

## **As mídias sociais digitais como meios de evangelização: A Comunidade Doce Mãe de Deus, da Igreja Católica<sup>1</sup>**

Fernando dos Santos FREITAS<sup>2</sup>

Jaqueline da SILVA<sup>3</sup>

Manuela de Rau Almeida CALLOU<sup>4</sup>

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### **RESUMO**

Esta pesquisa abordou acerca dos recursos de comunicação aplicados pela Igreja Católica Apostólica Romana, que foram utilizados como ferramenta de anúncio do evangelho. O objetivo desse estudo foi identificar o processo de evolução do uso das mídias sociais digitais a partir da realidade da Comunidade Doce Mãe de Deus. Por meio da análise qualitativa do Instagram e a observação do setor de mídia da mesma, foi possível constatar que houve um gradual processo de fortalecimento dos meios de comunicação durante o período de isolamento social, decorrente da covid-19, a comunidade teve um aumento gradativo de seu público, resultado da constância dos conteúdos disponibilizados, já que durante esse período as igrejas estavam fechadas, e as missas aconteciam apenas de forma on-line.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; interdisciplinaridade; sociedade; controle da mídia; religião; mídias sociais digitais; novas comunidades; igreja católica.

### **1. Panorama sobre a igreja católica no Brasil: surgimento e evolução**

Acompanhamos, ao longo da história humana, a evolução dos meios de comunicação, desde a criação da imprensa até os mais modernos aplicativos que estão ao alcance das nossas mãos. Dentre esses recursos estão as redes sociais digitais mais acessadas no mundo, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. De acordo com uma pesquisa feita pela *We Are Social* e da *Hootsuite*, o *Instagram* passou a ser a terceira

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduando no curso de Relações Públicas/UFAL. E-mail: fernando.freitas@ichca.ufal.br

<sup>3</sup> Graduanda no curso de Relações Públicas/UFAL. E-mail: jaqueline.silva@ichca.ufal.br

<sup>4</sup> Professora da Universidade Federal de Alagoas, coordenadora do curso de Relações Públicas e integrante do grupo de pesquisa Grupo de Estudo em Relações Públicas – GERP, registrado pelo CNPQ, na linha de pesquisa “Midiatização, discurso e cidadania”. Possui graduação em Relações Públicas pela Universidade Católica de Pernambuco (2000), mestrado (2008) e doutorado (2010) em Jornalismo e Ciências da Comunicação pela Universitat Autònoma de Barcelona. E-mail: manuela.callou@ichca.ufal.br

rede social mais usada no Brasil em 2022, com 122 milhões de usuários. Colocando a plataforma em terceiro lugar no Brasil como a mais utilizada, onde os números mais recentes apontam que os usuários ficam nestas redes sociais digitais cerca de 3h40 min por dia. Resultados Digitais (2022)

Mas, porque estas informações são tão relevantes? Elas demonstram, de forma geral, o perfil das pessoas que usam as redes sociais digitais, e compreendê-las é a melhor forma para que estes perfis sejam utilizados de forma assertiva e, no caso da Igreja, com o objetivo de evangelização. Existem diferentes maneiras de relacionamentos interpessoais, assim é necessário compreender sobre as relações das pessoas que participam da Igreja Católica e o perfil dessas nas redes sociais, de modo que a mensagem chegue até o sujeito da maneira desejada.

A Igreja Católica, preocupada em fazer uso desses recursos de comunicação, tem também aderido a essas ferramentas tecnológicas como meio para anunciar o Evangelho. Com o surgimento das redes sociais digitais, o mundo tem estado muito mais interligado e conectado. As pessoas estão cada vez mais adeptas as redes sociais e para a Igreja, torna-se, quase que impossível ficar de fora. A Igreja Católica Apostólica Romana não ficou alheia a este cenário, sendo assim, adentrou no universo das redes sociais digitais, ou seja, o avanço da tecnologia demonstrou que a inserção da igreja nas redes sociais seria também uma forma de ir ao encontro dos seus fieis. Vale ressaltar que ao longo do texto ao utilizar a palavra Igreja, trata-se da Igreja Católica Apostólica Romana.

Diante do cenário vivido com o isolamento social devido a COVID-19, foi possível observar aquilo que o público alvo buscava e o que a comunidade oferecia para este público, já que as redes sociais digitais eram a única forma que existia de interação com outras pessoas. A interação deste público com a comunidade Doce Mãe de Deus além de trazer um engajamento significativo teve também um aumento de seguidores no instagram, e esses números foram observados devido à interação do público nas *lives* promovidas e nos *posts* publicados no Instagram da Comunidade Doce Mãe de Deus (@docemaededeus).

