



A Transmídiação e as Produções Católicas: Uma análise Exploratória das Produtoras de conteúdos neopentecostais ¹

Virgínia D. FERREIRA ²

Ricardo FERNANDES³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA.

Resumo

A produção de conteúdos religiosos vem se tornando cada vez mais elaborada, sobretudo por parte do movimento neopentecostal. Tais produtos se firmam em emissoras televisivas com o objetivo de manter-se financeiramente e conquistar novos fieis consumidores. Afinadas com as mudanças mercadológicas, no qual as emissoras tendem a investir na difusão de conteúdos associados e dispersos em outras mídias, as produções religiosas não são exceções. Deste modo, o presente artigo pretende problematizar se as produções neopentecostais atuais podem ser qualificadas como parte de uma transmídiação oriunda de suas emissoras televisivas. Para isso, propomos uma pesquisa exploratória a partir dos limites do conceito desenvolvido por Fechine (2011,2012,2013).

Palavras-chave: transmídiação; televisão; neopentecostalismo.

Introdução

As produções televisivas das emissoras de inspiração católicas nascidas do movimento carismático e consideradas pelos sociólogos como a versão católica do neopentecostalismo protestante trata-se do objeto de pesquisa do presente trabalho. O neopentecostalismo, terceira fase do Protestantismo no Brasil, vem trabalhando em uma penetração cada vez mais incisiva no campo midiático através do uso de elementos de apelo

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Especializanda em Marketing e Mídias Digitais pela Estácio (RJ), radialista graduada pela Universidade Federal do Maranhão e membro do Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência, G-PEAC, do Núcleo de Estudos em Estratégias da Comunicação, Universidade Federal do Maranhão (UFMA), e-mail: virginiaradialista@gmail.com.

³ Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco. Membro integrante do Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência (G-PEAC), do Núcleo de Estudos em Estratégias de Comunicação, Universidade Federal do Maranhão (UFMA) , email: fernandesricardo86@gmail.com.

mercadológico, como o marketing, e de produções dispersas em mídias como a internet. A adoção destas estratégias por parte dos produtores neopentecostais são vistas não apenas como elemento decisivo na captação de recursos financeiros para as Igrejas, mas, também, como ferramentas propagadoras da fé.

Considerando o cenário mais geral das mídias, onde conglomerados de comunicação passam a investir em uma nova forma de produção associada entre mídias, surge o conceito de transmídiação. A partir da necessidade de um *corpus* mais preciso para avaliar o que é transmídia. Transmídia nasce no mundo do entretenimento, onde produções ligadas a ficção são sistematicamente dispersas por múltiplos canais de distribuição para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento, tendo como manifestação mais conhecida a narrativa transmídia (JENKINS, 2008). Fachine e Figueirôa (2011, p26) constata que narrativa transmídia corresponde a apenas uma das manifestações de transmídia. O que a leva a constatar uma série de estratégias e práticas capazes de orientar o fluxo de consumo entre mídias, culminando, portanto, na tessitura do conceito de transmídiação. Esta nova modalidade de produção da contemporaneidade, corresponde a maneira dos conglomerados de comunicação funda na *“reiteração, pervasividade e distribuição em distintas plataformas tecnológicas (TV, cinema, internet, celular, etc.) de conteúdos associados cuja articulação está ancorada na cultura participativa estimulada pelos meios digitais”*.

É com base na ideia de transmídiação que propomos uma pesquisa exploratória em meio as produções católicas no Brasil. A partir deste corpus, recorta-se como universo de análise as produções neopentecostais de forma a compreender como a produção dessa corrente do catolicismo produz no cenário da convergência midiática.

