Nas ondas da Graça: a propagação do evangelismo na Nossa Rádio FM, em Maceió[1]

Bruno Cavalcante PEREIRA[2]
Emanuelle Gonçalves Brandão RODRIGUES[3]
José Guibson DANTAS[4]
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

RESUMO

As igrejas neopentecostais têm seus conteúdos afinados com os meios de comunicação de massa. Midiatizar a religião não é apenas uma estratégia para essas instituições se aproximarem e cooptarem fieis, é também uma forma de se manterem ativas na memória das pessoas. Nesse contexto, a Igreja da Graça utiliza a rádio para difundir sua ideologia, comercializar seus produtos – na maior parte músicas do gênero *gospel* – e evidenciar a imagem do missionário e fundador da IIGD, R.R Soares. Para tanto, este trabalho apresenta alguns resultados de uma análise do Programa do Povo, da Nossa Rádio FM, em Maceió, visando a uma reflexão sobre os usos sociais da mensagem religiosa pelos receptores/ouvintes.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Igreja da Graça; Neopentecostais; Midiatização

Introdução

A expansão acelerada das igrejas evangélicas no cenário brasileiro e a utilização maciça dos meios de comunicação de massa para propagar suas doutrinas trouxeram à tona a discussão acerca da relação entre suas práticas culturais e as incursões no cotidiano dos indivíduos. Com isso, há tempos que o assunto deixou de ser apenas tema de pauta jornalística para sobrevoar o campo acadêmico, da pesquisa e da investigação.

Fundada em 1980 pelo missionário Romildo Ribeiro Soares – mais conhecido como R. R. Soares, a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) se encaixa no grupo de igrejas denominadas neopentecostais, no âmbito acadêmico. Baseando-se no recorte feito por Freston (apud. MARIANO, 2005) do movimento pentecostal brasileiro, Mariano (2005) o dividiu em três ondas: pentecostalismo clássico, deuteropentecostalismo e neopentecostalismo.

---

[1] Trabalho apresentado no IJ 05 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

[2] Estudante do sétimo período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), com habilitação em Jornalismo. E-mail: bruno_8505@hotmail.com.

[3] Estudante do oitavo período do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), com habilitação em Relações Públicas. E-mail: egbrodrigues@gmail.com.

[4] Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela Univeridad de Málaga e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). E-mail: josgdantas@gmail.com.

A primeira onda teve início em 1910, com a Congregação Cristã e, um ano depois, a Assembleia de Deus. Embora as duas igrejas atuassem em regiões distintas do país, possuíam características que as realocavam para o universo pentecostal, como a crença no dom do Espírito Santo, o "dom" de falar em línguas estranhas (poliglossia) e o sectarismo, por exemplo. Fazem parte da segunda onda as igrejas surgidas em meados dos anos de 1950, com pregações mais dinâmicas e, além de muitas características das antecessoras, a crença na cura divina. Evangelho Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962) são as principais igrejas dessa fase.

O termo neopentecostal é empregado às igrejas criadas a partir da década de 1970, que mesmo seguindo premissas do pentecostalismo clássico, rompem com o modelo tradicional para se adequar a pluralidade cultural da sociedade em processo de globalização. Nesse aspecto, há de salientar que a mídia é a principal aliada desse novo modelo de igreja, calcado no "aqui e agora" e "ou tudo ou nada".

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), fundada em 1977, foi propulsora dessa última onda, servindo como modelo – embora não se admita – para as que surgiram posteriormente. R. R. Soares foi co-fundador da instituição com Edir Macedo – seu cunhado – e Augusto Lopes, afastando-se posteriormente e criando a sua própria igreja. Esta manteve algumas características da IURD, ao passo que se distanciou de outras.

A IIGD, diferente de sua antecessora, não enfatiza o 'Diabo' em suas pregações, tampouco direciona seu discurso para a "Guerra Santa" contra as demais religiões – embora concorde com as ideias difundidas entre os evangélicos sobre elas. Também não prioriza rituais de exorcismo e grandes espaços para testemunhos de fiéis. O que está em destaque no seu discurso são as trocas monetárias – entre homem e seu criador – associadas ao prazer de estar unida com seus irmãos e vivenciar as maravilhas que o mundo tem a oferecer – sem, claro, deixar de lado sua contribuição com o Sagrado.

