



Deus é brasileiro e católico.

Religião no noticiário contemporâneo da grande imprensa brasileira: contribuições teóricas à interrelação Estudos Culturais-Mídia-Religião.¹

Magali do Nascimento CUNHA²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

Este trabalho é uma contribuição à interrelação Estudos Culturais-Mídia-Religião e apresenta os primeiros passos do projeto de pesquisa homônimo em desenvolvimento, que tem por objetivos: identificar como o noticiário sobre a religião na grande imprensa dá forma e reflete o imaginário social, agendas sociais e tendências culturais predominantes; estudar as ênfases das abordagens sobre igrejas cristãs pela grande imprensa contemporânea. Por meio da metodologia baseada na aplicação de elementos da análise de discurso a um corpus de análise selecionado, buscar-se-á dar visibilidade, na interface mídia-religião-cultura, aos desafios sempre em pauta no campo comunicacional: considerar a dimensão cultural que permeia tanto as notícias chamadas relevantes quanto as consideradas triviais, e lidar com as perspectivas da pluralidade e da diversidade de identidades na narrativa jornalística.

PALAVRAS-CHAVE: mídia; religião; cultura; jornalismo; imaginário

1. Aportes preliminares

Os estudos em mídia e religião dentro do escopo maior dos Estudos Culturais são um campo em crescimento, ainda vistos como uma área restrita e pouco estudada face ao fenômeno, que marca especialmente a passagem do século XX para o XXI, da intensa veiculação de programação religiosa na TV e no rádio, e o extenso número de impressos religiosos na forma de livros, jornais e revistas e também de *websites* voltados para o público religioso.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social e do Curso de Teologia da Universidade Metodista de São Paulo, email: magali.cunha@metodista.br



Um considerável número de estudos têm se dedicado a compreender o processo de produção da programação religiosa, isto é, a presença de grupos religiosos, principalmente de igrejas cristãs, na mídia, como proprietários de veículos ou detentores de espaços nas grades de programação de canais de TV e emissoras de rádio. Análises significativas na forma de dissertações de mestrado e teses de doutorado, vinculadas a diferentes áreas de saber, algumas disseminadas por meio de livros, têm contribuído para consolidar este campo de estudos, e romper com a perspectiva positivista predominante na formação do sistema educacional brasileiro (Cf. SAVIANI, 2007), que procurava colocar a religião na academia “no seu devido lugar”, ou seja, como pertencente primordialmente aos estudos na área da antropologia, da sociologia, quiçá de psicologia.³ Tem sido aberto, nos últimos anos, um caminho para estudos no campo da recepção, pela mesma via dos Programas de Pós-Graduação, que inscrevem novas e ricas possibilidades de pesquisa.

Campo em crescimento, portanto, os estudos sobre mídia e religião demandam novas abordagens, para além da clássica compreensão do fenômeno das igrejas na mídia como produtoras e veiculadoras de mensagens. Com base nesta premissa é que este trabalho se propõe a relacionar a temática a uma outra perspectiva, a partir da pergunta: como a mídia não-religiosa apresenta a religião, especificamente as igrejas cristãs? Ou seja, estudar a presença da religião cristã na mídia, mas não como produtora e sim como objeto da produção, no caso, como pauta de noticiário.

Sendo este ainda um tema com considerável amplitude que pode ser desenvolvido por meio de diferentes ênfases e aspectos, a este trabalho interessa particularmente a compreensão de como a grande mídia noticiosa, a popularmente denominada “grande imprensa”, aborda temas relacionados às igrejas cristãs.

2. Demandas teóricas de uma construção prática

A cobertura da grande imprensa sobre religião no Brasil foi marcada, em 2009, pelas reportagens sobre novos escândalos financeiros relacionados à Igreja Universal do Reino de Deus e ao Bispo Edir Macedo: novas versões de denúncias conhecidas do público desde 1989, quando a Rede Record de TV foi adquirida pela Igreja, e atualizações de abordagens sobre a Universal e suas práticas. O acordo do governo brasileiro com o Vaticano, no mesmo ano, tema importante no campo religioso e no campo político, não teve o mesmo espaço. Esta observação leva a questões de fundo:

