

## **JMJ 2013: Ocupação do espaço público, território de encontros e representações sociais midiáticas.<sup>1</sup>**

Gislaine STACCHISSINI <sup>2</sup>

### **RESUMO**

O cenário social está envolvido pelo processo de midiática cultural e religiosa, no qual a mídia não é utilizada simplesmente como instrumento neutro a serviço de quaisquer interesses, mas sim, uma instituição produtora de sentidos, uma lógica própria de interpretação e construção da realidade a partir da visão de mundo capitalista. Na era midiática, as narrativas sociais e religiosas tem se deslocado do modelo tradicional e reservado, para os modelos voltados a alcançar as grandes massas, se tornando assim grandes espetáculos religiosos em espaços públicos. O objetivo da pesquisa esta em realizar uma análise reflexiva sobre esse processo de ocupação de espaço público sob a ótica da mídia e da religião, das transformações do campo religioso afetado pela sociedade midiática e pela cultura de massas, apresenta-se a Jornada Mundial da Juventude Rio 2013, uma manifestação religiosa midiática. Neste cenário que se trabalha com valores e atitudes sociais, um território de encontros, no qual o religioso é emoldurado pela espetacularização. Trata-se de uma pesquisa de caráter bibliográfico e analítico sob a ótica de Debord (2005) que apresenta a construção de uma realidade inerente aos meios de comunicação que faz com que a sociedade transforme o espetáculo em sua realidade contínua, sua própria existência espetacularizada. Bauman (1980) nos ajuda a entender como ocorre a fluidez dos acontecimentos de forma a contornarem tão facilmente o obstáculo do modelo social e serem invadidos por outros moldes. Sua visão de ritual que é pertencente ao caráter social e aos códigos culturais, Contrera (2012), torna importante e fundamental as relações estabelecidas através do ritual em uma sociedade. Morin (2002) alimenta a reflexão sobre o distanciamento da realidade em virtude deste mundo espetacularizado. Pode-se visualizar fatores inerentes a religião traduzida em espetáculo, no qual o interessante não é a interiorização e sim a espetacularização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornada Mundial da Juventude; Comunicação; Religião; Cultura de Massa; Midiática do campo religioso.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na X Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em São Paulo, SP, 27/8/2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista. Email: gislaine@gsmetodo.com.br

## **Espetáculo e cultura de massas**

A cultura de uma sociedade se desenvolve por intermédio dos conhecimentos adquiridos pelos membros que dela pertencem. Esta cultura é o que fornece sentido e define a maneira como as pessoas lidam com seu dia a dia, exercem suas profissões, se vestem e como devem pensar<sup>3</sup>, neste ponto Morin (2002), nos apresenta a cultura na sociedade.

Uma cultura orienta, desenvolve, domestica certas virtualidades humanas, mas inibe ou proíbe outras. Há fatos de cultura que são universais, como a proibição do incesto, mas as regras e as modalidades desta proibição diferenciam-se segundo as culturas. Em outras palavras, há, de um lado, uma "cultura" que define, em relação à natureza, as qualidades propriamente humanas do ser biológico chamado homem, e, de outro lado, culturas particulares segundo as épocas e as sociedades. (MORIN, 2002, p. 14).<sup>4</sup>

A época e a forma como as sociedades tecem<sup>5</sup> a cultura na qual estamos inseridos, a cada centímetro deste tecido cultural podem encontrar as mais distintas características, fatores referentes à moradia, modelos alternativos de se viver, rituais religiosos e todas elas associadas a imagens que se conectam ao cotidiano. Debord (2005) discorre desta conexão das imagens a nossa sociedade, que esta repleta dessas conexões distribuídas pelos mais diversos canais e meios de comunicação, ele argumenta que esta relação social entre as pessoas é mediatizada por imagens, o que torna essa ligação não só um conjunto de imagens, mas sim, um espetáculo.

A cultura é o fato modelador de uma sociedade, nela se alimentam suas estruturas. Para Marcarian (1980), a definição de cultura advém de uma série de pensadores.

Toda uma série de pensadores deste período começou por considerar a cultura como «o natural», isto é, tudo o que o homem, como resultado da sua atividade criadora, acrescenta à natureza propriamente dita. (BAUMAN et al, 1980, p. 94)

As relações entre a cultura e o ser humano é encontrada em diversos trabalhos, e para essa pesquisa adota-se o modelo de Marcarian (1980), que aponta a existência de uma discussão ainda não finalizada sobre cultura e sociedade, pois há uma divergência

---

<sup>3</sup> Refere à forma de pensar, que veremos mais a frente quando tratarmos de personalidade.

