

## **Jornalismo colaborativo especializado em religião: uma análise sobre o trabalho de verificação de fatos do Coletivo Bereia<sup>1</sup>**

Bruno de Oliveira ROCHA<sup>2</sup>

Mônica Cristine FORT<sup>3</sup>

Centro Universitário Internacional (Uninter), Curitiba, PR

### **RESUMO**

A verificação de fatos se tornou uma prática jornalística especializada a partir do surgimento de agências de checagem. No Brasil, empresas de *fact-checking* se tornaram fundamentais na produção de verificações de conteúdo objetivas e sua classificação, por meio de etiquetas, facilitando assim o uso destas informações por buscadores na internet no enfrentamento à desinformação. No âmbito da religião, no entanto, não se encontram iniciativas além do Coletivo Bereia, organização jornalística especializada em verificação de conteúdos digitais religiosos ou propagados por líderes religiosos. O presente estudo apresenta, por meio de análise descritiva, o Coletivo Bereia sob o viés de jornalismo colaborativo, bem como traz uma revisão bibliográfica acerca das relações entre comunicação e religião.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo colaborativo; *fake news*; verificação de fatos; religião; comunicação.

### **O Coletivo Bereia**

Fundado em 2019 a partir de uma proposta do sociólogo e professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Alexandre Brasil Fonseca, e da pesquisadora e doutora em Ciências da Comunicação, Magali do Nascimento Cunha, o Coletivo Bereia surgiu como uma iniciativa de verificação de conteúdos digitais que circulavam em mídias digitais religiosas e/ou eram propagados por líderes religiosos (BEREIA, 2021). No mesmo ano, a iniciativa atraiu a participação de voluntários – professores, pesquisadores e acadêmicos da área da Comunicação Social. Os colaboradores de *fact-checking* que atuam no coletivo estão situados em várias regiões do Brasil, já que a organização não possui sede física e nem personalidade jurídica

1 Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Acadêmico do Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional (UNINTER), e-mail: brunocidadao@outlook.com.br.

3 Orientadora do estudo. Doutora em Engenharia de Produção com pesquisa em Mídia e Cotidiano. Professora do Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional (Uninter) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, e-mail: monicafort@gmail.com

---

registrada. A revisão e editoria das matérias do *site* é realizada pela cofundadora do Bereia, Magali do Nascimento Cunha, com a ajuda de uma pessoa assistente (PORTAL IMPRENSA, 2020).

Em 2020, o coletivo chegou ao ápice de seu reconhecimento no mês de setembro, quando passou a integrar a Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD) e fez parte da fase três do Projeto Comprova – iniciativa sem fins lucrativos que reúne jornalistas de vários veículos de comunicação tradicionais e contemporâneos para verificação de fatos (COMPROVA, 2021). Em 2021, segue realizando verificações e conta, segundo a página de equipe, com 22 colaboradores ativos e 10 ex-colaboradores. O *site* do Bereia contém quatro principais seções: “Checamos” (são verificações que apresentam o conteúdo etiquetado – verdadeiro, falso, enganoso, etc.), “Torre de Vigia” (são também verificações, porém focadas em declarações ou postagens de líderes religiosos em atividade política, por exemplo, a deputada federal Bia Kicis, ex-vice-líder do governo de Jair Messias Bolsonaro entre 2019 e 2020), “Indicamos” (são matérias de outras fontes reproduzidas no site do coletivo, a maioria verificações ou publicações institucionais) e “Areópago” (seção de opinião destinada a textos reflexivos sobre comunicação e religião) (BEREIA, 2021).

De acordo com levantamento feito apenas de verificações divulgadas no *site* do Coletivo Bereia, foram publicadas, no período de 31 de outubro de 2019 até 31 de julho de 2021, 243 matérias (verificações) na seção “Checamos” e 50 na seção “Torre de Vigia”; um total de 293 verificações em 21 meses de atividade jornalística – uma média aproximada<sup>4</sup> de 14 verificações por mês (BEREIA, 2021).

A partir da apresentação do Coletivo Bereia, alvo do estudo, espera-se a apresentação de um breve panorama sobre a checagem especializada de fatos no Brasil e em outras partes do mundo, as relações entre igrejas e concessões de radiofusão no país e a relevância de iniciativas que comunicam com linguagem de aproximação do público-alvo.