OS LIMITES DA TRANSMIDIAÇÃO

De modo geral, Fachine (2013) acredita que a revolução na forma do consumidor se relacionar com a mídias deve ser pensada a partir de pelo menos dois vetores. O primeiro deles, a oferta por demanda ao possibilitar que o mesmo possa escolher não somente a hora

que deseja consumir os conteúdos, como a plataforma de consumo. Hoje, é possível, por exemplo, assistir TV, por exemplo, no celular enquanto espera o ônibus ou mesmo na tela de um computador. A interatividade, segundo vetor, promove experiências onde o consumidor interage com os programas ou programação, ao indicar preferências, acessar produções associadas, informações adicionais ou até mesmo produzir a partir dos conteúdos. Neste último vetor é onde se localizam as mais interessantes experiências televisivas. Considerando que as produções oriundas por parte dos consumidores circulam no mesmo espaço onde se encontram as produções midiáticas, a cultura participativa, um complexo cenário de conteúdos se revela. O que dificulta, por exemplo, a distinção dos conteúdos e, conseqüentemente, abordagens mais precisas de pesquisa.

A busca por um objeto de observação específico é o que motiva (FECHINE, FIGUEIRÔA & CIRNE, 2011) a assumir a imprecisão do termo transmídia. As descrições das manifestações do fenômeno nas pesquisas, sobretudo narrativa transmídia (JENKINS, 2008), os conduzem a considerar transmídia como um conjunto de expressões articuladas entre mídias e plataformas desenvolvidas por um destinador\produtor⁴. Narrativa transmídia, portanto, configura apenas uma das manifestações de todo um movimento por parte das indústrias midiáticas em promover a migração ou associação de mídias e plataformas. Ou seja, transmidiação (FECHINE, 2013, 2014). No instante em que essas expressões articuladas são desenvolvidas pelas indústrias midiáticas considera-se, por consequência, sua promoção como uma estratégia.

as estratégias transmídias são oriundas necessariamente de uma instância produtora que, na maioria dos projetos bem sucedidos, corresponde a uma empresa, corporação, conglomerado de mídia. No caso específico da televisão brasileira, essa instância produtora pode ser identificada com organizações de comunicação que detêm a concessão de emissoras de TV, mas também atuam com rádio, jornais e internet, como é o caso da Globo. Desde 2010, a Rede Globo investe sistemática e assumidamente em ações transmídias [...] (FECHINE, 2014, p.2).

⁴ De acordo com Fechine, Figuerôa, e Cirne (2011) destinador\produtor trata-se de todo aquele que concebe, desenvolve, e detém o domínio sobre o conteúdo televisivo. Este pode ser um produtor independente, um consumidor, mas em geral, trata-se das indústrias midiáticas.

A atuação dessas estratégias tem uma finalidade: conduzir a intervenção criativa dos consumidores sobre ou a partir dos conteúdos televisivos para os espaços oficiais oferecidos em outros meios⁵. Mas por que nos espaços oficiais? Porque nestes espaços essas intervenções, que se manifestam em conteúdos nas mais diversas ordens, são submetidas a regras e orientações ditadas pela instância produtora dos conteúdos televisivos. Desta forma, autorizam-se os *memes*⁶, as opiniões, piadas, jogos, conversações, ou qualquer outro conteúdo feito pelo consumidor, mas sob um monitoramento capaz de assegurar o alinhamento destas participações com os objetivos dos produtores em seus conteúdos televisivos⁷.

Com base no rigor conceitual apresentado questionar se as produções religiosas neopentecostais adotam a transmídiação como modelo de produção ganha um direcionamento. Direção esta capaz de sustentar a observação exploratória aqui proposta. Desta forma, utilizaremos os limites impostos pelo conceito de Fechine (2011,2012,2013) como categorias de análise para avaliar a possibilidade das emissoras neopentecostais adotam estratégias transmídias na cadeia produtiva.

A PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS CATÓLICO NAS MÍDIAS

Da comunicação oral, passando pela comunicação iconográfica, escrita em rolo, imprensa até as mais modernas técnicas e tecnologias relacionadas à Comunicação Social, a Igreja Católica sempre se apoderou dos meios de comunicação social para propagação da fé. Contudo, a apropriação de maneira planejada e expressa pelas autoridades eclesiais é uma iniciativa relativamente recente para a Igreja. Mais especificamente datada de 1964,

⁵ A oferta de conteúdos em outros meios pode se dar na TV fechada, cinema, rádio, ou jornal. De modo geral são ofertados em seus sites ou perfis nas mídias digitais. É importante frisar que todos os meios avaliados em projetos transmídias são oriundos de um mesmo conglomerado de comunicação que investe em vários ramos midiáticos.