"Você só dá esse dinheiro se Deus tocar seu coração". É assim que R. R. Soares convida os fieis a se tornarem patrocinadores da Graça – imitado pelos pastores da instituição. Uma mensagem simples, mas de grande poder simbólico para aqueles que acreditam na ação divina e na palavra do missionário. O dinheiro, nesse sentido, é um elemento de suma importância nas práticas culturais da IIGD. Mas não só. O lugar ocupado pela música gospel assume boa parte de seus rituais litúrgicos – no templo e na mídia, conferindo-lhe características próprias no mundo evangélico.

Essa valorização do dinheiro nas igrejas neopentecostais está cunhada na Teologia da Prosperidade (TP). Ela surge para adequar o pensamento evangélico à realidade atual, regida pela sociedade de consumo. A TP não apenas permite que o fiel usufrua dos bens necessários para sobreviver, como dos supérfluos, mostrando que Deus é misericordioso e tem um plano divino para todos. Para Mariano (1996) a "Teologia da Prosperidade veio coroar e impulsionar a incipiente tendênciade acomodação de várias denominações pentecostais aos valores e interesses mundanos das sociedades capitalistas" (MARIANO, 1996, p.28)

Com evangelismo voltado para as massas, as igrejas neopentecostais difundem a palavra de Deus nos meios de comunicação de massa, televisão e rádio, principalmente, por serem mais acessíveis às classes populares, das quais faz parte a maioria de seus públicos, mas, sobretudo porque a cultura audiovisual é predominante no Brasil.

A partir de um estudo de caso do "Programa do Povo", da Igreja da Graça, veiculado na Nossa Rádio, este trabalho se propõe a analisar o conteúdo das mensagens do programa radiofônico da instituição e sua relação com o universo do receptor (ouvinte), apontando possíveis pontos de contato entre as duas instâncias e as estratégias de comunicação da IIGD para cooptar fiéis.

Produtos midiáticos da Igreja da Graça

A utilização dos meios de comunicação de massa como forma de atingir fiéis iniciou-se nos EUA, na década de 20, no rádio e depois ganhando espaço nos canais de televisão, nas décadas de 1950 e 1960. Os aparatos técnicos e tecnológicos, assim, modificam a própria religião e a relação desta com seus seguidores. O campo midiático estabelece afinidade entre operações técnicas e simbólicas possibilitando redimensionar algumas das práticas religiosas, uma vez que não basta apenas fazer uso do *mass media*, mas também saber operacionaliza-los (BORELLI, 2013).

Com isso, a religião passa por um processo de midiatização, esta podendo ser compreendida como sistema complexo "que se institui como uma outra maneira de vida, um novo ambiente que tem ressonâncias sobre a própria constituição humana" (BORELLI, ano, p.5). A pregação religiosa na TV ou no rádio ganha outra significação, o púlpito eletrônico remodela o sentido doutrinário da instituição que se utiliza desses meios.

Fasto Neto (2007, p.92) contribui, igualmente, afirmando que:

> A convergência de fatores sócio-tecnológicos, disseminados na sociedade segundo lógicas de ofertas e de usos sociais produziu, sobretudo nas três últimas décadas, profundas e complexas alterações na constituição societária, nas suas formas de vida, e suas interações. Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos.

Assim, a igreja midiatizada não serve apenas como forma de contato com fieis e nem como mecanismo de cooptação de novos seguidores, mas sim acrescenta-se a função de criadora e mantedora da comunidade religiosa midiática. "A utilização de dispositivos midiáticos acaba gerando uma outra comunidade que se reúne de forma difusa e fragmentada" (Borelli, 2012, p.128).

Na onda do televangelismo estadunidense, as igrejas neopentecostais conseguiram aliar Teologia da Prosperidade e uso de meios midiáticos para difusão de suas ideologias a partir de 1980. No mesmo ano, na cidade do Rio de Janeiro, o missionário R.R. Soares fundou a Igreja Internacional da Graça, instituição que investe na multiplicidade de ferramentas midiáticas.