Para o presente estudo foi utilizada a metodologia de pesquisa exploratória em que a temática é apresentada e discutida, a partir de uma revisão bibliográfica sobre o tema (RODRIGUES, 2007, p. 3-4). A revisão bibliográfica pautou-se, principalmente, em outros estudos de caráter qualitativo e exploratório, realizados nos últimos quatro anos, período em que estudos relacionados à verificação de fatos em todo o mundo

4 Média exata: 13,952

---

começaram a ser publicados relacionando esta como uma prática destacada de jornalismo.

### **Checagem especializada em fatos voltados ao público religioso**

A checagem de fatos como modelo de negócios em Comunicação Social é uma vertente relativamente nova da comunicação social em todo o mundo. Ela nasce em meio ao jornalismo político como uma prática diferenciada da práxis tradicional, tem foco no digital e adquire códigos próprios a partir de uma autorregulação a partir de princípios. Atualmente, em todo o mundo, a *International Fact-Checking Networking* (IFCN) é considerada a principal organização que congrega iniciativas sérias, transparentes e que seguem um código de princípios claro (PRADO, 2018, p. 31).

Nos Estados Unidos, a checagem de fatos aparece como um modelo de prática jornalística crescente. Tal curva de crescimento é percebida também no Brasil com a aliança de veículos jornalísticos tradicionais, o surgimento de iniciativas independentes e até mesmo especializadas, como é o caso do Coletivo Bereia, especializado em religião, e do Coletivo Niara, especializado em raça e direitos humanos (COLETIVO NIARA, 2020). Outros países da América Latina também computam agências de checagens de fatos vinculadas à IFCN. Na Europa e na África há uma curva de crescimento, situação que não se repete na Oceania nem na Ásia (PRADO, 2018, p. 38-37).

A Figura 1, obtida no *site* Duke Reporters' LAB, traz a tabela que mostra a evolução das iniciativas de checagem de fatos no mundo. Nota-se que a América do Sul e África, onde se concentram economias emergentes e países com democracias recentes ou frágeis, o número de projetos de *fact-checking* cresceu mais de 60% ao longo de três anos.

	2018	2019	2020	2021 (YTD)
Australia	3	4	5	5
Africa	19	25	34	34
South America	25	43	42	42
North America	84	77	80	74
Asia	62	83	89	89
Europe	84	95	95	98
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>327</b>	<b>345</b>	<b>342</b>

Figura 1: Tabela com o número de projetos de *fact-checking* no mundo por continente  
(Fonte: DUKE REPORTERS' LAB, 2021)

Contudo, embora as iniciativas tenham se propagado, o principal foco da maior parte das agências de checagem em todo o mundo é a verificação de assuntos relacionados à política e sociedade. Em especial devido aos vários desdobramentos políticos que as democracias oferecem, seja através das eleições ou de escândalos de um ou outro grupo político, as verificações se concentram bastante na verificação de falas e discursos de lideranças políticas (CAZETTA, 2018, p. 94-96).

Para a elaboração deste artigo, não se encontrou registros de outra iniciativa de *fact-checking*, em língua portuguesa, especializada na temática religião. Sendo assim, cabe registrar que o Coletivo Bereia não registra ainda sua filiação à IFCN, embora seja uma iniciativa com reconhecimento público e que participou de colaboração com veículos de mídia participantes da referida rede.

### **Religião e comunicação no Brasil**

Assim como a religião se consolida como um sistema de regras para apreciação comum da espiritualidade ou de uma crença de um grupo de indivíduos, a comunicação tem consigo mesma um sistema de regras, valores e características. De canal para canal de TV, por exemplo, é perceptível – iluminação, cores, formato de programa e principalmente a linguagem utilizada. É possível conferir uma dimensão ritualística para ambos os campos (GOMES et al, 2020, p. 61).

Signates (2018, p. 28-29) corrobora afirmando que “a mídia foi a instituição que, de fato, tornou concreta, pela primeira vez na história humana, um sentido sistêmico, no sentido habermasiano, da comunicação”. E completa afirmando que a mídia comunicacional possui um “ritual produtivo próprio”, isto é, deixa de ser um saber

---

propriamente dito e passar a ser uma técnica dominada pelo homem (SIGNATES, 2018, p. 28-29).

Nesse sentido, porém, são ausentes ou muito pouco efetivas ações de comunicação religiosa que não estejam propriamente ligadas à estrutura religiosa ou com intenções de evangelização. Signates (2018, p. 35) reforça que “a religião possui peculiaridades que a tornam específica para os estudos comunicacionais, que em geral se fazem ausentes ou no mínimo não fortemente presentes nos demais campos”.

