comunicação. Mesmo com os avanços da comunicação de massa na sociedade do século XX, com a criação do cinema, do rádio e da televisão, os fiéis eram orientados pelas autoridades religiosas a olhar com desconfiança para os dispositivos midiáticos e seus conteúdos. Para a igreja, os meios de comunicação eram vistos como difusores de mensagens negativas e do “mal”. Embora já existissem documentos papais sobre os

meios eletrônicos da comunicação, como o *Vigilati Cura*<sup>4</sup> e o *Miranda Prorsus*<sup>5</sup>, somente após o Concílio Vaticano II, em 1962, a Igreja reconhece os meios de comunicação social como meios de evangelização.

Com a aceitação desses meios, a igreja passa então a usufruir das ferramentas comunicacionais para a propagação de sua mensagem, investindo em conteúdos para a mídia. Atualmente, existem documentos produzidos pela Igreja no intuito de orientar o clero e os fiéis sobre as formas de empregar os meios de comunicação, revelando a evolução do pensamento eclesial sobre a mídia.

A Igreja Católica, fundada por Nosso Senhor Jesus Cristo para a salvação de todos os homens, e por Ele mesmo obrigada à evangelização de toda a criatura, considera parte da sua missão servir-se dos instrumentos de comunicação social para pregar aos homens a mensagem de salvação e ensinar-lhes o uso recto destes meios. A Igreja, pois, compete o direito natural de usar e de possuir todos os instrumentos desta ordem, enquanto sejam necessários ou úteis para a educação cristã das almas e sua salvação; compete, pois, aos pastores sagrados o dever de instruir e de governar os fiéis de modo que estes, servindo-se dos ditos instrumentos, atendam à sua própria perfeição e salvação, assim como à de todo o género humano. (DECRETO INTER MIRIFICA, 1964, on-line).

Além dos documentos, desde 1967, por instituição do Papa Paulo VI, a igreja celebra o “Dia Mundial das Comunicações Sociais”, comemoração realizada no domingo em que a igreja celebra a Solenidade da Ascensão do Senhor. Todos os anos, o Papa escreve uma mensagem reflexiva sobre a comunicação social da igreja.

De acordo com Martino (2016), o início das pesquisas sistemáticas sobre mídia e religião remete aos anos 1980, com a criação das igrejas neopentecostais que empregam uma linha progressista no que diz respeito à utilização dos meios de comunicação. Os pesquisadores passaram a investigar diversos fenômenos midiáticos associados à fé, como o “televangelismo”, a adaptação das práticas litúrgicas aos parâmetros próprios da transmissão televisiva.

A evolução tecnológica conduziu a religião para um novo ambiente no século XXI: o ciberespaço formado pela interconexão mundial de computadores (SBARDELLOTTO, 2017). As novas vivências articuladas no ambiente midiático configuram um processo crescente de midiaticização da religião.

<sup>4</sup> *Vigilanti Cura*: Carta Encíclica do Papa Pio XI, sobre o Cinema, promulgada em 29 de junho de 1936.

<sup>5</sup> *Miranda Prorsus*: Carta Encíclica do Papa Pio XII sobre a cinematografia, a rádio e a televisão, promulgada em 8 de setembro de 1957.

---

O processo de mediação pode ser compreendido como um fenômeno “técnico-social-discursivo” (GASPARETTO 2011), em que à medida que a mídia afeta outros campos, como o religioso, também é afetada por estes campos. A partir dessa reconfiguração, surgem novas comunidades que, formadas em função da mediação, “repercutem sobre os modos de pensar, agir, e formulam a construção de sentidos” (GASPARETTO, 2011, pag. 44).

Com a mediação, as fantasias e práticas religiosas passam cada vez mais a depender dos meios de comunicação. Como condutores da comunicação, os veículos de comunicação tornaram-se um importante, se não a principal fonte de imagem e textos relacionados a magia, espiritualismo e religião, bem como um meio de interação com tais elementos. (HJARVARD, 2014, p. 163)

Nesta perspectiva, os indivíduos tornam-se agentes ativos na construção dos novos cenários, idealizados no ciberespaço, quer seja na produção e compartilhamento de conteúdos ou na interação com a comunidade à qual pertence. Tal princípio parte da ideia de Hepp (2014) sobre uma ótica “socioconstrutivista”, na qual não somente as instituições são afetadas pelo fenômeno da mediação, mas as mudanças chegam a atingir também o tecido social. Ao se observar as ações ordinárias, percebe-se que “as novas tecnologias comunicacionais assumem protagonismo no cotidiano como agentes da inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural” (HEPP, 2014, p. 49).