<sup>4</sup> Em todas as citações será mantida a ortografia original dos autores

<sup>5</sup> Construção de um grande tecido cultural

em seus significados, e esta diferença corrobora para compreender o impacto de uma cultura sobre a sociedade.

Com base nisto Kroeber e Parsons (tendo em conta a tradição dos estudiosos da cultura), propõem a utilização de conceito de «cultura» num sentido mais estreito, a saber, aplicando-o apenas a tipos de valores, idéias e outros sistemas simbólicos, transmitidos e criados como fator que condiciona a conduta humana e a atividade produtiva. Por outro lado propõem a designação do termo «sociedade» (sistema social) para os sistemas de relações entre os indivíduos e os coletivos. (BAUMAN et al, 1980,p. 99).

Traçando um paralelo a estes caminhos vemos que a cultura de massas apresentada por Morin (2002) e Bauman (1980) se utilizam de ideias, valores e dos aspectos simbólicos para a sua construção

A cultura de massa é imposta do exterior ao público( e lhe fabrica pseudonecessidades, pseudo-interesses) ou reflete as necessidades do público? É evidente que o verdadeiro problema é o da dialética entre o sistema de produção cultural e as necessidades culturais dos consumidores. (MORIN, 2002,p. 47).

Em outras palavras Bauman (1980), reflete sobre o caráter massivo desta cultura que uniformiza as situações, direcionando todos a um único ideal, direção ou interesse

Por outras palavras, para que uma cultura adquira um caráter «massivo» (talvez fosse mais correto dizer, para que se torne <<universal>>) tem de se uniformizar as situações sociais dos membros da sociedade e, conseqüentemente, os critérios que determinam a utilidade funcional dos elementos da cultura. (BAUMAN et al,1980, p. 77)

Essa cultura universal de Bauman (1980) ou de Massa de Morin (2002),aponta a criação de um novo “valor” o chamado massas, vale resaltar aqui que Bauman (1980) explica que esta cultura independe do meio de comunicação utilizado

A cultura começou a adquirir um caráter massivo não quando os vários ramos do mesmo sistema de difusão começaram a alcançar um público massivo, mas quando certas condições de vida e situações sociais foram alcançadas pelas massas, quando estas condições e situações,já não diferenciadas, deixaram de diversificar a seletividade da recepção. (BAUMAN et al,1980,p. 79).

Pelos fatores citados anteriormente por Morin (2002) como pseudodependência, aqui é apresentado por Bauman (1980) como dependência de mercado

O processo de satisfação das necessidades da maioria era, por conseguinte, exterior à circulação macro-social de mercadorias e relativamente independente das trocas inter-regionais, intercológicas ou interclassistas. (BAUMAN et al,1980, p. 80).

A dependência da organização, nos tempos antigos entre amo e servo, há apenas dois tipos de condições bem definidas como domínio e subordinação, porém o fato é quando não se existe mais esta dualidade, mas a existência de um novo elemento que não pode ser controlado. Nas grandes organizações este papel foi transformado em simples executores, estes que por sua vez conhecem apenas seu pedaço de rotina e desconhecem o processo como um todo, e este modelo não ocorre apenas em linha fabril. Outra condição é a dependência da tecnologia, com certeza o equipamento trás benefícios e facilita o trabalho no dia a dia, mas o quanto ele nos deixa vulneráveis com relação ao nosso próprio destino?

“O homem converte-se num ser dependente do mercado, da organização e da tecnologia, porque os não pode evitar no caminho que o conduz do dispêndio de energia criadora à aquisição dos bens necessários à sua regeneração” (BAUMAN et al,1980,p, 87).

Este processo de dependência esta diretamente ligado ao fator personalidade citado anteriormente ,pode-se dizer que a cultura cria em cada indivíduo, seu personagem interior “ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no interior de si e no qual se envolve.” (MORIN, 2002,p. 15) este personagem é a personalidade de cada indivíduo, é ela quem se alimenta do mercado, da organização e da tecnologia, é o ser que depende, o pseudonecessitado,nesse cenário contemporâneo, no qual as novas tecnologias se fazem cada vez mais presentes no cotidiano humano, questiona-se os conceitos de necessidade e de dependência de uma sistema ideológico, ou seja, necessidades e dependências do espetáculo inerente as culturas de massas espetáculo

O espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta na sua plenitude a essência de qualquer sistema ideológico: o empobrecimento, a submissão e a negação da vida real. O espetáculo é, materialmente, «a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem». O «novo poderio do embuste» que se concentrou aí tem a sua base nesta produção pela qual «com a massa dos objectos cresce... o novo domínio dos seres estranhos aos quais o homem está submetido». É o estádio supremo duma expansão que virou a necessidade contra a vida. (DEBORD, 2005, p. 151)

Esta dependência nos leva ao consumo da interação, ao consumo de se tornar notado, gerando com isso uma dependencia de ser e estar no espetáculo, este fator

denota que somos levados a transformar a realidade que vivemos, nos sentindo muitas vezes um personagem de um determinado cenário

A ideologia é a base do pensamento numa sociedade de classes, no curso conflitual da história. Os factos ideológicos não foram nunca simples quimeras, mas a consciência deformada das realidades, e, enquanto tais, factores reais exercendo, por sua vez, uma real acção deformada; tanto mais que a materialização da ideologia, que arrasta consigo o êxito concreto da produção económica autonomizada, na forma do espectáculo, confunde praticamente com a realidade social uma ideologia que pôde talhar todo o real segundo o seu modelo.” (DEBORD, 2005, p. 212)

Assim o espectáculo se torna fator essencial para cativar a plateia na sociedade mediatizada e consumista. Nessa mesma linha de pensamento, Kellner (2005) sugere uma evolução da sociedade espectáculo para a sociedade do infoentretenimento, que na concepção do autor, no intuito de atender a cultura da mídia, o entretenimento alcança até mesmo a notícia e a informação, se tornando cada vez mais desafiante separar o que é notícia e o que é entretenimento. Na concepção de Bazanini (2014) ao discorrer sobre o conceito de sociedade do infoentretenimento de Douglas Kellner, reflete sobre um aperfeiçoamento do espectáculo pelas novas tecnologias, o que fez surgir o espectáculo interativo, sendo a sua repercussão mais abrangente e intensa.

### **Migração da religião tradicional para a midiaticizada**

Hoje podemos dizer que há uma inversão de valores religiosos, se antes as pessoas procuravam as igrejas com o objetivo de se conectar com Deus, de realizar o “religare”, Miklos (2012) discorre com perfeição sobre este conceito

A experiência do religare é antropológica e atua como potencialidade para se abrir para o transcendente. A palavra religare é formada pelo prefixo re (outra vez, de novo) e o verbo ligare (ligar, unir, vincular). O religare, nesse sentido, é a forma primeira de vínculo, concebida não só como vínculo entre homens e seus deuses, mas especialmente entre os próprios homens. Embora a religião ambicione ligar, unir os homens, ela foi e é, muitas vezes, motivo de separação e guerras entre eles. A religião une os iguais e é pretexto para separar os diferentes. (MIKLOS, 2012, p. 18)

Já com o advento midiático no qual a mídia articula esse consumo capitalista, no entanto o primeiro religare citado mostra-se a ideia de ligação, a união de homens com seu Deus. Existia uma referência, algo da natureza do cosmo, como transcendência,

algo além do homem/humano, a mídia também vai além porém o que muda é o deus, o sentido de deus. Segundo Bauman (1980) a mídia articula para o consumo de integração social, do compulsivo, do ter que gera a necessidade, Hjarvard (2012) também discorre sobre este tema

A mídia tornou-se uma importante – se não a principal fonte de informação e experiência sobre essas questões, e os meios não apenas produzem e difundem a religião, mas também a modelam de diferentes maneiras, principalmente através dos gêneros da cultura popular. Além disso, os meios de comunicação assumiram, em alguns aspectos, muitas das funções sociais anteriormente oferecidas pela igreja: eles contribuem para a produção e manutenção de comunidades sociais (Carey 1989; Morley 2000) e tornaram-se essenciais para a celebração pública de grandes eventos nacionais e culturais (Dayan e Katz, 1992). (HJARVARD, 2012, p. 58).

Torna-se essencial e público remetemos ao espetáculo, no qual a religião tornou produto de consumo, um consórcio, como há muita oferta e uma demanda reduzida cria-se não só a necessidade pelo produto, mas também o desejo, e isto gera o que Carranza chama de doença do consumismo compulsivo, desenfreado.