⁶ Produção de imagens com frases de efeitos que são apreendidas facilmente. Os memes são unidade autônoma que são propagadas nas mídias digitais.

⁷ Por outro lado, não se pode negar a existência destas mesmas intervenções em outros espaços. Neste caso, Fechine (2014, p.14) considera-os como conteúdos não autorizados, e para fins de análise, não podem ser “pensados a rigor como constituintes do texto transmídia”. Independente de reforçarem positivamente ou negativamente tais intervenções são entendidas como parte das manifestações possíveis no cenário da cultura participativa.

com o Concílio⁸ Vaticano II, vigésimo primeiro Concílio da Igreja Católica e o primeiro em que a Igreja coloca em pauta assuntos que dizem respeito à fé como prática social. Um Concílio onde não se tratou essencialmente sobre assuntos ligados a doutrina, mas a inserção da Igreja na sociedade moderna e onde, pela primeira vez também na história, um Concílio trata sobre Comunicação, aprovando o Documento Inter Mirífica (IM).

“Entre as maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abriram novos caminhos para comunicar facilmente notícias, ideias e ordens. Entre estes meios, salientam-se aqueles que, por sua natureza, podem atingir e mover não só cada um dos homens mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros que, por isso mesmo, podem chamar-se, com toda a razão meios de comunicação social” (IM 1)

Antes do Concílio a Igreja já se utilizava das mídias para a evangelização, de forma não articulada e com o Concílio encontram pela boca de um pontífice, a orientação para se apropriarem das mídias.

Em 1948⁹ já acontecia um princípio de organização, em termos de Comunicação, que tem como marco o Concílio. No Brasil, a utilização das mídias iniciou também como na história dos veículos de comunicação: imprensa, rádio e TV e hoje, estão popularizadas nas mídias digitais e seus produtos derivados.

Nesse trabalho, entendemos mídia a partir de Carlón (2008), amparado na semiótica, enquanto articulação de um suporte tecnológico aliado a uma prática social. Compreendendo o suporte, televisor ou computador, como uma plataforma, que interfere na forma de produção, que é a indústria, na linguagem e na forma de consumir, ou seja, a prática social. Partindo desse princípio, analisaremos as emissoras católicas neopentecostais

⁸ Concílio é uma reunião de autoridades eclesiásticas, bispos, presidida pelo Papa, para deliberar sobre questões de fé, costumes, doutrina ou disciplina eclesiástica./ “O colégio dos bispos exerce de modo solene o poder sobre toda a Igreja no concílio ecumênico.”, trecho do Catecismo da Igreja Católica, Primeira parte, segunda seção, capítulo III, artigo 9, parágrafo 4, nº 884. As decisões de um Concílio são soberanas para todos os fiéis da Igreja Romana.

⁹ Em 1948, com a Carta Prot 153.561, o Vaticano institui a “Pontifícia Comissão de Consultoria e de revisão Eclesiástica dos filmes com valores religiosos ou morais”, primeira iniciativa institucional em organizar a Comunicação vaticana.

e sua produção de conteúdo, mapeando esse cenário, de modo a identificar se existe ou não conteúdos associados em mais de uma mídia.