Assim, para entender o processo da igreja no Brasil e sua abertura para esse cenário na evangelização, na cidade de São Paulo foi publicado o primeiro documento da CNBB, em abril de 1997, com o título “Igreja e Comunicação rumo ao Novo

Milênio”, fruto da Assembléia Geral dos Bispos do Brasil. Dessa forma, se deu início a Pastoral da Comunicação (Pascom), onde cada paróquia e arquidiocese divulgam as informações pertinentes de suas comunidades, bem como da igreja de forma local, nacional e mundial.

A Pascom estrutura-se a partir dos documentos da Igreja, dos estudos e pesquisas na área da comunicação e das práticas comunicativas vividas e experienciadas pelas comunidades e grupos, convertendo-se em um eixo transversal de todas as pastorais da Igreja. (DIRETÓRIO DE COMUNICAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL, 1997, n. 244).

Compreendemos que durante muitos anos a igreja utilizava como principal ferramenta de comunicação os sermões em seus cultos. Com o avanço dos séculos e recursos tecnológicos, a igreja adquiriu diversos canais de comunicação. No Brasil podemos destacar os Canais de TV's como a Canção Nova, TV Aparecida, Rede Vida, canais de rádios, jornais, portais, etc, além das redes sociais digitais que pertencem às arquidioceses e paróquias espalhadas por todo o Brasil. Como cita Souza, Souza & Maia (2010, p. 03):

Na realidade, o próprio processo de evangelização utilizado pela igreja mudou ou está em permanente mudança. Sendo propagadas inicialmente pelos meios de comunicação tradicionais, televisão, rádio e jornal, hoje as mensagens religiosas estão se deixando propagar pelas novas tecnologias da comunicação. (SOUZA, SOUZA & MAIA, 2010, p. 03)

Mesmo com todo o potencial para uma evangelização mais eficaz e assertiva a Comunidade Doce Mãe de Deus encontra desafios que acaba interferindo no desempenho das atividades. Um deles são os recursos para aquisição de equipamentos, já que a referida comunidade vive da ajuda dos membros e bem feitores, investir nesta parte é um orçamento muito alto. Mesmo diante das dificuldades durante a pandemia, com a ajuda dos doadores da comunidade, foi possível adaptar alguns equipamentos para uma transmissão de maior qualidade, o que antes era apenas um celular, hoje a comunidade conta com recursos mais profissionais, como câmeras, computadores e programas de transmissões.

Como objeto deste estudo trazemos a Comunidade Católica Doce Mãe de Deus, fundada em 29 de agosto de 1989, na cidade de João Pessoa – PB. É uma Associação privada de fieis, que congregam leigos, consagrados e clérigos, pertencente à igreja

Católica Apostólica Romana, com estatutos de direito diocesano reconhecido pela igreja da Paraíba.

O trabalho da comunidade com o Instagram acontece desde novembro de 2012, mas foi com o trabalho durante o isolamento social que foi percebido um interesse maior do público alvo e isso trouxe mais engajamento e um crescimento principalmente no *Instagram*. Durante o isolamento social, as celebrações da Santa Missa eram transmitidas diariamente, os membros da comunidade se reuniam para rezar o terço, e semanalmente traziam *lives*, com temáticas diferentes como testemunho dos membros, recitação do terço e músicas. Para que a evangelização não parasse, a comunidade precisou sair de seus muros e ir ao encontro do seu público onde ele estava, já que tudo aquilo que acontecia no cotidiano da comunidade presencialmente, precisou se adequar ao novo normal para que o anúncio do evangelho não parasse e tudo passou a forma *online*, como os grupos de orações, retiros, eventos e as reuniões internas.

## **2. A comunicação na igreja católica: perspectiva histórica**

A história da igreja com os meios de comunicação vem com o surgimento da imprensa no século XV. A Igreja Católica voltou seu olhar para esse meio de comunicação como uma forma também de anunciar o evangelho. Foi a partir do Papa Leão XIII que a Igreja Católica começou a usar os meios de comunicação como uma forma de difundir o Evangelho. A Igreja, por sua vez, não reconhecia os meios de comunicação como positivos para ser usados como instrumento da missão. Mesmo com a rejeição a Igreja vem até hoje lentamente adentrando nesses meios, e usando como serviço para o anúncio do evangelho a todos os povos.