Sobre o uso da TV pela IIGD, Mariano avalia que:

> A cúpula da Internacional manifesta preferência pela TV, em detrimento do rádio, no qual mantém poucos programas (...). Não obstante a limitação de sua estratégia em priorizar o televangelismo, deve-se considerar que grande parte de suas congregações nasceu do televangelismo e muitos de seus adeptos foram arregimentados pela TV, poderoso instrumento evangelístico de que não abre mão. (MARIANO, 2005, p.100-101).

Em 1997, a IIGD lançou o primeiro programa evangélico na TV aberta no horário nobre. Apresentador por R.R. Soares, o "Igreja da Graça em seu lar" (antecessor do "Show da Fé") era exibido das 20h30 às 21h30, diariamente, pelo canal CNT, que logo depois passou a ser transmitido também na Band, Manchete e Vinde (UHF). Atualmente, o programa "Show da Fé", principal produto da Igreja da Graça, é veiculado na Band e na Rede TV. Nesta última emissora, aos sábados à tarde, a instituição religiosa mantém o programa" Família debaixo da Graça" com o pastor Josué Gonçalves.

Além de horários pagos na TV, a Igreja da Graça possui suas próprias emissoras: a RIT e a Nossa TV. A Rede Internacional de Televisão (RIT) foi fundada em 1999 sendo distribuída para diversas regiões do país por meio dos sistemas VHF, UHF, cabo e satélite; emite sinal, através de satélite, para Américas, Europa, norte da África e

países do Oriente Médio. A Nossa TV, operadora de TV por assinatura, criada em 2007, oferece pacotes com canais religiosos, infantis, documentários, variedades e esportivos. A IIGD possui ainda outros produtos midiáticos: Graça Editorial – editora evangélica desde 1984; Graça Music – gravadora de músicas em 1998; Graça Filmes – coprodutora e distribuidora de filmes em 2010; e ainda, o Jornal Show da Fé de circulação nacional e o *site* www.ongrace.com, com conteúdo multimídia.

Sem se deter a ordem cronológica da fundação de cada produto mídiático da Igreja da Graça, o intuito aqui é apresentar e analisar a Nossa Rádio FM, emissora radiofônica surgida em 2002. Ela está presente em doze estados brasileiros com um total de 19 estações, sendo seis delas em São Paulo, duas no Rio de janeiro, duas em Minas Gerais e em Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Pará, Pernambuco, Piauí e Rio Grande do Sul uma emissora cada. Percebe-se que a maior parte de estações está situada no Nordeste brasileiro (cinco), seguido do Sudeste com quatro.

Além disso, das 19 estações de rádio 11 estão situadas em capital dos estados, como é o caso da cidade Maceió/AL. Na capital alagoana, é baixa a produção de programas locais, ficando a programação mais voltada a retransmitir o conteúdo da estação da capital paulista. Em geral, a programação da Nossa Rádio é voltada à divulgação de artistas da Graça Music, transmissão de cultos, divulgação da agenda da instituição e mensagens do R.R Soares, a cada hora.

A propagação do evangelismo pelas ondas no rádio brasileiro teve início nos anos de 1950 quando da chegada dos missionários americanos Harold Williams e Raymond Boatright fundadores da Cruzada Nacional de Evangelização, que depois se tornou Igreja do Evangelho Quadrangular. Segundo Mariano (1996) esse movimento particularizou-se devido à "ênfase teológica na cura divina, pelo intenso uso do rádio (que, por sectarismo, até a década de 50 não era usado pelas igrejas pentecostais aqui existentes) e pelo evangelismo itinerante em tendas de lona" (MARIANO, 1996, p.25).

Os missionários americanos encontraram na rádio um caminho à divulgação de ideologias sobre milagres e para arregimentar mais adeptos à religião. As igrejas Assembleia de Deus (AD) e Congregação Cristã no Brasil (CCB) não aderiram instrumentos midiáticos, condenando até o uso destes nas casas de seus pastores e seguidores. Hoje, a AD possui canais de rádio, televisão, conteúdo audiovisual na internet, como por exemplo, o sítio[5] alagoano e mantem o jornal impresso, Jornal

[5] Cf. http://www.adalagoas.com.br/

Mensageiro da Paz, em circulação desde 1930. Já a CCB se manteve distantes dos meios de comunicação de massa.

