



Para além da religião: uma análise sobre a produção de conteúdo no programa Fala Que Eu Te Escuto¹

Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues²
Sara Sterfany de Oliveira Vasconcelos³
José Guibson Dantas⁴
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

Considerado o programa mais promissor da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), o Fala Que Eu Te Escuto vem sofrendo modificações em sua estrutura a fim de se adaptar às novas demandas sociais. Fruto de um estudo realizado durante um projeto de pesquisa, este artigo tem como objetivo fazer uma reflexão acerca das práticas religiosas articuladas às lógicas de produção do espaço televisivo brasileiro.

Palavras-chave: Comunicação; Fala Que Eu Te Escuto; Televisão; Igreja Universal.

Introdução

O Fala Que Eu Te Escuto é um programa televisivo que vai ao ar pela emissora Rede Record à 01h15min. Com conteúdo espetacular, os produtores instigam o público a opinar sobre o assunto, posicionando-se como um programa popular e preocupado em promover o debate público sobre os assuntos mais ocorrentes do cotidiano. Sabendo-se que por trás do grupo editorial há uma instituição religiosa responsável por aprovar os conteúdos emitidos, o programa sofre, mesmo hoje, grande influência ideológica da doutrina.

Diferente dos programas religiosos da grade em que está inserido, o Fala Que Eu Te Escuto possui características próprias quanto a sua relação com a Igreja Universal. Em primeiro lugar, pouca referência se faz à igreja; em segundo, todos os dias são apresentados temas distintos, dos quais temos que destacar a produção jornalística, equiparando-se muitas vezes aos telejornais de peso da televisão brasileira. Um ponto

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Estudante de graduação do 6º período de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, e-mail: manugbr1@hotmail.com

³ Estudante de graduação do 6º período de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, e-mail: saraa_v@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de Málaga e professor do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas, email: josegddantas@gmail.com



importante é o fato de o público ser bastante diversificado, não sendo composto apenas por fiéis da Universal, o que foi constatado em nossa pesquisa.

O estudo foi realizado durante um Projeto de Iniciação Científica e apresenta um panorama das transformações da Igreja Universal diante da sociedade midiaticizada concomitante às modificações que a produção de seu programa mais rentável sofreu nesses últimos tempos.

O discurso do Fala Que Eu Te Escuto não possui marcas de proselitismo, tampouco se trata da doutrina. O que interessa para eles é angariar públicos e mostrar a maleabilidade e modernidade da Igreja Universal, capaz de atender aos diversos públicos, independente de classe, religião, idade ou grau de escolaridade. O que o telespectador talvez não perceba é que por trás disso há uma grande organização que trabalha para fins mercadológicos e visa acima de tudo manter e aumentar sua audiência. Para tanto, esta sabe da importância de se moldar aos novos formatos da modernidade.

Desse modo, o artigo promove uma reflexão sobre a atuação da Igreja Universal no cenário nacional através de um programa diferenciado, que mesmo não fazendo referência à instituição, ainda possui marcas da mesma, utilizando os novos aparatos tecnológicos para se legitimar como um programa de cunho jornalístico e voltado para o interesse público, apresentando sempre assuntos polêmicos e imagens profanas, o que gera certa polêmica quando comparado àquilo que a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) prega em seus templos.

Uma história de mudanças

O ingresso da Igreja Universal do Reino de Deus no mundo televisivo se deu em 1980, na Bandeirantes, três anos após a fundação da IURD, quando ela ainda possuía pouca visibilidade. “Transmitia *O Despertar da Fé* na Rede Bandeirantes, para os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Pernambuco e, na TV Itapuã, Bahia.” (MARIANO, 2005, p.66).

No final dos anos de 1980, quando Macedo viajou para os Estados Unidos e conheceu o televangelismo, ficou instigado pela forma como as instituições religiosas americanas atuavam no ambiente televisivo, conhecidas por “igrejas eletrônicas”. Então, quando ele retornou ao Brasil, em 1989, fez o que nenhuma outra instituição religiosa



brasileira ousara fazer: comprou uma emissora de televisão, a Rede Record. Para tanto, Edir Macedo gerou uma campanha conhecida por “Sacrifício de *Isaac*”, “na qual seus pastores doaram cinco salários mensais, carros, casas e apartamento.” (Ibid., p.66), mobilizando todos os fiéis a fazerem o mesmo ou pelo menos o máximo de doações que pudessem.