A professora doutora Joana T. Puntel em seu artigo “A igreja a caminho na comunicação” (2011) ressalta que: “A comunicação não pode reduzir-se a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo de relacionalidade entre os homens” (PUNTEL, 2011, p. 229). Este processo de relacionamento entre a igreja e os fiéis vem se estreitando cada vez mais com o surgimento das mídias sociais digitais e com a utilização desta pela própria Igreja.

Os meios de comunicação estão sendo cada vez mais utilizadas pela religião católica, que atualmente possui diversos canais de TV e rádios espalhadas por todo o mundo. Esses canais possuem estrutura de ponta, com uma programação diversificada,

onde trazem os conteúdos e valores voltados a doutrina. Neste novo normal, após o isolamento social surge uma nova preocupação por parte dos clérigos, que seria essa forma *on-line* de viver a fé, como durante o período de isolamento as igrejas precisaram ficar fechadas, seguindo ordem dos protocolos sanitários, a presença dos fieis se tornaram menos constante dentro dos tempos, Segundo a análise feita por Sousa, Sousa e Maia (2010) em seu artigo *Novas Formas de Evangelizar Igreja e Mídias Atuais no Mundo Religioso Pós Moderno Caminho Possível (2010)* esta preocupação já vinha sendo observada.

É justamente essa nova ambiência, com novas formas de relacionamentos, bem diferentes da tradicional, que causa preocupação em Pedro Gilberto Gomes. Ele afirma que “essa rede em que as pessoas estão interconectadas está criando novos espaços de relacionamentos, novos espaços de espiritualidade” fato esse que criaria um desafio para os evangelizadores. Gomes acha que “as Igrejas não estão preparadas para isso. O que elas conseguem compreender é o fato de ter uma vivência que foi fragmentada por uma série de motivos, e agora elas usam esses meios para recongregar às pessoas. Só que elas querem fazer com que as pessoas retornem ao estado que acontecia anteriormente”, ou seja, querem que as pessoas voltem a se interessar pela religião retornando, assim, aos templos religiosos. (SOUSA, SOUSA e MAIA, 2010, p. 10)

Diante dos fatos expostos, podemos considerar: a preocupação da igreja com o advento dos recursos tecnológicos, neste novo normal, durante a pandemia (2020 - 2022) onde existiu uma abertura gradual das pessoas para utilização dos meios de comunicação e para a igreja que enxerga estes meios como aliados em sua missão. Essa preocupação é pertinente, pois com o novo normal vivido hoje, em 2022 as pessoas tem preferido participar *on-line* e diante disso existe o risco de esvaziar os templos durante as celebrações.

Ao longo da história a forma da Igreja Católica enxergar os meios de comunicação sofreu diversas mudanças. Logo após o advento da imprensa, a Igreja Católica volta o seu olhar para os meios de comunicação. A princípio, havia receio e incertezas sobre a maneira como as ferramentas de comunicação eram utilizadas, o que resultou na publicação de diversos documentos oficiais escrito pelos Papas que estavam à frente da igreja na época. No século XVIII o Papa Clemente XIII, escreveu a encíclica “*Christiane Reipublicae*”, ela se referia ao perigo das obras impressas, condenando as obras e reafirmando os deveres dos bispos em combater a literatura:

Portanto, Veneráveis Irmãos, a quem o Espírito Santo colocou como Bispos para governar a Igreja de Deus e ensinou sobre o sacramento singular da salvação humana, não podemos, em tão grande corrupção de livros, mas excitar, segundo o que é nossa tarefa, o zelo da vossa fidelidade, para que - chamados a participar na pastoral - vos dediqueis a ela o máximo esforço possível. Deve-se lutar ferozmente, como a própria circunstância exige, com todas as forças, para erradicar a praga mortal dos livros. (CHRISTIANE REIPUBLICAE 1766)

Mais tarde no século XIX o Papa Inocêncio VIII publicou uma encíclica “*Inter Multiplices*”. Nela era colocado o pensamento da Igreja sobre os meios de comunicação escritos e como eles poderiam ser abordados. No século XX após o Concílio Vaticano II foi publicado por mandato uma carta intitulada “*Communio et Progressio*” que fala sobre os meios de comunicação social, onde traz uma perspectiva completamente diferente da que foram colocadas nos séculos passados que afirmava que: “A Igreja encara estes meios de comunicação social como “dons de Deus”, na medida em que, segundo intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica.” (Communio et Progressio, V Dia Mundial da Comunicação Social, 23 de Maio de 1971.)