Tais peculiaridades são compreensíveis quando se entende que o âmago da comunicação religiosa mexe com todo um sistema de crenças que advém de um texto, ritual ou dogma religioso. É a partir desse conjunto de informações, desse entendimento de mundo que a pessoa vai receber, processar, avaliar e tomar decisões a partir das informações que tiver.

Lima (2015, p. 49-50) explica esse entendimento de mundo a partir do termo “cosmovisão cristã”:

Para o cristão, a cosmovisão cristã vai colocar o entendimento do universo como criação de Deus, e todas as esferas de conhecimento, possíveis de estarem presentes na humanidade, como procedentes do Deus único e verdadeiro, Senhor do universo, comunicadas a nós por Cristo “... no qual estão escondidos todos os tesouros da sabedoria e do conhecimento” (Cl 2:3). Por isso é necessário que cada cristão, tenha uma boa compreensão deste tema. Porque precisará também orientar os novos na fé nesse entendimento. Cosmovisão cristã, também, tem tudo a ver com o estudo da Educação; Ciência; Filosofia; Governo; Economia, Arte, Tecnologia, etc, pois são áreas de conhecimento e de atividades humanas que, para serem adequadamente compreendidas e exercitadas, não podem ser dissociadas dos princípios contidos nas Escrituras. (LIMA, 2015, p. 49-50)

Neste íterim, portanto, é necessário conceber a comunicação para o público religioso com um formato diferente, já que o indivíduo religioso está habituado a receber e processar informações a partir de sua cosmovisão cristã. A verificação especializada de fatos surge como uma resposta à essa demanda de linguagem ofertada ao público. Da mesma forma que o jornalismo esportivo, cultural, literário e ambiental atendem a pautas, linguagens e narrativas mais próximas de seu público, é fundamental observar a experiência de outros campos já consolidados da comunicação jornalística e aproveitar as boas práticas para o *fact-checking* especializado.

---

## Quando a religião é dona da comunicação

De acordo com estudo de Aires et al (2017, p. 90), emissoras religiosas ou hegemonicamente controladas por entidades religiosas vêm aumentando a conquista de concessões públicas. São católicas e evangélicas as instituições líderes de concessões no país.

A radiodifusão brasileira é profundamente religiosa. Na última década, o número de concessões de geradoras e de retransmissoras de televisão ligadas a entidades religiosas saltou de 1.687 para 2.841, dados que indicam um crescimento de 69%[...]. A hegemonia católica se mantém na televisão, onde 40% das emissoras que operam sob vínculos religiosos estão sob o comando de dioceses, associações e comunidades de renovação carismática da igreja, representada especialmente por quatro redes: Rede Vida, Canção Nova, Aparecida e Rede Século Vinte e Um. Mas o crescimento exponencial dos serviços de radiodifusão televisiva diretamente vinculados à religião se deve a expansão das redes comandadas por denominações evangélicas, já que 11 denominações evangélicas diferentes controlam 1.657 concessões de televisão. (AIRES et al, 2017, p. 90)

Ainda de acordo com Aires et al (2017, p. 91), “a IURD [Igreja Universal do Reino de Deus] responde, portanto, por 63% das concessões religiosas ligadas a denominações evangélicas”. A IURD é ligada à Rede Record de Televisão, segunda maior emissora de televisão do país, por meio de seu proprietário, Edir Macedo, fundador e principal líder da Universal.

Essa relação entre a religião e a mídia considerada comercial não é nova no Brasil. A conquista de espaço nas mídias comerciais, em especial na televisão que possui alta penetração, data de 1962 com os programas *Fé para hoje*, da Igreja Adventista do Sétimo Dia, e do *Café com Deus*, da Igreja Nova Vida. A partir da redemocratização, o país viu uma avalanche de TVs e rádios vinculadas a entidades religiosas, porém continuou crescendo a conquista do espaço de igrejas em canais comerciais, a exemplo do programa do popular pastor Silas Malafaia, *Vitória em Cristo*, exibido na TV Bandeirantes, o primeiro em rede nacional (FONTELES, 2007, p. 13-14).