Segundo Miklos (2012), o ciberespaço articula mudanças decisivas na relação espaço-tempo. Não é mais necessário o deslocamento físico, visto que muitas ações podem ser realizadas a qualquer tempo e lugar, desde que os indivíduos estejam conectados às redes digitais. O que antes demandava um gasto temporal estendido, hoje pode ser feito de qualquer lugar. É possível, por exemplo, assistir à celebração de missas na página criada por uma igreja no *Facebook* e interagir com outros fiéis num sentimento de partilha e comunhão próprios da religião (SATUF et al., 2017).

## **METODOLOGIA**

O percurso metodológico empregado neste trabalho articula três etapas: observação participante, aplicação de questionários e entrevistas semiestruturadas. O trabalho empírico foi realizado entre novembro de 2017 e abril de 2018, em Juazeiro do Norte, cidade localizada no Cariri cearense, que se constitui como território de intenso

---

fluxo de romarias. As etapas ocorreram dentro das atividades da pesquisa de iniciação científica “A midiatização da fé: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte” (PIBIC/CNPq).

A metodologia foi desenvolvida no objetivo de analisar as diferenças presentes entre dois perfis de romeiros: aqueles que utilizam dos dispositivos móveis durante as práticas religiosas e os que não fazem uso destas tecnologias.

A primeira etapa, realizada durante Romaria de Finados, em novembro de 2017, buscou analisar, por meio de uma observação participante, o uso dos dispositivos móveis durante as práticas religiosas, e como a utilização dos dispositivos altera a participação do fiel durante as celebrações. Nesta etapa foi possível identificar o grande número de pessoas que fazem uso desses aparelhos durante a liturgia, desde tirar fotos e gravar vídeos, até a utilização de aplicativos de mensagens e compartilhamento dos conteúdos produzidos nas redes sociais.

Após a identificação dos dois perfis de fiéis, a observação passou para uma etapa quantitativa a partir de análise de dados estatísticos, obtidos com a aplicação de questionários durante na Romaria de Candeias, em janeiro de 2018. Com os questionários, foi possível verificar quais fiéis utilizam estes aparelhos, como se dá essa utilização, quais as principais atividades realizadas e o tempo gasto nessas atividades. Os questionários foram aplicados numa amostra de 278 fiéis<sup>6</sup> distribuídos nos locais com maior fluxo de romeiros: Capela do Socorro, Basílica Menor Nossa Senhora das Dores, Colina do Horto, Museu da Casa do padre Cícero, Paróquia São Francisco das Chagas (Franciscanos) e Paróquia Sagrado Coração de Jesus (Salesianos).

Com os questionários aplicados e analisados, foi possível caracterizar e pontuar alguns perfis com base na escolaridade e idade dos romeiros. Com base nesses resultados, foi construído um modelo de entrevista semiestruturada contendo 10 perguntas, destinada aos fiéis que participaram da Romaria da Semana Santa, no final de março de 2018. Foram entrevistados 13 romeiros no intuito de verificar como os fiéis se posicionam quanto ao uso dos smartphones no interior e no exterior da igreja durante as celebrações, e como este uso pode alterar a sua prática religiosa.

---

<sup>6</sup> A amostra foi determinada para garantir um erro amostral de 5% e nível de confiabilidade de 90%, tendo como referência o histórico do número de romeiros que participam da peregrinação, que varia entre 200 mil e 400 mil pessoas.

---

## **ANÁLISE DE PERFIS: “FIEL MIDIATIZADO” E “FIEL TRADICIONAL”**

Desde o surgimento dos smartphones e dispositivos móveis com acesso a internet, a forma de comunicar e de se relacionar sofreu alterações. Esses aparelhos “inteligentes” de alta tecnologia e processamento têm ganhado cada dia mais espaço no cotidiano. Disponibilizando maior interatividade, velocidade e dinamismo no uso, eles têm sido utilizados de forma intensa principalmente pelos mais jovens, o que não diminui, em grande proporção, a adesão desses aparelhos também entre adultos e idosos.