QUADRO DE EMISSORAS CATÓLICAS E MÍDIAS ASSOCIADAS							
Nº	Emissora TV	Ano fundação	Rádio	Jornal impresso	Redes Sociais	Revista	Livros
1	Rede Século 21	1999	-----	-----	Twitter Facebook	Brasil Cristão	-----
2	Rede Vida	1995	-----	-----	Facebook Twitter Google+ Instagram	-----	-----
3	Canção Nova	1989	AM e FM	-----	Facebook Twitter Google+ Instagram	Revista Canção Nova	Editora Canção Nova
4	TV Horizonte	1998	-----	-----	Twitter Facebook Youtube	-----	-----
5	Rede Evangelizar	2005	-----	Jornal do Evangelizador	Twitter Facebook Youtube		
6	Fundação Nazaré de Comunicação	2002	Rádio Nazaré 91,3Mhz	Voz de Nazaré	Flickr Youtube Twitter Facebook	-----	-----
7	TV 3º Milênio (webtv)	1988	-----	-----	-----	-----	-----
8	Aparecida	2004	Rádio Aparecida	-----	Facebook Twitter Google + Youtube		Editora Santuário
9	TV Imaculada				Facebook		

Entre as as emissoras católicas do país, duas são de inspiração carismáticas (neopentecostais): TV Canção Nova (SP) e TV Século 21 (SP), sendo portanto as emissoras pelas quais dedicaremos nossa atenção.

A TV Canção Nova, Cachoeira Paulista (SP), foi uma das primeiras emissoras católicas do Brasil, iniciando em 1989. Tem como diferencial não trabalhar com venda de inserções comerciais, mantendo-se unicamente do engajamento dos “sócios-benfeitores”, que contribuem com doações financeiras. Em 1997, a TV Canção Nova passa a ser uma

Rede, passando a transmitir sua programação por meio de repetidoras. Atualmente, possui duas geradoras, em Aracajú (SE) e Cachoeira Paulista (SP), quatro geradoras afiliadas, em Curitiba (PR), Belo Horizonte (MG), Florianópolis (SC) e Brasília (DF) e 350 retransmissoras. Além da transmissão TV por parabólica, TV por assinatura e operadoras de TV a cabo, tendo a programação transmitida também, via *streaming*, pelo portal Canção Nova. Além da transmissão via TV, existe também a produção específica da antiga webtvcancaonova, hoje playcancaonova, com produções dedicadas a rede de internautas.

A TV Século 21, Valinhos (SP), iniciou em 1999, vinda de experiências com programas de TV católicos, em sinais abertos, transmitidos pela Rede Vida de Televisão. Possuem expansão internacional e já tiveram seus conteúdos dublados para Rússia, África, aldeias indígenas da América Central, Europa, EUA e América do Sul, tendo sido a primeira emissora de TV Católica a investir em teledramaturgia, com a série Paulo Apóstolo.

Com missão fronteiriças, tanto a Canção Nova quanto a Século 21, têm investido no mercado de produção audiovisual e possuem características propícias para o investimento em transmídiação.

EXPLORANDO AS PRODUÇÕES TELEVISIVAS NEOPENTECOSTAIS A PARTIR DA TRANSMÍDIAÇÃO.

Considerando que transmídiação consiste no movimento por parte das indústrias midiáticas em reiteirar ou associar seus conteúdos em distintas mídias\plataformas, torna-se necessária atestarmos se os conteúdos televisivos na grade de programação das emissoras neopentecostais ofertam seu consumo nas mídias digitais e\ou propõe algum tipo de interatividade entre a TV e as mídias digitais, por exemplo.

A observação dos conteúdos neopentecostais das TVs Canção Nova e TV Século 21 existe uma tentativa de produção associada entre mídias.

GRADE DE PROGRAMAÇÃO TV SÉCULO 21

Nº	Educativo	Entretenimento	Espiritualidade	Jornalismo
1	Dica 21	Arena do Som	Anunciamos Jesus	Ação Nacional
2	IN-dependente	Nos Bastidores do	Brasil Cristão	Hora do Jogo