No século XXI, Puntel publicou o artigo *A Igreja a caminho na Comunicação*. No texto, ela apresenta uma nova compreensão da relação Igreja e Comunicação, onde identifica três fases da trajetória eclesial desta relação.

Assim temos a primeira fase, caracterizada por um comportamento da Igreja orientado para o exercício da censura e da repressão [...], uma segunda fase demonstra mudanças profundas caracterizadas pela aceitação desconfiada dos novos meios [...], na terceira fase, encontramos um ritmo veloz: é a velocidade com que as transformações sociais e tecnológicas acontecem (PUNTEL, p.223, 2011).

Nesta terceira fase, observamos uma grande abertura e adequação a essa nova realidade, sobretudo após o Concílio Vaticano II. A Igreja lança mão dos recursos tecnológicos de comunicação, na intenção de ampliar o alcance de sua mensagem e missão. Puntel (2011) chama isso de quarta fase, onde identifica a grande reviravolta da comunicação social dentro da igreja e onde atualmente traz uma grande quantidade de materiais disponíveis com os conteúdos e doutrina católica, que variam de aplicativos interativos sobre o catecismo, leitura diária do evangelho, rádios e TVs com sinais digitais.

### **3. A Comunidade Doce Mãe de Deus e as mídias sociais digitais na evangelização**

A Comunidade Doce Mãe de Deus, traz uma participação importante na sociedade, sendo ela uma organização religiosa onde em sua vivencia traz uma experiencia de testemunho pela vida dos seus membros, desta forma ela traz uma grande importancia para a sociedade onde utiliza suas mídias sociais digitais como ponte de evangelização.

A Comunidade Doce Mãe de Deus, está inserida na Igreja Católica Apostolica Romana com a expressão de novas comunidades. O então Papa João Paulo II (1998) homilia no domingo de pentecostes vem afirmar que:

“As novas comunidades são a nova primavera da Igreja. São expressões providenciais da nova primavera suscitada pelo Espírito Santo através do Concílio Vaticano II. Constitui o anúncio do poder do amor de Deus que, superando divisões e barreiras de qualquer gênero, renova a face da Terra para construir nela a civilização do amor.” (PAPA JOÃO PAULO II 31 de Maio de 1998).

As Novas Comunidades surgiram na decada de 70 nos Estados Unidos da America, já no Brasil começaram a surgir entre as decadas de 80 e 90<sup>5</sup>. Dados atualizados em janeiro de 2014 o Brasil teria cerca de 800<sup>6</sup> novas comunidades que desenvolvem formas diferentes, segundo o seu carisma de anunciar o evangelho.

A Comunidade Doce Mãe de Deus, inspirada no Evangelho de São Marcos que narra após a Ressurreição de Jesus Cristo quando Ele apareceu para os seus apóstolos, e ele soprou sobre eles e os deu uma ordem: “Ide por todo o mundo e pregai o Evangelho a toda criatura<sup>7</sup>”. E é nesta inspiração que a Igreja católica com suas diversas pastorais, comunidades e grupos, ousa em anunciar o Evangelho através das redes sociais, na descoberta e no desbravamento neste tempo.

Os diversos grupos e comunidades da Igreja Católica, regra geral, vivem de doações. Assim, em alguns momentos, isso gera dificuldades nesse processo de evangelização, como no caso da Pastoral da Comunicação, que precisa fazer aquisição

---

<sup>5</sup> <https://pantokrator.org.br/comunidade1/novas-comunidades/>

<sup>6</sup> <https://noticias.cancaonova.com/brasil/brasil-tem-cerca-de-800-novas-comunidades/>

<sup>7</sup> (Mc. 16, 15)

de equipamentos que têm um custo alto. Por isso, diversas são as tentativas para realizar uma Evangelização eficaz com o uso das mídias sociais, mesmo com poucos recursos e, muitas vezes, de um modo amador.

As mídias sociais possibilitam o alcance a milhões de pessoas, a milhares de quilômetros em poucos segundos, o que é um grande facilitador. As mídias sociais são como uma grande rede que se conecta, uma vez que a mensagem é retransmitida, ou seja, compartilhada pelas pessoas. Algumas coisas são destacadas como importantes para que possamos atrair a atenção desejada. A primeira delas é a necessidade de criar um conteúdo exclusivo que tenha como essência o Evangelho e que comunique-se com o outro de maneira pessoal e singular.