O acesso à internet, que antes era delimitado pelo espaço físico onde se encontrava um computador conectado, agora se expande e pode ser realizado na tela de um celular conectado a redes digitais (3G, 4G ou Wi-Fi). O uso restrito dos aparelhos mais antigos, que apenas permitiam fazer ligações e enviar mensagens via SMS, converge com as várias ferramentas e os inúmeros aplicativos disponíveis para download. Entre os aplicativos, vale destacar a utilização intensa de redes sociais on-line pelos dispositivos móveis.

Com as análises feitas a partir das aplicações de questionários durante a Romaria de Nossa Senhora das Candeias, em Juazeiro do Norte, em janeiro de 2018, foi possível constatar o uso predominante dos aparelhos celulares. Dentre os 278 romeiros entrevistados, 89,2% utilizam os aparelhos. Embora a parcela que não use pareça pequena - apenas 10,8% não utilizam – é preciso dar uma atenção a este grupo, uma vez que ele se constitui como contraponto à corrente dominante.

A partir dos números encontrados, foi possível detectar e caracterizar dois perfis distintos de romeiros, o “fiel midiaticado” e o “fiel tradicional”. O primeiro, ingresso num mundo midiático e hiperconectado através do uso dos smartphones, das redes de internet móvel e da presença ativa nas redes sociais, tem suas formas de participação nas celebrações alteradas. O segundo, embora presente em um mesmo ambiente religioso, continua a preservar as características tradicionais de participação convencional da igreja, sem a interferência dos dispositivos móveis.

Os dados apresentados quanto ao uso dos celulares mostram claramente que a maioria dos romeiros, como os demais indivíduos da sociedade, têm se integrado ao ambiente midiático através dos smartphones e da utilização das redes sociais. Esses fiéis podem ser caracterizados como “fiéis midiaticados” que reconfiguram a forma com que se relacionam com os rituais religiosos (SATUF; DIAS; SILVA, 2017).



Os registros de fotos, vídeos e a publicação desses conteúdos se tornam constantes. Essas atividades são facilmente observadas durante sua participação na romaria, nas visitas a pontos turísticos, aos próprios locais de práticas religiosas, como capelas e igrejas, quanto nas próprias celebrações litúrgicas.

“Os smartphones se misturam a terços, crucifixos e outros símbolos religiosos nas mãos dos romeiros e, ainda que esteja bastante visível, a tecnologia compõe o ambiente sem aparentemente quebrar a harmonia da celebração” (SATUF; DIAS; SILVA, 2017, p. 5-6) (Figura 1). O aparelho parece se tornar parte da ambiência religiosa, misturando-se aos objetos litúrgicos.



Figura 1: Smartphones e velas se misturam durante as romarias.

Fonte: Mychelle Santos/UFCA

Embora haja uma imersão dos fiéis ao mundo hiperconectado, ainda existam indivíduos que continuam a participar das romarias sem interferência dos processos de mediatização. Esses fiéis são aqueles que possuem os “celulares lanterninhas”, como eles mesmos fazem referência aos aparelhos que apenas fazem ligações e enviam mensagens SMS. O uso desse tipo de aparelho é reduzido, mas é ainda presente na realidade de muitas pessoas, principalmente das que residem em locais de difícil acesso. Outra característica a ser destacada destes “fiéis tradicionais”, é o fato de não utilizarem seus telefones durante as celebrações litúrgicas que participam como um ato de respeito e reverência ao sagrado.





Figura 2: “Fiéis tradicionais” durante ritos litúrgicos em Juazeiro do Norte (CE)  
Fonte: Mychelle Santos/UFCA

Para eles, utilizar o telefone, até mesmo atender uma ligação dentro da igreja é considerado “pecado”, e “falta de respeito com Deus”. Não se pode misturar as “coisas de Deus” com as “do mundo”. Durante as entrevistas semiestruturadas, realizadas em março de 2018, foi perguntado aos fiéis se eles veem como positivo ou negativo o uso do telefone dentro da igreja. Uma romeira pernambucana de 71 anos, sem instrução formal, relatou: “A gente deixa no rancho [local onde se hospedam durante a romaria] porque vem pra uma missa, aí o telefone toca e a pessoa vai tá com o telefone tocando na igreja, aí eu pego e deixo no rancho” (SIC).