³ Sobre este assunto ver CUNHA, 2007.



por que isto ocorre? Quais os critérios da grande imprensa na seleção de temas quando a cobertura diz respeito à religião? O que é identificado como relevante no tocante à religião cristã e merece a classificação “notícia” com espaço na grande mídia? Como as reportagens são construídas? Como jornalistas compreendem e tratam o pluralismo religioso brasileiro e a diversidade entre cristãos, os fiéis do maior segmento religioso brasileiro? Em que medida o noticiário sobre a religião cristã na grande imprensa brasileira reflete o imaginário coletivo sobre religião, e também agendas sociais e tendências culturais predominantes? Qual imaginário religioso sobre o cristianismo é preponderante nos textos jornalísticos?

Desta problemática decorreu a elaboração dos seguintes objetivos para a pesquisa: (1): Geral: investigar como o noticiário sobre a religião cristã na grande imprensa dá forma e reflete o imaginário social, agendas sociais e tendências culturais predominantes; (2) Específicos: analisar as ênfases contidas nas abordagens sobre igrejas cristãs pela grande imprensa contemporânea a partir de seleção de corpus jornalístico, que representa a produção noticiosa de dois dos veículos de maior expressão na grande mídia brasileira, o jornal diário *Folha de São Paulo* e a revista semanal *Veja*; (3) dar visibilidade, na interface mídia-religião, aos desafios sempre em pauta no campo comunicacional: considerar a dimensão cultural que permeia tanto as notícias chamadas relevantes quanto as consideradas triviais, e lidar com as perspectivas da pluralidade e da diversidade de identidades na narrativa jornalística.

A hipótese que orienta a pesquisa é a de que a cobertura sobre religião que predomina no jornalismo da grande imprensa brasileira expressa o imaginário em torno de uma verdadeira religião, no caso, o Catolicismo Romano como a verdadeira tradição do Cristianismo e a expressão mais coerente (correta) deste ramo religioso. Isto promove uma negação da pluralidade religiosa e do próprio Cristianismo e o silenciamento, somado a um descrédito, das demais expressões cristãs, em especial as do Pentecostalismo.

Esta hipótese é referenciada por levantamentos preliminares da pesquisadora que indicam:

- ✓ trabalho com pautas fixas, com predomínio do cristianismo – particularmente do catolicismo;



- ✓ lento crescimento da cobertura sobre evangélicos – pautada a partir de eventos/fatos, com destaque aos escândalos (superficialidade nos conteúdos, o que traz o debate em torno da questão da relevância na pauta jornalística)
- ✓ invisibilidade religiões afro-brasileiras e do espiritismo;
- ✓ demais religiões: destaque ao islamismo (muito em função da questão da política mundial – pauta dos Estados Unidos); destaque a personalidades – Dalai Lama é grande nome;
- ✓ conteúdos menos superficiais: cadernos de cultura, artigos e editoriais.

Levantamento específico no jornal *Folha de São Paulo* gerou um “clipping” de todas as notícias e artigos analíticos sobre religião ou que tratam de religião como destaque, no período janeiro a outubro de 2009. Indicativos que corroboram as afirmações acima:

- ✓ Predomínio cristão = 72%
- ✓ Pautas fixas: viagens e pronunciamentos do Papa, festas religiosas (Semana Santa, Dia 12 de Outubro). Importante: festas cristãs tradicionais como a Páscoa e o Natal são relacionadas quase que exclusivamente ao Catolicismo Romano;
- ✓ Outras pautas (notícias e análises predominantes)
 - Acordo Brasil-Santa Sé – abordagem do Catolicismo Romano;
 - Escândalos (quando aparecem com mais destaque os evangélicos):
 - Queda do teto do templo da Igreja Renascer
 - Denúncias do Ministério Público contra Igreja Universal mais embate Rede Globo vs. Universal
 - Caso da menina de nove anos estuprada e grávida em Pernambuco – aborto realizado com base na lei e excomunhão do médico e da mãe da menina pela Igreja Católica Romana
 - Presidente Fernando Lugo e geração de filhos no passado quando bispo.
 - Assuntos gerais envolvendo religião (intolerância, leis gerais, ano da astronomia, 200 anos Darwin) – aqui predominam as análises mais densas.