O programa Fala Que Eu Te Escuto, o mais conhecido da instituição, surgiu em meados da década de 1990, logo após a compra da Rede Record pela Igreja Universal. A emissora, que foi adquirida por 45 milhões de dólares – além dos estimados 300 milhões⁵ de dólares em dívidas quitadas pela instituição, teve sua grade reformulada. A princípio, segundo Patriota (2012, p.2), o programa apresentava apenas temas religiosos, o que mudou paulatinamente com as novas demandas da sociedade. Se antes o sagrado era apresentado com um discurso que simulava o do templo, hoje esse discurso se caracteriza pelo carisma estratégico e boa articulação do apresentador escolhido pela IURD, o bispo Clodomir Santos.

Na década de 1990 o programa era bem diferente. Os temas eram sempre de caráter religioso e o discurso era bastante proselitista, assim como a linguagem verbal, que era própria dos fiéis nos cultos. A qualidade das imagens também deixava muito a desejar. Com a inserção de outras instituições religiosas no mundo televisivo, o programa precisou lidar com a concorrência, sem contar que por ser bastante restrito aos fiéis da IURD, havia dificuldade de subir seu nível de audiência, não lucrando tanto como a produção desejava.

O Fala Que Eu Te Escuto foi remodelado nessa última década, sofrendo alterações em toda sua estrutura, tendo uma programação dirigida para um grupo mais amplo de telespectadores. Entretanto, a evidente transfiguração que o programa sofreu para se adequar às necessidades dos novos públicos não impediu que ele conservasse em sua essência o caráter religioso iurdiano, o que é pensado estrategicamente a fim de compor um programa para as “massas”. “Adotando um tom jornalístico, o programa tem um foco bem definido e a pretensão séria de influenciar a opinião de seu rebanho, colocando-se como um fórum, uma arena para discutir temas polêmicos, principalmente os comportamentais.” (Ibid., p.4)

⁵ ”Para comprar esta tradicional, porém decadente e virtualmente falida rede de televisão – com uma dívida na faixa dos 300 milhões de dólares, posteriormente quitada -, a liderança da igreja, oculta na transação, feita por testas-de-ferro, não mediu esforços, ou melhor, sacrifícios” (MARIANO, 2005, p.66)



Outro aspecto interessante é sua quase imperceptível função terapêutica. Como o próprio nome sugere, “você” (telespectador) fala e “eu” (pastor/bispo) escuto, o que agrega valor de importância à audiência, demonstrando que a igreja está sempre disponível para assistir seu fiéis, o que é fundamental, uma vez que os programas são utilizados como extensões dos cultos e têm como um dos principais objetivos levar esses telespectadores aos templos.

Seguindo essa linha de raciocínio, podem-se compreender alguns motivos pelos quais o programa é exibido no início da madrugada. No começo, a ideia era óbvia: como os programas religiosos tinham pouca audiência, não fazia sentido colocá-los durante o dia e nem no horário nobre (atualmente reservados para as novelas e grandes jornais), pois em termos de mercado isso desfavoreceria a organização televisiva. É na madrugada que a cidade está cálida, onde a maioria dos indivíduos está dormindo, onde muitas pessoas param para pensar na vida, em seu dia, nas pessoas queridas e nos problemas cotidianos. Muitas donas de casa aproveitam esse momento de tranquilidade para organizar a casa ou fazer uma refeição; alguns homens reservam esse tempo para assistir à televisão e descansar depois de um dia de trabalho; adolescentes procuram consolo nas mídias. Isso é o que ocorre comumente nos centros urbanos.

A IURD, nesse contexto, porta-se como uma instituição religiosa organizada e sofisticada. Sua linguagem fortemente simbólica provoca empatia nas pessoas, assim, através desta, a instituição se empenha em suprir as carências humanas e solucionar os problemas surgidos nas dificuldades da vida, nas crises amorosas, financeiras e na saúde. Os apresentadores desses programas, bispos e pastores, possuem invejável poder de persuasão, sendo altamente articulados e carismáticos na televisão, o que leva a crer que eles passam por treinamento apropriado para a função. Entretanto, o sucesso do Fala Que Eu Te Escuto não é atribuído apenas a isso, mas também à reformulação de sua estrutura, dirigindo-se para telespectadores que não fazem parte apenas dos grupos de fiéis que frequentam a IURD.