Os dados estatísticos revelam que dois dos principais fatores associados à utilização dos smartphones são a idade e a escolaridade. Segundo os dados, quanto menor a idade do sujeito e maior o seu nível escolar, maior é o seu uso desse tipo de aparelho. Em oposição, quanto maior a idade e menor o nível de escolaridade, menor a utilização. Os “fiéis midiáticos” tendem a ser jovens com instrução formal, enquanto os “fiéis tradicionais” tendem a ser pessoas mais velhas, geralmente idosas, sem instrução formal ou com ensino fundamental incompleto. Os gráficos 1 e 2 mostram as faixas etárias e o grau de instrução formal dos 278 romeiros que responderam ao questionário.

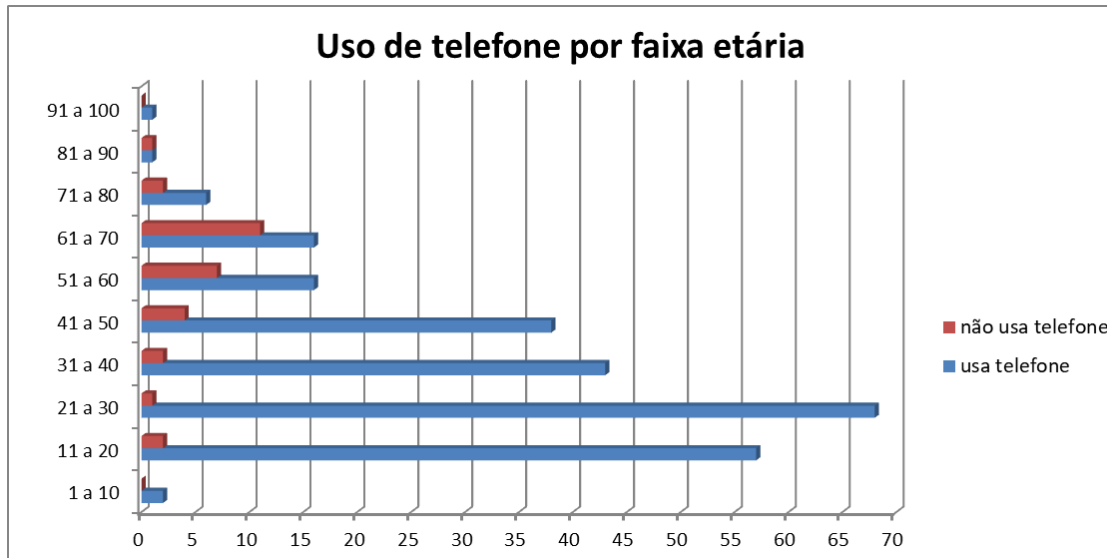


Gráfico 1: Faixa etária dos romeiros que responderam ao questionário (N=278)  
Fonte: Elaboração própria