		Troféu		
3	Oriente-se	Mulher.com	Caminhos da Fé	Momento Brasil
4	Sobriedade Sim	Point 21	Deus nos Fala	Século 21 Esporte
5	Vida & Saúde		Diário de Oração	Século News
6			Ecclesia	
7			Há Poder de Deus	
8			Igreja Militante	
9			Igreja Presente	
10			Louvemos o Senhor	
11			Madrugada da Bênção	
12			Meu Senhor e Meu Deus	
13			Missa da Saúde	
14			Missa das Famílias	
15			Missa das mãos ensanguentadas de Jesus	
16			Missa do Sagrado Coração de Jesus	
17			Noite Carismática	
18			Novena Perpétua das Mãos Ensanguentadas de Jesus	
19			Santa Missa	
20			Terço dos Homens	
21			Você Pode Ser Feliz	

GRADE DE PROGRAMAÇÃO TV CANÇÃO NOVA

Nº	Educativo	Entretenimento	Espiritualidade	Infanto juvenil	Jornalismo
1	Maranathá	Canção Nova Sertaneja	Flash do Dai-me almas	Bíblia para crianças	Terra Santa News
2	Mais Saúde	V ai na Fé	Em casa com a Sagrada Família	Bem da Hora	Transmissões externas
3	Santo do Dia	Take Musical	Alegrai-vos	Aventuras animadas	Repórter Canção Nova
4	Pergunte e responderemos	Mais Brasil	Discípulus	Cantinho da criança	Preservação Ambiental
5	Oitavo Dia	Porta a porta	Vigília		Parábolas de corações especiais
6	Especial Kids	Vitrine Canção Nova mix	Terço Mariano		Papo aberto
7	Escola da Fé	Canção Nova especiais	Terço da Misericórdia		História em oração
8	Desenvolvendo Talentos	Canção Nova hits	Revolução Jesus		Flash do jornalismo
9	Trocando ideias	Juntos somos +	Quinta-feira de		



			Adoração		
10	Conversando Direito com o cidadão	Intervenção	Projeto Daí-me Almas		
11	Caminhos de unidade		PHN		
12			Caminhos da Fé		
13			Palavras de Vida Eterna		
14			Ofício da Imaculada Conceição		
15			Gotas de esperança		
16			Buscai as coisas do alto		
17			A palavra de Deus		
18			Mãe Maria		
19			Memórias do Líbano		
20			Nossa missão é Evangelizar		
21			Mulheres de Fé		
22			Transmissão novena		
23			O Amor vencerá		
24			Meu dia com Nossa Senhora		
25			Kairós		
26			Igreja no Novo Milênio		
27			Igreja a Caminho		
28			Direção espiritual		
29			Santa Missa		
30			Sorrindo pra Vida		
31			Em Betânea		
32			Discípulos e missionários		
33			Celebrando Pentecostes		
34			Angelus com Papa Francisco		
35			Acampamento de Oração		
36			A voz do Bom Pastor		
37			Canção Nova em Família		

As TVs possuem programas nos gêneros jornalismo, entretenimento, espiritualidade, infante juvenil e educação. Desses gêneros, os que se destacam são os de espiritualidade, haja vista são os que possuem maior produção na emissora. Dentre estas, há formatos voltados para o público jovem, como o caso do programa Revolução Jesus, da TV Canção Nova. Esta, em geral, promove interatividade com seus consumidores ao promover diálogo nas mídias sociais.

O programa realiza anualmente a transmissão de uma Colônia de Férias, criada a partir do programa e como extensão do mesmo.

Pelo perfil do público, o programa acaba utilizando-se de outras mídias para sua realização, sobretudo as mídias digitais, com ênfase no twitter, @revolucaojesus, que possui mais de 90 mil seguidores e é a principal ferramenta utilizada de interação com o público, o que inclusive se repete em toda a programação da TV Canção Nova.

Durante o programa, os apresentadores lançam perguntas para os internautas e tags para interação, durante o programa. Elas irão pontuar as questões onde o público que segue na rede, interagem mais. E com isso, identificam que conteúdos possuem mais aceitação.

O mesmo se percebe nas produções da TV Século 21. Nela os programas não possuem redes sociais dedicadas, apenas a emissora. E seria necessário um tempo maior e pesquisa para se avaliar se há ou não tentativa de articulação ou mesmo transmidiação na produção de conteúdo da emissora.