Em 2009, a Cátedra UNESCO-Methodista de Comunicação e Desenvolvimento Desenvolvimento Regional realizou 4ª edição da Eclesiocom - Conferência Brasileira



de Comunicação Eclesial 2009, com o tema a “Igrejas na Imprensa. O noticiário sobre religião em foco”.⁴ Nessa edição, a Ecclesiocom estudou como tem sido o tratamento da grande imprensa ao fenômeno da religião no Brasil. O painel que tratou dessa temática central, contou com a presença de três importantes nomes da área, o Dr. Fernando Altemeyer, da PUC-SP; o Dr. Leonildo Silveira Campos, da Metodista; e o jornalista Roldão Arruda, do jornal *O Estado de São Paulo*. Altemeyer criticou que jornais de alta circulação tenham retirado a religião de seu universo primordial e até mesmo secundário de notícias. A avaliação do estudioso, tudo o que se lê são escândalos. “A própria Marcha pra Jesus [promovida pela Igreja Renascer em Cristo], que reúne milhares de pessoas, ganha notas nos rodapés dos jornais. Não há relevância desses acontecimentos, no máximo matérias sobre Natal e Páscoa”.

O jornalista Roldão Arruda, que cobriu a área de Religião por mais de dez anos para *O Estadão*, seguiu por esta mesma linha. Segundo ele, é muito grande a desinformação religiosa na sociedade e falta jornalismo especializado no tema. “Há muita dificuldade em emplacar pautas religiosas, a não ser escândalos e pedofilia. Isso porque a Religião tem um poder imenso na nossa sociedade”. Ele ainda afirmou que os jornalistas devem se atentar a pequenos detalhes, pois isso pode fazer a diferença nas redações: “muitas vezes, o importante não está na primeira página. É preciso ler notícias menores, ligar um fato a outro, fazer uma leitura mais detalhada dos jornais, ir além da imagem inicial”.

Já o professor Leonildo Silveira Campos apresentou um vasto material sobre o Pentecostalismo na mídia, como ela trata o assunto e como seus seguidores reagem às matérias. “O Pentecostalismo nasceu em 1906, nos Estados Unidos, já sob o ataque da mídia, com charges ridicularizando, passando a imagem de algo excêntrico”. Ele também apresentou diversas reportagens de veículos nacionais, sempre com abordagens negativas. “A mídia tira um bom proveito disso, mas ela se esquece de que também faz

⁴ A Ecclesiocom, cuja primeira edição aconteceu em 2007, tem por objetivos: (1) Consolidar o campo acadêmico de pesquisa, de natureza transdisciplinar, sobre as interfaces entre Comunicação e Religião; (2) Apresentar pesquisas, estudos e relatos de práticas, concluídos ou em desenvolvimento; (3) Ampliar o contato entre pesquisadores de diversas áreas sobre a relação entre Comunicação e Religião, em especial no cenário brasileiro contemporâneo; (4) Estimular novos pesquisadores (graduação e de pós-graduação) para a apresentação de trabalhos e relatos de pesquisa. O público-alvo são professores, pesquisadores e estudantes das áreas de Comunicação Social, Ciências Humanas (História, Ciências Sociais, Antropologia), Ciências da Religião, Teologia, tanto da Graduação quanto da Pós-Graduação, que estudem o fenômeno religioso e a relação com a Comunicação — seja utilizando metodologias de um campo específico, ou de maneira transdisciplinar; também religiosos e participantes de movimentos eclesiais e para-eclesiais interessados no debate e na discussão dos conceitos e práticas do fenômeno religioso — sob enfoque acadêmico — na realidade brasileira contemporânea.



parte desse cenário. Fica a pergunta: até que ponto os jornalistas estão a par do mundo protestante e pentecostal?”.⁵

Esta questão apresentada por Campos revela-se fundamental no desenvolvimento da temática privilegiada nesta pesquisa, pois mais do que responsabilizar jornalistas a partir do conhecimento acumulado ou não sobre o tema da religião, sua pluralidade e ramificações, é preciso levar em conta outros elementos que configuram a elaboração do noticiário. Em primeiro lugar, a compreensão de que a notícia é construída e que neste processo de construção que, parte de fatos, há interpretações e ênfases que decorrem da ação do jornalista seja na editoração seja na qualidade de repórter. Aqui é preciso considerar os contextos socio-históricos bem como o imaginário coletivo construído em torno da religião, particularmente do Cristianismo, que formam o jornalista como pessoa e como profissional. Caminhando mais profundamente, é preciso considerar o processo de construção da realidade social, das religiões e da própria mídia como elemento conformador ação jornalística, sem deixar de levar em conta que o imaginário social dá sentido a essas construções.