A evangelização por meio da mídia tem sido ainda utilizada fortemente por outras igrejas. É o caso da Igreja Internacional da Graça de Deus, representada pelo Missionário R.R. Soares, que assim como outras igrejas adquiriu horários em emissoras de rádio e TV, inclusive em rede nacional. Romeiro (2005, p. 70) corrobora afirmando:

Como a maioria das igrejas neopentecostais, a Igreja Internacional da Graça de Deus preocupa-se quase exclusivamente com a evangelização através da mídia. Os recursos são usados para construção de prédios, aquisição de equipamentos, viagens e compra de horários em emissoras de rádio e TV. (ROMEIRO, 2005, p.70)

Para Aires et al (2017, p. 92), um dos objetivos por trás da formação de uma rede de comunicação pode ser a capacidade de fazer influência ao agendamento político do momento, gerando pressões:

A consolidação de uma rede de comunicação fundamentada para além dos objetivos imediatos de evangelização, mais do que pautar-se no lucro imediato daquele emissora específica, potencializa o projeto cultural e político de inserção social e o próprio lucro geral da igreja. Dessa forma, o conteúdo não se dirige apenas aos fiéis ou possíveis fiéis e amplia a capacidade de agendamento político e de pressão midiática sobre o poder público e privado. (AIRES et al, 2017, p. 92)

### **Análise de checagem do Coletivo Bereia**

Considerando a influência de lideranças religiosas no cenário político nacional, analisou-se a matéria mais lida do site, com o título “*É falso conteúdo divulgado em vídeo por advogada que acusa STF e TSE*”, conforme acesso em 12 de agosto de 2021 registrado através da Figura 2 abaixo.



**Em alta**

-  **É falso conteúdo divulgado em vídeo por advogada que acusa STF e TSE**
-  **Diretor de Colégio Batista afirma sofrer perseguição religiosa**
-  **Aimee McPherson: uma mulher de coragem no seio do pentecostalismo**

[Ver mais matérias](#)

Figura 2: Print da listagem de matérias mais lidas do site, em 12/08/2021

---

(Fonte: BEREIA, 2021)

A matéria analisada<sup>5</sup> foi publicada em 06 de agosto de 2020. O fato de ela aparecer na lista de mais lidas mesmo já se tendo passado um ano é explicado pelo fenômeno da recirculação de conteúdo desinformativo e do momento em que o país passa com graves ataques do presidente da República ao Supremo Tribunal Federal (STF) e ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acusando o tribunal responsável por realizar as eleições de não ser transparente nem democrático. “A recirculação é uma nova forma de sentido, na medida em que complexifica o conteúdo que circula e a compreensão do mesmo. O interagente pode tanto ficar sabendo dos fatos por um fragmento ou por um mosaico” (ZAGO, 2012, p. 11-12)

O conteúdo da matéria indica que uma professora e advogada, já envolvida em outros episódios de desinformação com apelação religiosa, agora desinformava ao criar pânico moral. Segundo a advogada, “o STF quer ‘tirar Deus’ da democracia e quer transformar o Brasil em uma China tropical”, conforme título do vídeo por ela publicado e repercutido em outros canais no Youtube. A verificação feita pelo Coletivo Bereia se concentra em três afirmações da advogada, todas elas categorizadas como falsas ao final da checagem.

Na primeira afirmação analisada pelo Bereia, a advogada leva a crer que o STF cassaria apenas candidatos cristãos por abuso de poder religioso. Na explicação, os repórteres elucidam de onde partiu a discussão sobre a possibilidade de cassação de registros de candidatura e de mandatos caso fossem identificados casos de abuso religioso (caracterizado, principalmente, pela violação de regra eleitoral que não permite que candidatos usem estrutura religiosa para pedir votos). (BEREIA, 2020)

A segunda afirmação diz respeito ao inquérito do STF contra as fake news, que objetivou, entre outros aspectos, apreender celulares e computadores de envolvidos no esquema de desinformação contra os ministros da Corte. Ao final do bloco, o texto de BEREIA (2020) ressalta que “a professora Lenice Moura desinforma com o vídeo que produziu, pois não contextualiza a situação em que se deram as apreensões e prisões relacionando-as ao inquérito das fake news e apresenta as decisões do STF como algo isolado.”