Com isso, o consumo passará a estruturar a vida cotidiana, constituindo-se no elo entre a cultura objetiva, a materialidade da sobrevivência e a cultura subjetiva, as aspirações, os sonhos e as projeções. A sociedade de consumo e os estilos de vida constituíram-se com a experiência, que articula e organiza a estrutura social em função da satisfação das necessidades materiais e simbólicas da vida cotidiana.(CARRANZA, 2011, p. 31)

Por tempos a igreja católica esteve adversa ao mundo do consumismo e do espetáculo por acreditar em uma incompatibilidade de visão de mundo, para a igreja tradicional a sociedade do consumo era considerada promiscua e por tempos a igreja pregou ostensivamente contra o entretenimento religioso. Modelo este muito diferente do tradicionalismo que tem por base a lógica conservadora e voltada a catequisar os povos, utilizando de textos bíblicos para enfatizar o não consumo e a influência das coisas do mundo: “Tomai cuidado para que ninguém vos escravize por vãs e enganosas especulações da “filosofia”, segundo a tradição dos homens, segundo os elementos do mundo, e não segundo Cristo.” (JERUSÁLEM, 2006, Col2, 8). Pode-se refletir sobre esta argumentação com o texto de Silva, que nos diz:

Esse procedimento de linguagem faz do discurso religioso um instrumento formador e legitimador da consciência religiosa coletiva, impondo com isso uma ordem definida no modo do indivíduo crer e pensar, pelo seu poder de convencimento e uso da argumentação bíblica sob uma ótica fundamentalista. (SILVA, 2004, p. 20).

Deste modo pode-se entender que a ótica fundamentalista esta diretamente ligada ao ritual tradicional e arcaico

O ritual que permite a cada indivíduo ocupar seu lugar biológico, comportamental e emocional no interior do grupo serve também de cimento para o corpo social, que, graças a ele, permanece unido e funciona 'como um único homem'. Nesse nível de organização do ser vivo, o ritual é uma conduta que tem por efeito estimular a biologia dos indivíduos e sincronizar os grupos. (CYRULNIK, 1995,p. 106)

Estes modelos de ritual veem sofrendo mudanças em sua roupagem, em nossa contemporaneidade ele acontece nos meios de comunicação, possibilitando o engajamento do indivíduo de outras formas que não a tradicional. Este processo acontece devido a uma infinidade de motivos, dentre eles gostaríamos de trabalhar com alguns pontos importantes nesse processo de transformação, o capitalismo e o espetáculo. A própria lógica de interpretação e construção da realidade, possui como ponto focal a visão de mundo capitalista, vivemos em um mundo no qual a cultura implantada compromete a história e o movimento do povo. Miklos (2012) pontua que a contaminação da religião e dos meios de comunicação ocorreu em decorrência da afinidade de ambas com o modelo capitalista que esta abarcando a sociedade. Outro ponto é a perda de identidade do ritual

Com a perda da presença, perde-se o ritual, e o que temos é a transformação do ritual em espetáculo. Pode-se participar da criação do mundo por meio do ritual, por meio do espetáculo, só é possível consumir um mundo que alguém está vendendo. E o que a mídia está vendendo são pálidas releituras do encantamento perdido. (CONTRERA, 2005,p. 121)

Neste novo modelo consumimos a religião, pode-se ir a igreja não pelo "religare", mas para consumir produtos e serviços a palestra, o palestrante, o padre, o grupo de música ou a música, tudo se tornou um produto, o foco deixou de ser a conexão maior, o religare e sim o consumo maior. E com isso o ritual tradicional vai perdendo seu lugar para um ritual nos moldes de espetáculo midiático, Contrera (2012) crítica o impacto do espetáculo sobre o indivíduo no ritual tradicional.

A Modernidade é marcada pela exaustão da noção de indivíduo, de subjetividade, e todo o século XX tentou reagir a essa exaustão por meio da espetacularização da vida, pelo uso abusivo das relações simpáticas, da promoção da euforia como substituta do arrebatamento extático do ritual, da participação mística. (CONTRERA, 2012, p. 199)

O ritual que já foi tradicional e vem se tornando um espetáculo midiático que esta sendo imputados como modelo pelo novo catolicismo, estes moldes que buscam celebrações performáticas e liturgias que se utilizam do espetáculo para se tornarem destaques, Carranza (2011) descreve este processo de mudança desde o alto clero ao sacerdote local

O modelo do catolicismo midiático intransigente pretende-se impor, real e simbolicamente, por meio da norma, do discurso teológico, como modelo identificador único de valores. Sob essa ótica, evidencia-se uma realidade mais profunda: a inversão do processo eclesial, vivenciado nos últimos anos na igreja, no qual se verifica uma verticalização institucional que desce de Roma para os bispos, dos bispos para os padres, dos padres para os leigos. Com isso, não só o modelo organizacional entra em crise, mas, também, o modelo sacerdotal. (CARRANZA, 2011, p. 283)