3. Construção da realidade, imaginário, linguagem: referências teóricas fundamentais neste estudo

Para testar a hipótese e alcançar os objetivos traçados, a pesquisa toma por base dois blocos de referências teóricas: um que situa a abordagem da mídia sobre a religião e outro sobre a construção da notícia, levando-se em conta a linguagem configurada pelo imaginário, a cultura e a ideologia.

Em relação ao primeiro bloco, não há livros publicados especificamente sobre o tema em português. Em oposição, em outros países, é farta a literatura e há interesse em pesquisa da temática e em articulação para formação profissional de jornalistas para a cobertura de temas relacionados à religião. Há ainda cátedras e centros de ensino e pesquisa sobre mídia e religião presentes em várias universidades.⁶ Dentre as obras

⁵ Os conteúdos da Eclesiocom representam importante contribuição para esta pesquisa e podem ser acessados no website <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/ECLESIACOM>.

⁶ Nos Estados Unidos, por exemplo, a Religion Newswriters Association [Associação de Redatores de Notícias de Religião] oferece cursos e materiais, como manuais, para capacitar para a cobertura de noticiário religioso e mantém o website [Religionwriters.com](http://www.religionwriters.com) [<http://www.religionwriters.com>] a partir da chamada “Recursos, ferramentas e treinamento para escrever sobre religião”. Também nesse País, a Society of Professional Journalists [Sociedade de Jornalistas Profissionais] oferece orientações para uma postura profissional diante da temática [<http://www.spj.org/divguidelines.asp>]. Há Centros de Mídia e Religião em diversas universidades com pesquisas na área e oferecimento de cursos nas escolas de jornalismo, como, por exemplo, o Center for Media, Religion and Culture, da University of Colorado (www.colorado.edu/journalism/cmrc), a *Cátedra em Media and Religion da University of South Caroline* (www.uscmidiareligion.org), o *Projeto em Mídia e Religião* do Research Centre for



publicadas no exterior, cujo referencial teórico deve subsidiar a pesquisa estão: BUDDENBAUM; MASON (Ed.), 2000; SILK, 1995; MEYER; MOORS (ed.), 2006; BADARACCO (ed.), 2005; HOOVER; CLARK (ed.), 2002; HOOVER, 2006.

Dentre as poucas pesquisas desenvolvidas no Brasil relacionadas à temática pretendida, e que podem referenciar teoricamente a pesquisa, destacam-se no campo da Comunicação: LACERDA, 2007; OLIVEIRA, 2008. No campo das Ciências da Religião está: AGUIAR, 2007.

O segundo bloco de referenciais teóricos diz respeito à relação da construção da notícia com a compreensão da realidade social, sendo esta algo que não é objetivamente dado ao que os sujeitos se enquadram, mas, ao contrário, é construída a partir de ações intersubjetivas. Portanto, a realidade é produto da interpretação, da internalização e da reelaboração dos seus agentes, que a definem histórica e culturalmente. A clássica contribuição de Berger e Luckmann (1985) será fundamental neste estudo.