Receptor: produtor de conteúdo

Altamente organizada, a instituição segmenta seu público, adaptando-se, em sua totalidade, a ele, algo típico das igrejas neopentecostais, caracterizada pelo seu liberalismo e adequação aos costumes da população, respondendo “às necessidades



prementes do povo brasileiro no que se refere aos seus problemas materiais e espirituais.” (OLIVEIRA, 2004, p.37). Por isso, a IURD possui uma perspectiva de marketing bastante desenvolvida. Investe maciçamente em pesquisas de opinião e mercado, obtendo profundo conhecimento de seu público telespectador. Dessa forma, “a mídia é, ao mesmo tempo, espaço de simulação e reconhecimento social” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2012, p.17).

“Ocorre um entrelaçamento entre o particular e o geral” (FERRARI, 2007, p.22), onde os indivíduos utilizam o espaço público e os grupos de seu interesse para se firmarem enquanto tais e partilharem suas ideias e pensamentos em comum, assemelhando-se ao sentido de comunitarismo, mas com ideais diferentes das comunidades antigas. Porém, o que se vê hoje é na verdade um consenso, o que nada mais é “do que um acordo alcançado por pessoas com opiniões essencialmente diferentes, um produto de negociações e compromissos difíceis, de muita disputa e contrariedade” (BAUMAN, 2003, p.15).

Nesses termos, encontramos no programa Fala Que Eu Te Escuto um esforço por parte da Igreja Universal de oferecer ao telespectador solitário um sentido de pertencimento, de compartilhamento de sentimentos, neste caso, de sofrimentos, mazelas, angústia e solidão, temas constantemente propostos no programa. “A ausência da participação das majorias na política e no cenário social faz dos meios de comunicação de massa uma dimensão onde podem adquirir certa visibilidade” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.25).

Com uma análise minuciosa, percebe-se que o conteúdo é oferecido àquelas pessoas que foram excluídas do espaço social. Supõe-se que, na maioria dos casos, são donas de casas que vivem diariamente uma vida monótona, ou aquelas mulheres que sofreram abandono, agressão, preconceito e exclusão social. Até mesmo adolescentes, como foi constatado em um programa que tratava de relacionamentos: Depois de levar um fora: o melhor é esquecer, se vingar ou cair nos braços de outro?, onde um grupo de meninas com idade em torno de 15 anos apareceu no skype, falando sobre seus antigos namorados, o que pareceu chocante, sabendo que além de serem participantes/testemunhas muito novas, elas faziam isso em um programa de uma igreja evangélica. A participação masculina é bastante inferior à feminina, normalmente esses telespectadores participam do programa para contarem suas histórias de um modo que a figura do sexo oposto apareça de forma inferior e com atitudes de caráter profano.



Diante do contexto em que a população brasileira se encontra, o programa, assim como a IURD, “oferta uma alternativa frente a uma sociedade excludente, e as pessoas acabam por projetar seu protesto no mundo simbólico” (FERRARI, 2007, p.69), onde são chamadas a opinar sobre assuntos polêmicos e de caráter profano, que em muitos casos já repercutem na sociedade. Contudo, a escolha dos temas é minuciosa e estes são projetados no programa com certa manipulação, onde está inserida na narração a ideologia da própria igreja. Os assuntos são comuns no dia a dia das pessoas e estas já possuem opinião formada sobre eles. Assim, a discussão que eles dizem oferecer na verdade não existe, pois, além disso, pouco se dá atenção ao que o telespectador fala por telefone ou skype, o que é mascarado pela exacerbada simpatia dos apresentadores nos diálogos.

Em uma sociedade individualista como a nossa, regrada pelo sistema capitalista, é raro encontrar lugares em que se possam ter fortes ligações afetivas com outros indivíduos. Segundo Bauman, “todos têm direito de procurar a estima social em condições de igualdade” (BAUMAN, 2003, p.72), e este “ ‘comunitarismo’ ocorre mais naturalmente às pessoas que tiveram negado o direito à assimilação.” (Ibid., p.87), ou seja, conhecendo as condições e fraquezas do ambiente social em que está inserida, a instituição oferece sua assistência por meio de um veículo de caráter secular, conseguindo sem dúvida sucesso nessa empreitada.