Por meio dessas mudanças, o conceito de religião na concepção da igreja católica, se altera para adequar-se aos moldes midiáticos

### **Jornada Mundial da Juventude nas areias de Copacaba**

A 28ª Jornada Mundial da Juventude de 2013 teve como tema um trecho inspirado em um versículo do Evangelho de Mateus: “Ide, pois, fazer discípulos entre todas as nações!” (Mateus 28,19), e aconteceu de 23 a 28 de julho de 2013 na cidade do Rio de Janeiro - Brasil, foi a primeira vez que um evento da Igreja Católica ocorreu em um país cuja língua portuguesa é majoritária, e pela segunda vez em um país da América do Sul. Escolha feita pelo então Papa Bento XVI em 2011 no término da 27ª Jornada Mundial da Juventude. O evento foi conduzido pelo Papa Francisco e este foi o primeiro encontro entre o novo papa e a juventude católica.



Figura 1 – Benção noturna do Papa Francisco nas praias de Copacabana

Fonte: <http://www.photogallery.va/content/photogallery/pt/celebrazioni-liturgiche/jmj-rio2013.html>



Imagem 2 – Celebração da missa na praia de Copacabana

Fonte: <http://www.photogallery.va/content/photogallery/pt/celebrazioni-liturgiche/jmj-rio2013.html>

O evento contou com toda uma estrutura de interação midiaticizada para atrair os jovens, todo o conteúdo programático do evento é divulgado pelos meios digitais, dentre eles a criação de um aplicativo para acompanhar os passos da cruz peregrina <sup>6</sup>que percorre diversas cidades antes do início da jornada, e durante a mesma fica junto ao evento.



Figura 3 – Imagem da cruz peregrina

<http://www.photogallery.va/content/photogallery/pt/celebrazioni-liturgiche/jmj-rio2013.html>

O evento que ocorreu em sua maior parte nas areias de Copacabana, ou seja, se utilizando de um espaço público, e se tornando um mega evento de manifestação

---

<sup>6</sup> Ícone que se tornou símbolo da jornada mundial da juventude desde 1987, quando o então papa João Paulo II convidou os jovens a peregrinar junto a cruz de Cristo. Desde então a cruz passou a ser símbolo que peregrina nos países onde a jornada mundial da juventude ocorre.

religiosa em espaço público no Brasil, segundo dados da CNBB<sup>7</sup>, as cerimônias foram acompanhadas por 1,2 milhões de pessoas em Copacabana na cerimônia de acolhida do Papa Francisco, também reuniu 2 milhões de pessoas para a via sacra, 3,5 milhões de para a vigília e 3,7 milhões de pessoas estiveram na praia de Copacabana para a missa de envio. O que faz com que jovens pertencentes ou não a denominação católica formem uma massa juvenil presente em todos esses dias de eventos, concordando com os preceitos colocados pela igreja católica, suas razões podem ser as mais diversas possíveis, Carranza (2005), aponta para uma pista desta trilha

Como uma espécie de astro rock espiritual, os encontros serão o palco de retransmissão doutrinal para as novas gerações, convocadas para escutarem o convite a engrossarem os quadros de reprodução institucional (...). João Paulo II exortaria os jovens a viver alinhados com a moralidade sexual e os preceitos da Igreja (...). A mensagem papal incentivou constantemente seus jovens ouvintes a valorizar a castidade como meio de se prevenir da AIDS e de resistir às relações sexuais pré-matrimoniais. (CARRANZA, 2005, p. 179)

Não muito distante dos conselhos de João Paulo II, Papa Francisco em um de seus discursos na praia de Copacabana convida o jovem a trilhar seu caminho junto dele

Você também, querido jovem, pode ser uma testemunha jubilosa do seu amor, uma testemunha corajosa do seu Evangelho para levar a este nosso mundo um pouco de luz. Deixe-se amar por Jesus; é um amigo que não desilude. (Vaticano, 2013)

Se utilizando de aspectos permeáveis do homem podemos dizer que o discurso do papa Francisco repleto de simbolismos e apresentado neste cenário midiático e nos moldes do espetáculo pode penetrar nestes jovens como produto de consumo, visando fazer do jovem também um mensageiro do evangelho, Cyrulnik (1999) nos descreve como seres permeáveis:

Se possuímos em nós a loucura de viver, devemos procurar as situações por onde seremos penetrados pelos elementos físicos, tais como a água, o oxigênio ou os alimentos; pelos elementos sensoriais, tais como o tacto, a vista de um rosto ou a vocalidade das palavras; por elementos sociais, tais como a família, a profissão ou os discursos. O indivíduo é um objeto ao mesmo tempo indivisível e poroso, suficientemente estável para ser o mesmo quando o biótipo varia e suficientemente poroso para se deixar penetrar, a ponto de se tornar ele mesmo um bocado de meio ambiente. (CYRULNIK, 1999, p. 91-92)

---

<sup>7</sup> A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) é a instituição permanente que congrega os Bispos da Igreja católica no País.

Concluimos que o evento Jornada Mundial da Juventude 2013, proporcionou as pessoas presentes no espaço físico e as que acompanharam a grande ocupação por meio dos canais de comunicação um grande espetáculo religioso, no qual foi utilizado de diversos aparatos tecnológicos como telões, aplicativos e canais em internet. Resignificar a religião em mercadoria conquista os meios de comunicação de maneira agressiva e desta maneira busca estabelecer elos na existência humana.

Se a sociedade de consumo configura comportamentos e dota de sentido a ação humana, configurando as novas subjetividades modernas, a religião, especificamente o catolicismo, a vê como concorrente moral. Entretanto, quando a igreja incorpora a lógica midiaticizada por se tratar de um investimento “nobre”, evangelizar para desencadear uma empreitada de reinstitucionalização, ela parece modernizar-se, “sem culpa”, na forma de difusão, mas rejeitando essa concorrência no conteúdo. Ou seja, modernização do catolicismo nos meios e pré modernidade nas mensagens. Dito de outra maneira, uma igreja revigorada por sua capacidade de atrair multidões, por meio de personificações carismáticas midiáticas, todavia com discursos arcaicos e desqualificados socialmente. (CARRANZA, 2011, p. 137)

Por meio de discursos midiáticos e cheios de simbolismos que a igreja católica realizou um grande espetáculo midiático chamado Jornada Mundial da Juventude.

## REFERÊNCIA

BAUMAN, Zygmunt, et al. **O papel da cultura nas ciências sociais**. Porto Alegre: Villa Martha, 1980.

BAZANINI, Homero Leoni. **Transformações comunicacionais: a atuação no media training na perspectiva da teoria social cognitiva**. São Paulo, 2014.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. Aparecida: Idéias & letras, 2011.

\_\_\_\_\_. **Novas Comunidades Católicas: Em busca do espaço pós-moderno**. Aparecida: Idéias & Letras, 2009.

CONTRERA, Malena. **Emoção e imaginação: diferentes vínculos, diferentes imaginários**. Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia, São Paulo, n.18, p.188-201, Out 2012.

\_\_\_\_\_. **Ontem, hoje e amanhã: sobre os rituais midiáticos**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n.28, p.115-123, 2005.

- CYRULNIK, Boris. **Os alimentos do afeto**. São Paulo: Ática, 1995.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Lisboa: Antipáticas, 2005.
- HJARBARD, Sting. **Mediatização**: teorizando a mídia como agente da mudança social e cultural. Revista Matrizes, São Paulo, ano 5, n.2, p.53-91, Jan/jun 2012.
- JERUSÁLEM, Bíblia de. São Paulo: Paulus, 2006.
- MIKLOS, Jorge. **Ciber Religião**: A construção de vínculos religiosos na cibercultura. São Paulo: Idéias & Letras, 2012.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2002.
- SILVA, Dionísio Oliveira da. **O Comércio do Sagrado**. Londrina: Descoberta, 2004.
- KELLNER, Douglas.A. **Cultura da Mídia e o Triunfo do Espetáculo**. Líbero, São Paulo, 2004.
- Sala de imprensa da santa sé no Vaticano. **Festa de acolhida dos jovens**. 2013.  
Disponível em:<[http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/homilies/2013/documents/papa-francesco\\_20130728\\_celebrazione-xxviii-gmg.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/homilies/2013/documents/papa-francesco_20130728_celebrazione-xxviii-gmg.html)>.  
Acesso em:22.07.2015
- Sala de imprensa da santa sé no Vaticano. **Gmg Rio de Janeiro 2013**.  
Disponível em:< <http://www.photogallery.va/content/photogallery/pt/celebrazioni-liturgiche/jmj-rio2013.html>>Acesso em: 22.07.2015