Foi justamente com um dissidente da AD, o missionário Manuel de Mello, que os pentecostais fincaram raízes no rádio brasileiro. Partidário da "cura divina", Mello levou à rádio "A Voz do Brasil para Cristo". Segundo Campos (2004), o programa contribuiu para a fundação da Igreja O Brasil para Cristo, primeira instituição pentecostal propriamente brasileira.

Sobre a relação pentecostais/rádio, Campos (2004, p. 155) defende que:

> O rádio também desempenhou um importante papel na formação de uma rede de sustentação mútua, um autêntico círculo vicioso envolvendo a mídia, o líder carismático e os milagres a ele atribuídos. O rádio tem sido um dos principais meios empregados para a fabricação e sustentação da liderança carismática no Brasil. Posteriormente, todo esse mecanismo e *know-how* no mundo da comunicação radiofônica iria se transferir para a televisão, principalmente pelos pentecostais que conseguiram montar eficientes sistemas centralizados de arrecadação de dízimos e ofertas, o verdadeiro segredo para a passagem da instrumentalização da televisão em lugar do rádio por parte da igreja de Edir Macedo e da igreja de seu cunhado R. R. Soares.

A era das novas tecnologias de informação e comunicação ampliam a experiência e contato do público com as rádios evangélicas, como é o caso das mídias móveis, celulares e smartphone, por exemplo. Em qualquer lugar, o fiel poderá estar sintonizado na frequência da religião que segue ou que pretende seguir. Tendo trazer uma resposta ao sucesso da programação radiofônica pentecostal no Brasil, Campos (2004) avalia que a cultura da oralidade possibilita a criação de imagens mentais por parte dos ouvintes, "tornando-se assim um cúmplice ou um agente ativo no processo de comunicação, enquanto preenche com as suas fantasias e desejos os claros do discurso e da linguagem falada" (CAMPOS, 2004, p. 156).

Nesse, contexto se propõe neste trabalho analisar o "Programa do Povo" transmitido na Nossa Rádio. A linguagem, conteúdo e dinâmica interessa aqui, pois se considera que esse recorte possa guiar outros estudos sobre a IIGD e sua programação radiofônica.

Entre o povo e o sagrado: análise de um programa radiofônico da IIGD

O programa diário radiofônico, "Programa do Povo", é veiculado em Maceió, a partir da retransmissão de São Paulo, das 22h às 23h, de segunda a sexta-feira, com apresentação do pastor Márcio e participação de outros reverendos da cidade paulistana. Ele é estruturado da seguinte forma: a) divulgação de cultos/reuniões do dia posterior, divulgação de telefone para ouvintes pedirem oração (no ar ou em *off*); b) músicas, em diversos gêneros populares, como forró, sertanejo, brega, pop rock, por exemplo; c) pregação baseada em tema do dia; d) leitura de pedidos de oração dos ouvintes; e) momento de oração/benção final (consagração do copo com água e bênçãos de fotografias). Essa é a composição básica, que pode sofrer alguma alteração a depender da condução do pastor-apresentador.

Durante uma hora, o programa é centralizado na figura do reverendo Márcio. A cada edição, um tema é trabalhado a fim de influenciar ouvintes a irem aos cultos/ 'concentrações de fé[6]' das segundas, quartas, sextas-feiras e domingos. Por exemplo, programas de segundas e terças-feiras trabalham assuntos ligados à família, uma vez que temática dos cultos das quartas-feiras é a "Sagrada Família".

A vinheta de abertura anuncia o pastor Márcio como "o homem guiado por Deus para acabar com todos os tormentos da sua vida através da palavra de Deus[7]". Para obter confiança do ouvinte, o próprio pastor-locutor garante que foi "consagrado desde o ventre de sua mãe para ajudar o ouvinte". A música de abertura, "O homem das mãos furadas", apresenta-se de forma dúbia no contexto do programa, com uma letra que faz referência ao homem que cura e faz milagres. De fato, não fica claro se a canção se refere a Deus ou ao pastor-locutor, devido ao caráter polissêmico do texto, convidando o ouvinte a fazer sua própria interpretação.