No entanto, no campo da comunicação, é preciso ir além, pois nesta construção social reside a linguagem – como expressão da realidade, ela mesma é parte do processo de construção social. Elementos-base da análise do discurso são fundamentais aqui, como trata Adam Schaff: a palavra não se origina em si mesma e não se desenvolve de maneira natural, “sem a ingerência do processo social da educação”. Isto significa que o indivíduo, ao nascer, já recebe, no aprendizado da linguagem, os conceitos construídos em sociedade e a partir deles elabora as palavras e, por sua vez, os discursos. “Cada língua contém em si ‘uma visão de mundo’ definida, um esquema ou um estereótipo determinado da intuição do mundo das coisas. (...) A linguagem influencia o nosso modo de percepção da realidade. (...) [Ela], que é um reflexo específico da realidade, é também, em certo sentido, a criadora da nossa imagem do mundo” (SCHAFF, 1974, p. 254)

Significa que, ao produzir uma notícia, um jornalista traz consigo sua visão de mundo, resultantes dos conceitos construídos em sociedade e com os quais interagiu (na família, na escola, nos círculos de convivência). Estes conceitos construídos em sociedade são formados pelo imaginário individual e coletivo. Nesta pesquisa, a abordagem de “imaginário” toma por base as reflexões de Cornelius Castoriadis que explica que o imaginário é “criação incessante e essencialmente indeterminada (social-histórica e

Religion and Society da University of Amsterdam, The International Study Commission on Media, Religion & Culture (<http://www.iscmrc.org>). No Brasil, a lacuna acadêmica e no próprio jornalismo em relação ao tema, pode ser explicada pela construção positivista que marca a formação da academia brasileira, como já mencionado acima, e também do jornalismo do País. Sobre este aspecto no jornalismo, ver MEDINA, 2008.



psíquica) de figuras/formas/imagens, a partir das quais somente é possível falar-se de ‘alguma coisa’. Aquilo que denominamos realidade e racionalidades são seus produtos” (1995, p. 13). Desta forma, a realidade é composta por um tecido complexo de significações que impregnam, orientam e dirigem toda a vida do grupo social e todos os indivíduos que o constituem. Este tecido é o *magma das significações imaginárias sociais*, que se encarnam no grupo social e o animam. Essas significações são imaginárias porque não correspondem nem se esgotam em elementos “racionais” ou “reais” e porque são introduzidas por uma criação. São sociais porque somente existem enquanto são instituídas e compartilhadas por um coletivo anônimo e impessoal.

Ao construir uma notícia, o jornalista traz consigo um imaginário em torno da questão que a motiva, do fato que a provoca, do tema que a remete (cf. LUHMANN, 2005 e CHARAUDEAU, 2007). Sobre a construção da realidade sob a ótica da religião e a compreensão da construção imaginária e cultural da religião no Brasil são tomadas por base as contribuições de Pierucci e Prandi (1986) e de Bittencourt Filho (2003).

4. Desafios metodológicos e os próximos passos

A ausência de bibliografia específica em português sobre a temática a ser pesquisada (religião no noticiário da grande imprensa), levando em conta o contexto brasileiro, tanto na forma de livros quanto na forma da divulgação de resultados de pesquisa, representa o maior desafio científico para se atingir os objetivos. Este desafio está diretamente relacionado a outro, de fundo, de maiores proporções: o “bloqueio” positivista ainda presente nos estudos de jornalismo e no próprio campo de produção do noticiário. Isto significa que esta pesquisa precisou lançar mão de suporte bibliográfico advindo de outro contexto sociopolítico, cultural e religioso, já que é farta a produção externa ao Brasil, especialmente a dos Estados Unidos, e desenvolver as analogias e contextualizações necessárias e apropriadas e coerentes com os objetivos e a problemática que os estimula.

O referencial teórico com enfoque nos processos comunicacionais, em diálogo com as teorias do imaginário social relacionadas ao lugar da mídia na reprodução e na recriação do imaginário coletivo, é suporte fundamental para essa contextualização demandada.

Esse referencial embasa a opção metodológica a ser aplicada na análise do corpus selecionado na investigação, que é a análise de discurso a partir do estudo dos sentidos que permeiam o texto jornalístico. Um dos princípios da análise de discurso é a