Descrição do programa

No período de 10 dias – das duas últimas semanas do ano de 2011 – foram assistidos a todos os programas da IURD na madrugada da Rede Record, contudo, para este trabalho selecionamos apenas os temas tratados no Fala Que Eu Te Escuto, já que este é objeto de estudo do trabalho. Os assuntos, como podem ver na tabela 1, são sempre de caráter emocional, amplamente discutidos na sociedade e sempre abordando os problemas do cotidiano.

Tabela 1

Data	Tema
20/12/11	Maus tratos a animais: são resultados da falta de educação, de punição ou de saúde psíquica?



21/12/11	Suspeito sim, confesso nunca: eles apostam no crime perfeito, num tropeço da perícia ou na leveza da justiça brasileira?
22/12/11	Amor bandido: elas fecham os olhos para a violência deles, acreditam que podem mudá-los ou apenas amam?
23/12/11	Depois de levar um fora: o melhor é esquecer, se vingar ou cair nos braços de outro?
24/12/11	Dor de amor e festas de fim de ano.
27/12/11	“Imperadores da confusão”: na maioria dos casos eles são vítimas, a mídia super valoriza os casos ou quem procura acha?
28/12/11	Sair do mundo do crime: o que mais dificulta é a justiça, a sociedade ou a falta de iniciativa do infrator?
29/12/11	Músicas românticas na hora da dor: aumentam o sofrimento, aliviam a angústia ou renovam as esperanças?
30/12/11	Frustrações e realizações em 2011: a diferença entre elas está na luta individual, na ajuda de terceiros ou na sorte?
31/12/11	“A gente pega, mas não se apega”: mais tarde, a maioria deles terá história para contar, irá se arrepender ou o que passou, passou?

Pode-se observar que alguns temas estão relacionados às comemorações de final de ano, enquanto outros, como dos dias 20 e 22 foram derivados de assuntos bastante repercutidos na época. O primeiro falava sobre os maus tratos aos animais domésticos, tendo como caso principal o da enfermeira que matou brutalmente seu cachorro, sendo apresentado no início do programa. Os repórteres foram às ruas e entrevistaram diversas pessoas, além de filmarem uma multidão aglomerada na porta do prédio onde a acusada morava, acrescentando tons de espetáculo na matéria. Ainda mostraram a gravação na qual a mulher fora flagrada espancando o animal até a morte, apresentando, após a cena, uma entrevista com um psiquiatra, que explicava as possíveis causas que levaram a enfermeira a cometer o crime. Por fim, eles mostraram imagens de postagens da acusada nas redes sociais.

No programa do dia 22 o foco se voltou para o caso do goleiro Bruno, acusado de ter assassinado sua ex-namorada. Cenas como a da mãe da vítima cuidando de sua filha e imagens da esposa e de uma das amantes – dançarina de funk – eram o ponto forte do programa. Como de costume, pessoas eram entrevistadas na rua, o que



complementava a matéria, finalizada com a seguinte frase: “Quem é realmente Bruno: para elas, um homem envolvente, para a justiça, um assassino frio e calculista”.

O programa é marcado pelo fluxo contínuo de informações, assim como pela convergência midiática. Ao mesmo tempo em que é emitido pela televisão, também é discutido na internet. A utilização de um perfil no *twitter* para gerar discussões e divulgar o programa se mostra uma estratégia inteligente, da mesma forma como fazem com o *skype*. Além destes meios, são utilizados o e-mail e o telefone como forma de interação com os telespectadores.

Para cada dia é escolhido um tema diferente. Este quase sempre é derivado de um assunto de grande repercussão, especialmente porque ele é transmitido em rede nacional. Muitas vezes, a qualidade de suas matérias supera a de outros jornais em horário nobre, o que demonstra que a igreja, em seu caráter secular, hibridiza seu conteúdo ao passo que põe em jogo seu discurso maniqueísta, deixando subliminar a guerra santa travada entre o bem e o mal, onde este último se apresenta como os atores e instituições sociais que querem destruir o bem-estar dos demais.

“Adotando um tom jornalístico, o programa tem um foco bem definido e a pretensão séria de influenciar a opinião de seu rebanho, colocando-se como um fórum, uma arena para discutir temas polêmicos, principalmente os comportamentais.” (PATRIOTA, 2012, p.8). Entretanto, mesmo em formato de telejornal, o programa tem como pano de fundo uma abordagem ideológica das problemáticas apresentadas.