O segundo ponto é direcionar o seu conteúdo, para isso é necessário conhecer o público alvo da sua plataforma. Se o foco são os jovens não adianta compartilhar matérias e organizar *posts* que não tenham relação com o cotidiano e realidade da juventude, com o que o seu público pensa e vive. É necessário mergulhar no universo do seu público e compartilhar publicações que façam com que eles se identifiquem com o seu material.

Terceiro ponto é a importância de priorizar a humanidade do seu público e a personalidade do criador. Do outro lado da tela há alguém real e as pessoas tendem a perder logo o interesse se percebem que as postagens vêm de um “fake”, ou seja, de uma pessoa criada para ocultar a verdadeira identidade. Tal coerência entre o que se vive e o que se prega é fundamental para a verdadeira evangelização das pessoas.

Nesse sentido, percebe-se a importância das mídias sociais digitais para a evangelização como mais um recurso que possibilita realizar o que foi proclamado pelo próprio Jesus: “ide pelo mundo e pregai o Evangelho<sup>8</sup>”, exortados pelo Papa Francisco que seja a igreja uma Igreja em saída e assim estejam seus membros dispostos a irem além dos muros para anunciar o Evangelho.

Devido à Covid-19, durante os anos 2020 e 2022 foi um grande desafio para os membros do setor de comunicação da Comunidade Doce Mãe de Deus que, durante o período de isolamento, necessitou de uma presença mais forte nas redes sociais digitais, não só para as transmissões como também para atender aos fiéis que os procuravam. A

---

<sup>8</sup> (Mc. 16, 15)

equipe era pequena e precisou aprender coisas novas, assim como a qualificação dos membros, já que era um trabalho voluntário e por vez muitos não tinham experiência com o novo formato que a comunidade precisava desempenhar.

#### 4. Análise dos dados

A pesquisa realizada compreendeu o período de 2020 a 2022. Segundo dados fornecidos pelos membros da comunicação da comunidade Doce Mãe de Deus. Em março de 2020, no início da pandemia, a comunidade tinha 23 mil seguidores e com um mês de isolamento em abril de 2020 eles chegaram à marca de 25 mil seguidores. Assim, observamos o crescimento gradativo durante o isolamento social, onde este número dobrou em junho de 2022, e tem uma média de quase 30 mil seguidores.

Figura 1 - *Print do Instagram*  
@docemaededeus *Post* em agradecimento



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2019)

Figura 2 - *Print do Instagram*  
@docemaededeus *Post* em agradecimento



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2020)

Figura 3 - Print do Instagram  
@docemaededeus Post em agradecimento



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022)

Os desafios encontrados durante a pandemia não foram encontrados apenas pelos membros da comunicação em produzir conteúdo, mas dos fieis que não estavam adaptados ao meio digital. Porém, diante do isolamento, precisaram acolher e adaptar-se ao máximo a nova forma de participação do que era promovido de forma *on-line*, tendo em vista que seria o único meio que existia para ouvir a palavra de Deus. Visto que este público era exatamente aquele público que desejava estar inserido dentro das paróquias, e que no momento em questão estavam fechadas em virtude do isolamento social.

A adaptação dos fieis no meio digital precisou ser imediata, principalmente daqueles que não tinham costume de utilizar tais meios, a comunicação da comunidade percebe isso diante da ausência de um determinado público à medida que está voltando o novo normal, tendo em vista que no início da pandemia esse público era mais presente. Assim, pode-se afirmar que as atividades desenvolvidas de forma *on-line* tinham a capacidade de aproximar aquelas pessoas de Deus.

Com a presente pesquisa foi possível compreender que a Comunidade Doce Mãe de Deus conseguiu alcançar números bastante relevantes, em um curto período de tempo, principalmente durante a pandemia. Ou seja, compreende-se que o processo pandêmico, mesmo com suas controversas, conseguiu contribuir para um grande aumento da evangelização. Entendemos também que a disposição de recursos e estruturas de comunicação sofre devido a sua falta de homogeneidade. Enquanto alguns setores midiáticos da igreja conseguem se desenvolver e alcançar mais propagação; outros sobrevivem de doações e possuem poucos recursos de desenvolvimento.