compreensão de que um texto é resultado de uma conjugação de elementos que vêm de fora dele: da sociedade, da cultura, da ideologia, do imaginário. É a exterioridade que não só “influencia” a redação do texto mas faz parte dele, o constitui. Para isso é preciso que o pesquisador realize uma trajetória que o leve da superfície do texto ao processo que o constitui, ou à formação discursiva, a qual alguns teóricos relacionarão à “formação ideológica”. Nesta pesquisa, a opção é trafegar pelos caminhos da construção imaginária, esta anterior às ideologias, e constitutiva delas. Desta forma, ao aplicar elementos da análise de discurso com a análise dos sentidos presentes no noticiário sobre religião, faz-se necessário investigar as bases da matriz religiosa brasileira que forma o imaginário religioso coletivo e a partir delas compreender como se determinam as formações discursivas que se possam identificar nas matérias selecionadas (cf. ORLANDI, 2001; LAGO; BENNETTI, 2007, p. 107-122). A riqueza do método da análise de discurso está justamente neste diálogo entre os conceitos-chaves do discurso e o campo teórico que contribui na compreensão da constituição dos sentidos.

O corpus de análise tem por base os seguintes critérios seletivos:

- a) os anos de 2006 a 2009: período em que ocorreram episódios relevantes para o campo das igrejas cristãs no Brasil: (1) em 2006, a realização da 9ª Assembléia do Conselho Mundial de Igrejas em Porto Alegre e as eleições para Presidente da República; (2) em 2007 a realização da Assembléia do Conselho Episcopal Latino-Americano (CELAM) da Igreja Católica Romana, em Aparecida/SP, que resultou na primeira visita do Papa Bento XVI ao Brasil; também, a prisão do casal de líderes da Igreja Renascer em Cristo, Estevam e Sonia Ernandes no aeroporto de Miami/EUA, por ter entrado naquele país com US\$ 56,4 mil não declarados; (3) em 2008, as eleições para Prefeituras; (4) em 2009, os escândalos envolvendo o bispo Edir Macedo, a assinatura do acordo Brasil-Santa Sé e o lançamento, no “apagar do ano”, do Plano Nacional de Direitos Humanos-3, com referências à liberdade religiosa e a temas controversos para as igrejas cristãs como a homossexualidade e o aborto.
- b) dois dos veículos da imprensa de maior expressão na grande mídia brasileira, o jornal diário *Folha de São Paulo* e a revista semanal *Veja*.



Está em processo a construção de um clipping das matérias noticiosas produzidas nestes veículos no período indicado, que têm relação com os temas destacados. São descartados os artigos analíticos e os editoriais.

Para lançar mão de elementos da análise de discurso como método de trabalho, a pesquisa parte dos textos produzidos para o noticiário para analisar o que lhes é anterior e exterior. Por isso os estudos em ciências da religião e aqueles em torno do imaginário religioso serão fundamentais para compreensão da formação ideológica/imaginária dessas formações discursivas.

As perguntas orientadoras da análise são “qual é o sentido religioso que está presente na notícia em questão? O que está dito e o que não está dito sobre as igrejas cristãs na notícia analisada?” Ou seja, ao mapear os sentidos presentes no discurso do noticiário sobre religião, são identificados os sentidos que, ainda que significativos, estão silenciados, isto é, estão fora daquele espaço discursivo. Por isso uma amostragem considerável de textos faz parte do corpus para ser representativa do funcionamento de um tipo de discurso. Nesse sentido, a busca é compreender de forma mais exaustiva os mecanismos de construção do discurso jornalístico com respeito às igrejas cristãs.

O pleno alcance dos objetivos e das etapas previstas para este projeto contribuirá no alargamento do campo de estudos que interrelaciona Estudos Culturais-Mídia-Religião, oferecendo, em especial, conteúdo novo para pesquisadores e estudantes interessados na temática. Contribuirá também com estudantes de jornalismo, jornalistas e outros profissionais de mídia na ampliação de suas perspectivas sobre o tema, estimulando a produção de matérias que escapem das armadilhas criadas por estereótipos, pelo senso comum e pelo imaginário coletivo.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- AGUIAR, Helvânia Ferreira. *Deuses superinteressantes: a religião na perspectiva da Revista Superinteressante - edições de 2000 a 2002*. (Dissertação). São Paulo: PUC, Mestrado em Ciências da Religião, 2007. Disponível em http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2939. Acesso em 25 mar 2010.
- BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e linguagem*. Discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.