Pode-se dizer que um dos grandes motivos pelos quais também o programa consegue se destacar entre os outros da instituição é a estética, incomparavelmente superior aos demais programas religiosos. Ela seduz porque tem qualidade na transmissão de informação, dados são apresentados com cautela, jornalistas profissionais são mostrados nas reportagens; seduz também porque traz veracidade na sua abordagem, porque convida e, principalmente, instiga o telespectador a pensar e opinar sobre o assunto, dando possibilidade para que todos participem, o que não quer dizer que isso ocorra de fato, pois antes que um indivíduo vá ao ar, ele “conversa” com a produção.

A abertura do programa começa com um clipe mostrando o tema a ser tratado, onde logo após entra a matéria, narrada por uma jornalista, além de reportagens, onde sempre são apresentados dados de pesquisas, testemunhos e opiniões sobre o assunto. Depois da introdução - que dura cerca de cinco a dez minutos, o programa segue do



estúdio, onde o bispo saúda a todos e opina sobre o tema. A seguir a tela se divide em duas janelas, onde em uma delas surge um indivíduo do *skype*, enquanto na outra está o bispo.

Veem-se, especialmente no *skype*, muitos indivíduos com aparente necessidade de atenção, falando sempre de sua vida, pedindo conselhos ao bispo, mandando beijos para os familiares, sorrindo – mesmo quando o tema é chocante, fugindo muitas vezes da temática em questão. Neste caso, assiste-se ao gênero jornalístico com ares melodramáticos, o qual parece ter resquícios da teledramaturgia. Isso porque a televisão, uma vez convertida em mediadora, permite à audiência fazer parte de seu roteiro, construindo e desconstruindo sua narrativa.

O diálogo também é feito por telefone, o que permite às pessoas adquirirem maior privacidade quanto a sua identidade. Por e-mail são enviadas perguntas ou testemunhos, os quais são selecionados para irem ao ar. Os diretores do programa perceberam a funcionalidade dos outros meios de comunicação, moldando o programa de forma a torná-lo moderno.

O cenário é um plano à parte, assemelhando-se a um telejornal comum, apenas com uma diferença: a bancada onde fica o jornalista é substituída por um púlpito, objeto utilizado nas igrejas e possuidor de grande poder simbólico que, junto aos demais elementos, consagra o espaço como um ambiente sagrado para o senso comum. O programa é repleto de simbolismo, que vai além de um bispo apresentador e um púlpito.

O núcleo é extenso, possuindo uma TV de LCD no fundo com a logomarca do programa e um amplo espaço onde fica uma sala, com dois sofás e uma mesa. A entrada do programa no estúdio é acompanhada de uma música que se assemelha bastante a de jornais do horário nobre. No canto esquerdo da tela vemos o “Ao vivo”, além do bispo lembrar a todo o momento a hora, com intuito de comprovar ao telespectador que o programa não é gravado.

O copo com água é outro elemento carregado de poder simbólico. A água é o símbolo da vida, elemento que traz em si o poder de transformação e renovação. Contudo, para que essa água possua ‘poderes divinos’, há a necessidade que um homem de Deus – como eles próprios argumentam – consagre-a, ritual feito pelo apresentador, sendo um dos motivos, pode-se afirmar, pelo qual é utilizado um bispo nessa posição. Este sacraliza a água com o poder que lhe foi outorgado pelo Espírito Santo – palavras dele – e ao beber pede, “Em nome de Jesus”, para que todos os telespectadores façam o



mesmo, com a promessa de que serão purificados e afastados de todo o mal. Dessa forma, “toda água natural adquire, pois, pela antiga prerrogativa com que foi honrada em sua origem, a virtude da santificação no sacramento, se Deus for invocado sobre ela.” (ELIADE, 1992, p. 111). Após esse ritual, é feita a oração.

O programa é roteirizado, mesmo sendo em tempo real, onde até mesmo o apresentador conduz o tempo, a exemplo dos testemunhos e entrevistas. O “Fala Que Eu Te Escuto” é feito sob medida para o seu receptor. No final, o bispo anuncia o momento de oração e em seguida aparece a imagem de São Paulo vista de cima à noite, mesclando-se à figura do apresentador ajoelhado com os cotovelos sobre a mesa segurando o copo de água. Após orar, ele ‘consagra’ o copo dele e de todos os que estão assistindo ao programa, pedindo por fim que todos bebam, dando fim ao programa de 45 minutos.