Não há, praticamente, intervalos. O programa discorre entre falas do pastor Márcio e músicas. Com linguagem popular e fala enérgica, o "Programa do Povo" explora casos como problemas financeiros, sentimentais, psicológicos, mas sem aprofundamento das temáticas. O pastor tem pouco contato pouco com o ouvinte, a maioria dos casos é relatada a partir de experiências dele com os fiéis. Os ouvintes podem ligar para rádio e deixar pedidos de oração com sua equipe do programa, não há o uso de e-mail.

As falas do pastor são acompanhadas por fundo musical de suspense e predominância de termos e nomes pejorativos, como macumba, urucubaca, "cruzuê",

[6] Na Igreja da Graça, concentração de fé é sinônimo de culto e reunião.
[7] Transcrição da mensagem durante observação do programa.

bomba gira, tranca rua, etc, com o intuito de fazer referências a religiões afro-brasileiras. Nota-se, então, o sincretismo religioso da IIGD, sobretudo com religiões com religiões de descendência africana, embora a instituição desqualifique-as. É com isso que a igreja fortalece seu discurso e se torna mais próxima do ouvinte. O intuito é reforçar que a origem de quaisquer problemas é do Diabo, força metafísica representativa do mal.

No programa da segunda-feira, 8 de abril de 2013, o tema foi "pessoas dominadas". O pastor e o ministro convidado falaram de pessoas que apresentavam problemas em seus relacionamentos, que já se envolveram com drogas ou sofreram qualquer tipo de humilhação. O reverendo avaliou que esses problemas dominam o homem, que se torna vítima das próprias aflições. Logo após, o pastor-locutor convoca os ouvintes para irem ao culto na quarta-feira seguinte, para ele possa ensinar como "dominar" as situações corriqueiras postas pela vida.

Neste dia, o pastor falou ao vivo com duas ouvintes. No primeiro caso, a ouvinte 1 disse que não frequentava igreja alguma e que tinha problemas no trabalho. O pastor, prontamente, afirma existir um "mal" no seu emprego. Na segunda situação, a ouvinte 2 também não frequentava nenhuma igreja, solicitando oração pela saúde de seu filho que tem problemas de ordem psicológica. O reverendo pediu que ela levasse seu filho à igreja dele, na cidade de Osasco. Ele encerra garantindo que irá atendê-la, com a seguinte frase: "Leva o seu filho lá que eu vou arrancar o capeta da cabeça dele".

Na edição da quinta-feira, 11 de abril de 2013, o programa foi de preparação e convite para o culto da sexta-feira, reunião da "Frente da libertação". Os assuntos abordados foram "pessoas sem sorte na vida" e "pessoas rejeitadas desde a nascença". Esses temas foram trabalhados juntos, sendo o primeiro decorrente do segundo: a maldição que acompanha a pessoa desde o nascimento justifica o azar na vida sentimental.

O pastor-locutor e reverendos convidados citaram diversos exemplos de casos de pessoas que eles acompanharam em suas igrejas e que obtiveram "cura". Um desses foi o caso de uma viúva de cinco maridos, segundo o pastor, que confessou não ter sorte nos relacionamentos e revelou ainda que outras mulheres da família também não foram felizes em seus casamentos. O pastor concluiu que se tratava de um mal hereditário. Ele encerra o caso convidando mulheres que passam por problemas semelhantes para procurá-lo a fim de receberem a libertação. Fazendo propaganda de seus serviços, o pastor convidado da cidade de Guarulhos, Pastor Adagilberto, disse: "eu vou pleitear

pela tua causa e se o seu problema não for resolvido, você não precisa mais voltar no meu trabalho".

Nas duas edições do programa analisado, observou-se a prática de propaganda tanto da instituição quanto da figura dos pastores. Estes ocupam a maior parte do programa "vendendo" seus serviços. De forma imperativa, palavras de ordem como "eu vou *arrancar* (...)", "eu vou *pleitear* (...)" demonstram que além de pastores são também curandeiros e até mesmo deuses, garantindo cura e libertação daqueles que os procuram.

O fato do apresentador ser um pastor facilita a promoção de cultos e consultas na igreja. A figura dele além de agregar credibilidade ao programa proporciona uma fala direta, embora mediatizada pelo rádio, com os fiéis que o escutam e almejam soluções às suas dificuldades.