- BADARACCO, Claire H. (Ed.) *Quoting God. How media shape ideas about religion and culture.* Waco: Baylor University Press, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem.* 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- BAKHTIN, Mikhail. *The dialogic imagination.* Austin: The University of Texas Press, 1981.
- BERGER, Peter, LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade.* Petrópolis: Vozes, 1985.
- BITTENCOURT FILHO, José. *Matriz religiosa brasileira.* Religiosidade e mudança social. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes/Koinonia, 2003.
- BRANDÃO, Helena N. *Introdução à Análise do Discurso.* 5. ed. Campinas: Unicamp, 1996.
- BUDDENBAUM, Judith M., Mason, Debra L. (Ed.). *Readings on Religion as News.* Ames: Iowa State University Press, 2000
- CAMARGO, Cândido Procópio Ferreira de. *Católicos, Protestantes e Espíritas.* Petrópolis: Vozes, 1973.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade.* 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- CASTORIADIS, Cornelius. *As encruzilhadas do labirinto.* v.III: O mundo fragmentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- CASTORIADIS, Cornelius. *As encruzilhadas do labirinto.* v. I. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- CASTORIADIS, Cornelius. *As encruzilhadas do labirinto.* v.II: Os Domínios do homem. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias.* São Paulo: Contexto, 2007.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão.* São Paulo: Ática, 1985.
- CUNHA, Magali do Nascimento. “Igrejas e universidades: uma aliança necessária”. In: MELO, José Marques de, GOBBI, Maria Cristina, ENDO, Ana Cláudia Braun (org.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo.* São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007. p. 197-213.
- HERNANDES, Nilton. *A mídia e seus truques.* O que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.
- HOOVER, Stewart M. *Religion in the media age.* Abingdon/New York: Routledge, 2006.
- HOOVER, Stewart M, Clark, Lynn Schofield (Ed.). *Practicing religion in the age of the media.* Explorations in media, religion and culture. New York: Columbia university Press, 2002.
- LACERDA, Eliane Muniz. *O jornalismo nos limites da liberdade: um estudo da cobertura da imprensa sobre os casos dos religiosos acusados de praticar atividades subversivas durante o regime militar.* (Dissertação). Brasília: Universidade de Brasília, Mestrado em Comunicação, 2007. Disponível em



http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/2421/1/2007_ElianeMunizLacerda.pdf.
Acesso em 25 mar 2010.

- LAGO, Claudia, BENETTI, Márcia. *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007. Coleção Fazer Jornalístico.
- LIBÂNIO, João Batista. *A religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paul: Paulus, 2005.
- MARTINHO, Luís Mauro Sá. *Mídia e Poder Simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- MEDINA, Cremilda. *Ciência e Jornalismo – Da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus, 2008.
- MENDONÇA, Antônio Gouveia. *Protestantes, Pentecostais & Ecumênicos*. O campo religioso e seus personagens. São Bernardo do Campo: Umesp, 1997.
- MEYER, Brigit, Moors, Annelies (Ed.). *Religion, Media and the public sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2006.
- MORAIS, Denis. *O imaginário vigiado*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.
- OLIVEIRA, José Aparecido. *Zeus versus Prometeu: O embate discursivo nos artigos opinativos favoráveis e contrários à pesquisa com células-tronco embrionárias*. (Dissertação). São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, Mestrado em Comunicação Social, 2008. Disponível em http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1246. Acesso em 25 mar 2010.
- ORLANDI, Eni. *Análise de discurso: princípios e fundamentos*. 3 ed. Campinas: Pontes, 2001.
- PIERUCCI, Antônio Flávio, PRANDI, Reginaldo. *A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política*. São Paulo: Hucitec, 1986.
- RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro. A formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SCHAFF, Adam. *Linguagem e conhecimento*. Coimbra: Almedina, 1974.
- SILK, Mark. *Unsecular Media. Making News of Religion in America*. Chicago: University of Illinois Press, 1995.
- TRIVINHO, Eugênio, LOPES, Dirceu Fernandes (Organizadores). *Sociedade Mediática. Significação, mediações e exclusão*. Santos: Leopoldianum, 2000.
- VOVELLE, Michel. *Ideologias e Mentalidades*. São Paulo: Brasiliense, 1991.