Considerações

Mais que um meio de comunicação, a televisão se configura hoje também como mediação cultural. Diante disso, a atuação de instituições como a Igreja Universal neste espaço requer certo cuidado e atenção para as estruturas que envolvem o processo comunicacional. Conhecer de que maneira a produção opera e os contextos sociais em que seus telespectadores estão inseridos são aspectos fundamentais para compreender a recepção midiática e conseqüentemente o modo como o público interfere na construção do discurso televisivo.

Esse pensamento foi essencial para se estudar o programa Fala Que Eu Te Escuto, que vem sendo reestrurado, sofrendo transformações de gênero, transitando entre o religioso, melodramático e jornalístico. Há poucos resquícios em sua estrutura que faça o telespectador perceber que se trata de uma instituição religiosa ao fundo, como o momento de oração e o bispo-apresentador. Tais mudanças são frutos de estratégias da própria igreja para ampliar público e mercado.

Em sua tentativa de inculturar-se, a Universal utiliza uma linguagem carregada de elementos simbólicos, seja no templo ou na mídia. Diferente do televangelismo norte-americano, a IURD tem como principal objetivo levar os telespectadores ao templo. “De acordo com a revista *Época*, citando uma pesquisa do ISER (Instituto



Superior de Estudos de Religião), 80% dos fiéis que vão à Universal o fizeram depois de assistirem aos programas na TV” (REFKALEFSKY, 2012, p.13-14).

A “Guerra Santa” é travada em nível de audiência, pois esta que dita o caminho a ser seguido. O Fala Que Eu Te Escuto é o melhor exemplo para demonstrar como a IURD opera no mercado de bens simbólicos. Sabendo da rejeição da audiência para com programas religiosos – especialmente aqueles com discurso proselitista, a estratégia da IURD foi simples: mudar a estrutura do programa. Nessa, o Mal adquire outras formas, não sendo mais representado por demônios, mas por organizações opositoras capazes de ameaçar a imagem da igreja, o que em outras palavras poderíamos chamar de concorrência.

A partir de então, algumas ações foram essenciais para tornar o programa mais receptivo; tais como tratar de assuntos polêmicos do cotidiano; exibir imagens profanas; abordar temáticas que evoquem a sensibilidade emocional dos seus telespectadores; apresentar reportagens bem elaboradas e com dados científicos; convidar a todos a opinar através de ligações, videoconferência e e-mail; e o mais importante: agir com todas essas ferramentas demonstrando preocupação em mostrar à população a realidade brasileira através de um programa que preza pelo conteúdo de “qualidade”.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade – a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- BRITTOS, Valério Cruz. **Comunicação e cultura: o processo de recepção**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-Comunicacao-cultura.pdf>>. Acesso em jan/2012.
- DANTAS, José Guibson. **A Atuação da Igreja Universal do Reino de Deus na programação televisiva nacional**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0284-1.pdf>> Acesso em abr/2012.
- DANTAS, _____. **La recepción del Dios televisivo em Brasil: El poder de las mediaciones culturales**. Recife: Ed. do autor, 2008. Disponível em: <http://issuu.com/joseguibsondantas/docs/la_recepci_n_del_dios_televisivo_en_brasil> Acesso em ago/2011.
- FERRARI, Odêmio Antônio. **Bispo S/A – a Igreja Universal do Reino de Deus e o exercício do poder**. 3ª edição. São Paulo: Ave Maria, 2007.
- GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. 6ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o Profano – a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.



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

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Exercícios do ver**. 2ª edição. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

OLIVEIRA, Ivo Xavier de. **Igreja Universal do Reino de Deus: uma instituição inculturada?**. São Paulo: Edições Pulsas, 2003.

PATRIOTA, Karla **Fala Que Eu Te Escuto na Era do entretenimento: a doutrina é o espetáculo**. Disponível em: <

http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/d/dc/ECLESIOCOM_-_04_-_Fala_que_eu_te_escuto.pdf> Acesso em jan/2012.

REFKALEFSKY, Eduardo. **Estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, e dos Televangelistas nos EUA: um estudo comparado**. Disponível em:

<<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/16752/1/R1249-1.pdf>> Acesso em mar/2012.