Figura 4 - Print do  
Insights do Instagram  
@docemaededeus



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022)

Figura 5 - Print da do  
Instagram  
@docemaededeus



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022)

Figura 6 - Print da do  
Instagram  
@docemaededeus



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022)

## 5. Considerações finais

O processo de construção dessa pesquisa foi atravessado por novos arcos sociais devido à pandemia do novo Corona Vírus (SARS-CoV-2). Em análise feita com a Comunidade Doce Mãe de Deus, em seu instagram, foi possível identificar a evolução das mídias sociais digitais utilizadas pela instituição principalmente durante o isolamento social. Também foi identificado neste processo o aumento dos seguidores no instagram e o relacionamento da comunidade com o seu público.

Analisamos também a evolução da Igreja Católica Apostólica Romana em se comunicar com seus fieis, e a aceitação dos meios de comunicação que se deu a partir do Papa Leão XIII, de forma particular no Brasil os meios de comunicação se deu após a publicação do documento Igreja e Comunicação rumo ao Novo Milênio, em 1997 escrito pelos Bispos do Brasil.

A Comunidade Doce Mãe de Deus, vem se reinventando após o isolamento social para levar ao seu publico a pregação de forma autentica, a adaptação do novo tempo foi um grande desafio, já que a comunidade não usava suas redes sociais para transmissões e reuniões, elas eram geridas apenas com publicações sobre o evangelho e a forma de vida da comunidade.

Com a mudança devido ao isolamento social a equipe de comunicação percebeu uma grande aceitação de seu publico e isso fez com que mais gente

respondesse de forma positiva aquela forma de evangelização e nesse processo podemos perceber essa evolução mais visível com a pandemia.

Mais a frente será dada continuidade a esta pesquisa, pois, ainda em pandemia, é necessário compreender como o acesso midiático de divulgação do evangelho se dará mais a frente, bem como o possível avanço e ainda um maior desenvolvimento das plataformas de comunicação por parte da igreja e em especial da comunidade Doce Mãe de Deus. Todavia, em pouco período de tempo, pode-se compreender uma maior adequação dos fieis aos conteúdos e evangelização midiática, demonstrando que a igreja está presente para servir todos os povos, levando a todos a boa-nova, ao conhecimento e principalmente ao cuidado e zelo pela vida dos seus.

## Referências

RESULTADOS DIGITAIS, **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2022, com insights e materiais**, Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em: 10 de julho de 2022

PORTAL DOCE MÃE DE DEUS, **QUEM SOMOS?** Disponível em: <http://docemaededeus.org/quem-somos/> Acesso em: 08 de fevereiro de 2022

PASCOM BRASIL, **PASCOM**. Disponível em: <https://pascombrasil.org.br/pascom/> Acesso em: 08 de fevereiro de 2022

SOUSA, Thamiris; SOUSA, Rodrigo; MAIA, Mauro. Novas Formas de Evangelizar: Igreja e mídias atuais no mundo religioso pós moderno. **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Caxias do Sul, RS, set. 2010. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fwww.intercom.org.br%2Fpapers%2Fnacionais%2F2010%2Fresumos%2FR5-2955-1.pdf&clen=272029&chunk=true> Acessado em: 08 de fevereiro de 2022.

PUNTEL, Joana T. A Igreja a caminho na comunicação. **Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2 p. 221-242, jul./dez. 2011. Acessado em: 08 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=A+Igreja+a+caminho+na+comunica%C3%A7%C3%A3o&r>

lz=1C1JZAP\_pt-

BRBR834BR834&oq=A+Igreja+a+caminho+na+comunica%C3%A7%C3%A3o&aqs=chrome.  
.69i57.1130j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8

VATICAN, **Clemens XIII**, Disponível em: <https://www.vatican.va/content/clemens-xiii/it/documents/enciclica-christianae-reipublicae-25-novembre-1766.html> Acesso em: 17 de junho de 2022

VATICAN, **Communio et Progressio**, Disponível em:  
[https://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_23051971\\_communio\\_po.html](https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html) Acesso em: 10 de julho de 2022

VATICAN, **Homilia do Papa João Paulo II no domingo de Pentecostes**, Disponível em:  
[https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/homilies/1998/documents/hf\\_jp-ii\\_hom\\_31051998.html](https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/homilies/1998/documents/hf_jp-ii_hom_31051998.html) Acesso em: 11 de julho de 2022