Considerações finais

As emissoras de televisão de inspiração católicas neopentecostais, TV Canção Nova e TV Século 21, saíram à frente, nas décadas de 1980 e 1990, ocupando os espaços televisivos para expansão da fé, informação ao cidadão e entretenimento.

Como vimos no início desse artigo, das nove emissoras católicas, oito utilizam mídias digitais, entre elas, as TVs Século 21 e TV Canção Nova. Acompanhando o avanço das novas tecnologias de comunicação e a convergência tecnológica, consagrada pela cultura participativa, essas emissoras agregaram às suas produções conteúdos associados para outras mídias, sobretudo as digitais.

Dentre elas, a TV Canção Nova se destaca, não apenas por ser a primeira emissora a se destacar nacionalmente, mas, uma vez sendo a pioneira, é a de maior penetração no mercado e a que atualmente investe em um núcleo dedicado para estudar e aplicar essa articulação de conteúdos.

Vale dizer que em visita ao Sistema Canção Nova de Televisão, em janeiro de 2014, o diretor de programação da TV CN, informou que a emissora passava por um processo de transformação em sua programação, motivada sobretudo sobre os novos estudos relacionados a área de produção midiática, que envolve, sobretudo, a convergência das produções voltadas para a internet e as produções televisivas. Inclusive, toda a programação de webtv e radioweb, migrou para uma única plataforma virtual, agora denominada playcancaonova.

Essa mudança, segundo ele, iria afetar o sistema de produção de conteúdo e estava sendo comandada por uma equipe de pesquisadores em Comunicação Social e técnicos.

A pesquisa que apresentamos exige de um estudo mais aprofundado que escapa os limites do presente artigo. Consideramos este artigo como o início de uma pesquisa que pretende compor dados para a construção de um trabalho mais aprofundado.

Concluimos, por um lado, que as produções neopentecostais ensaiam de alguma maneira a transmediação na medida em que produzem peças associadas aos conteúdos televisivos em mídias como as digitais. Por outro lado, e aqui a pertinência de investigações mais profundas, há a necessidade de analisar cada um dos conteúdos televisivos e averiguar de que modo estes se relacionam com os seus respectivos conteúdos associados.

Referências

CARLÓN, Mario. Autopsia a la televisión. Dispositivo y lenguaje em el fin de uma era . In: El fin de los médios massivos. El comienzo del debate. Buenos Aires: La crujía, 2008. Disponível em:



<http://www.fba.unlp.edu.ar/medios/biblio/Carlón_el_fin_de_los_medios_masivos.pdf>.
Acesso: 25.mar. 2014.

FECHINE, Y. E FIGUEIRÔA, A. **Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira.** In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo. (org). Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FECHINE, Yvana. **Discussões, anotações e slides de aula (disciplinas tópicos avançados: televisão e digitalização, tópicos avançados: televisão e convergência).** Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2011, 2012, mimeo.

FECHINE, Yvana et al. **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo.** In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/>>.

FECHINE, Yvana. **Transmídiação e Cultura participativa: Pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras.** Anais do XXIII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém/PA, 2014a.

HEITOR, T. F. M. **Todo Dia: narrativa transmídia de conteúdo evangélico.** 2013.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil.** 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005. 241p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência,** Trad. S. Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.



Sites:

[www.http://www.asj.org.br/socios.asp](http://www.asj.org.br/socios.asp)

[www.http://rs21.com.br](http://rs21.com.br)

[www.http://redevida.com.br](http://redevida.com.br)

[www.http://cancaonova.com](http://cancaonova.com)

[www.http://tvhorizonte.com.br](http://tvhorizonte.com.br)

[www.http://padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar](http://padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar)

[www.http://fundacaonazare.com.br](http://fundacaonazare.com.br)

[www.http://tv3milenio.org.br](http://tv3milenio.org.br)

[www.http://a12.com/tv-aparecida](http://a12.com/tv-aparecida)

http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html