É recorrente, no programa, citações a respeito de depoimentos de fiéis, mas sem a comprovação da veracidade das falas, não sendo confirmado se o caso relatado é real ou apenas ilustrativo. Entretanto, essa observação possivelmente não é captada pelos receptores, que respondem a esse gênero textual, como podemos verificar na pesquisa empírica, de forma positiva à igreja – dando credibilidade às histórias contadas.

Refletindo sobre a lógica de consumo que se estabelece entre enunciador e receptores da mensagem religiosa, Borelli (2013, p.9) acrescenta que "esse fenômeno ocorre em razão da mobilidade social de parte dos fiéis, das promessas da sociedade de consumo, dos serviços de crédito ao consumidor, dos apelos do mundo da moda, lazer e opções de entretenimento criadas e expandidas pela indústria cultural". Então, o programa cumpre um papel muito específico na circulação de ideias da IIGD, que é a promoção de uma proximidade entre a instituição e aqueles que ouvem o seu produto radiofônico.

Considerações parciais

A Igreja da Graça associa seu conteúdo religioso à venda de produtos midiáticos, vide a variedade destes disponíveis no mercado. Segundo Borelli (2012), as igrejas neopentecostais utilizam dispositivos midiáticos não apenas para prolongar contato com seus fiéis, mas também como estratégia de permanência no mercado para atrair novos adeptos à sua doutrina. "A igreja acaba criando uma comunidade midiática/religiosa que vive unida não só presencialmente, mas também 'midiaticamente'" (BORELLI, 2012, p.128).

No estudo do "Programa do Povo", observou-se que o conteúdo é direcionado a um leitor-modelo, pertencente a um grupo social bem definido. Apesar do programa não tratar do cotidiano maceioense, as temáticas possuem características que alcançam certos grupos de indivíduos, por exemplo, que pertencem a estratos sociais semelhantes – mesmo cada região tendo suas particularidades, o que pareceu mais perceptível nessa análise. A linguagem popular e o uso de verbetes que aludem a práticas religiosas afro-brasileiras, por exemplo, norteiam essa possibilidade.

O conteúdo do "Programa do Povo" tende atingir um público heterogêneo por meio da identificação e projeção das mensagens transmitidas. Os casos apresentados pelo pastor Márcio propõem-se ser plural, ou seja, de alguma forma eles devem representar significância, embora simbólica, para o ouvinte.

Possivelmente, o recorte socioeconômico em uma pesquisa que busque investigar mais a fundo a relação entre recepção (ouvinte) e produção (dos programas radiofônicos), em paralelo a uma análise sobre como esse gênero midiático (religioso) se constitui na interação entre as duas instâncias do processo comunicacional, possa identificar o perfil do público-alvo da IIGD e as estratégias de comunicação voltadas para os produtos midiáticos da Igreja da Graça.

Por fim, a pesquisa busca avançar no detalhamento das implicações que as mensagens religiosas da Igreja da Graça provocam nos ouvintes maceioenses, investigando os pontos de contato entre os programas radiofônicos da instituição e seus ouvintes. Para além de um conteúdo religioso, o que é difundido pela IIGD tem a ver com as práticas culturais de seus públicos e o dia a dia do povo brasileiro, marcado por preocupações constantes de ordem financeira, sentimental e espiritual.

Referências

BORELLI, Viviane. **Os sentidos do religioso e do midiático por fiéis da Igreja Internacional da Graça de Deus**. Disponível em <http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2012/08/20/1345493865.pdf> Acesso em abr/2013.

_____. **Midiatização, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião.** Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/borelli-viviane.pdf> Acesso em abr/2013.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos, pentecostais, carismáticos na mídia radiofônica e televisiva**. Disponível em <http://www.usp.br/revistausp/61/15-leonildo.pdf> Acesso em abr/2013.

FAUSTO NETO, A. **Fragmentos de uma "analítica" da midiatização"**. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf> Acesso em abr/2013.

MARIANO, Ricardo. **Os neopentecostais e a Teologia da Prosperidade**. Disponível em: <http://www.novosestudos.com.br/v1/files/uploads/contents/78/20080626_os_neopentecostais.pdf> Acesso em abr/2013.

_____. **Neopentecostais sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. 2ª edição. São Paulo: Loyola, 2005.