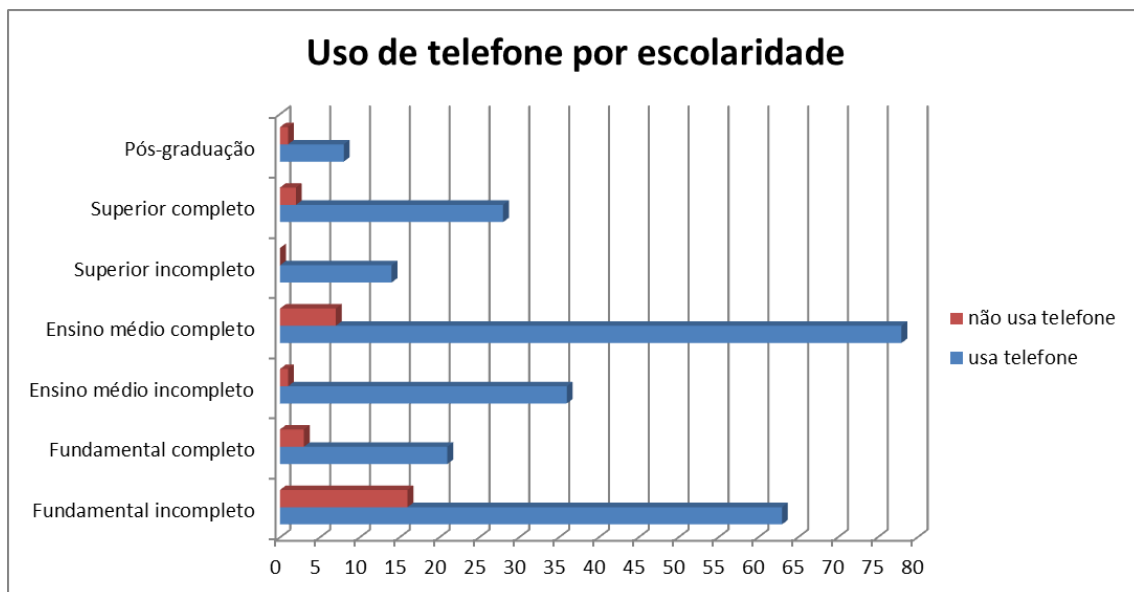


Gráfico 2: Escolaridade dos romeiros que responderam ao questionário (N=278)  
Fonte: Elaboração própria

É nítida a presença dos dois fiéis, “midiatizado” e “tradicional”, no território romeiro de Juazeiro do Norte. Embora cada vez mais o fiel midiatizado apareça no cenário religioso, o tradicional ainda se faz presente neste meio. Enquanto o fiel midiatizado está conectado e muitas de suas ações durante os ritos passam a ser

realizadas com o aparelho celular, o fiel tradicional continua a debulhar as contas do terço em sua mão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo procurou entender como se dá a participação e atuação dos fiéis conectados a um ambiente midiaticado. A partir do percurso metodológico dividido em três etapas – observação participante, aplicação de questionários e entrevistas semiestruturadas – foi possível traçar as principais características dos dois tipos de fiéis no ambiente religioso. Por ser um processo complexo, o fenômeno da midiaticação da religião não pode ser estudado somente a partir de uma perspectiva teórica, ele necessita de uma exploração empírica, por isso a pesquisa de campo foi fundamental.

É certo que a midiaticação tem crescido em grande escala e que a sociedade se vê inserida em um contexto de hiperconexão. Os dispositivos móveis são ferramentas que marcam a comunicação contemporânea, mas se deve ter o cuidado de não focar exclusivamente na dimensão tecnológica. Não são os aparelhos propriamente ditos que afetam os indivíduos, mas a articulação que as tecnologias estabelecem com as ações realizadas pelos fiéis.

No campo religioso, os fiéis têm adequado suas práticas a partir da utilização dos smartphones, ao passo que modificam também o cenário religioso. No entanto, é preciso lembrar que ainda há uma parcela que continua participando deste cenário sem a intervenção da mídia, seja pelos fatores de escolaridade e/ou faixa etária. Os “fiéis tradicionais” são minoria, conforme demonstrado nesta pesquisa, mas eles permanecem presentes nas romarias.

Por fim, vale ressaltar que o presente trabalho é fruto de uma realidade específica: as romarias de Juazeiro do Norte (CE) e, portanto, não podem ser aplicados diretamente a outros contextos religiosos.

## REFERÊNCIAS

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

DECRETO INTER MIRÍFICA. Sobre os meios de comunicação social. Vaticano, 1964. Disponível em: <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_04121963\\_inter-mirifica\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_04121963_inter-mirifica_po.html)> Acesso em: 18 mai. 2018.

DEBRAY, R. Transmitir. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 1997.

GASPARETTO, P.R. **Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento**. São Paulo: Paulinas, 2011. - (Coleção comunicação e cultura).

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012.

HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.

MARTINO, L.M.S. Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas. In: MATTOS, M.A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 219-244.

MARTINO, L.M.S. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016.

MIKLOS, J. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.

SATUF, I.; DIAS, R.A.; SILVA, E.F. Da fé mediada ao fiel midiaticizado: ubiquidade comunicacional nas romarias de Juazeiro do Norte. In: **Anais do XIII Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – ENECULT**, Salvador, 2017.

SATUF, I. et al. Uma igreja nas redes sociais: a midiaticização da religião em Juazeiro do Norte. **Revista Cambiassu**, v. 13, n.21, p. 121-135, 2017.

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

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.