Já a terceira afirmação diz respeito à proibição de símbolos religiosos, de qualquer fé, em repartições públicas devido a laicidade e neutralidade estatal. A advogada, no

5 Disponível em: < <https://coletivobereia.com.br/e-falso-conteudo-divulgado-em-video-por-advogada-que-acusa-stf-e-tse/>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

vídeo, argumentava que isso poderia ser um sinal de “perseguição religiosa” e conclui que as decisões buscavam “tirar Deus da democracia”. Ao explicar todo o contexto jurídico, educacional e religioso, o Coletivo Bereia concluiu que o STF, ao permitir o ensino confessional nas escolas, “vai justamente na contramão da suposta ameaça que a professora ressaltou no vídeo” (BEREIA, 2020).

Assim como esta verificação analisada, outras são sempre concluídas com um parágrafo final explicando a etiqueta principal do texto. No caso desta verificação analisada, a conclusão foi que o conteúdo era falso e que havia ali propagação de medo naquela desinformação. A checagem é assim concluída, conforme Bereia (2020):

A professora omite e manipula informações a fim de criar medo de perseguição religiosa na audiência do vídeo que criou e gerar rejeição às ações do STF e do TSE, instituições relevantes para o resguardo das bases constitucionais do país. A criação de medo é uma das bases da disseminação de desinformação para que ativistas políticos ganhem adesão às suas propostas e destruam reputações, seja de pessoas, seja de instituições. (BEREIA, 2020)

Conclui-se, portanto, a existência de verificações voltadas ao público religioso no *site* do Bereia e a sua expertise voltada a esse público.

### **Considerações finais**

A partir do levantamento bibliográfico, percebe-se que muitos veículos de comunicação brasileiros em meios de massa tradicionais e nos mais contemporâneos encontrados na web, como *podcasts*, estão vinculados a entidades religiosas, tanto católicas quanto evangélicas, fortalecendo assim o impacto político dessas organizações religiosas através do agendamento midiático.

Nesse sentido, é importante ressaltar que embora um veículo de comunicação esteja sendo dirigido por uma entidade religiosa, não necessariamente ele estará veiculando desinformação. O direito de crença e de liberdade de expressão está assegurado pela Constituição Federal de 1988. Entretanto, é necessária a delimitação dos espaços e a separação da linha editorial de programas religiosos e de programas jornalísticos.

Como o dever jornalístico é, antes de tudo a apuração o mais isenta possível, deixar esclarecida a linha editorial e o tipo de narrativa contada é fundamental para que

---

o leitor, ouvinte e/ou espectador se sinta à vontade para escolher outro veículo de comunicação ou comparar tais informações. Quando existe a ausência desse compromisso com a transparência ou um agendamento político fortalecido pelas mídias sociais de líderes religiosos ou políticos ligados à religião, entra em ação o jornalismo especializado para fornecer, na linguagem e nos meios utilizados por aquele grupo específico da população, uma versão mais transparente e objetiva do assunto.

Ademais, a complexidade do tratamento da religião em meios de comunicação é outro agravante que pode contribuir para a rarefeita existência de iniciativas do tipo. Muitos jornalistas podem se queixar da dificuldade em tratar de assuntos que, para muitos que não fazem parte de um determinado grupo religioso, são totalmente desconhecidos. Existe uma linguagem própria que é fomentada em alguns círculos religiosos e isso influencia diretamente na forma como as pessoas recebem a informação e o prisma pelo qual observam a vida acontecendo ao seu redor.

Conforme análise feita no desenvolvimento do artigo, o Coletivo Bereia segue um padrão de checagem, elucidando todo o contexto por detrás de afirmações e depois classificando-as por meio de etiquetas (falso, verdadeiro, impreciso, enganoso e inconclusivo). Tal redação concentra em pontos-chave do discurso religioso, buscando oferecer ao leitor uma compreensão mais detalhada sobre o assunto. (BEREIA, 2021)

Não há conhecimento sobre outra iniciativa de verificação voltada ao ambiente religioso no Brasil. O Coletivo Bereia, portanto, figura na dianteira deste segmento e sua organização, em torno do voluntariado e trabalho colaborativo mediado por plataformas digitais, aparenta fornecer o instrumento ideal para o futuro de muitas redações, especializadas ou não. O trabalho consolidado da organização também remete a outras iniciativas mais abrangentes e já em nível mais avançado, sendo identificada assim a ausência do selo de instituição verificadora fornecido pela IFCN. Ao se posicionar como jornalismo colaborativo especializado em verificação de fatos voltados à religião, o Coletivo atende a uma deficiência do campo midiático tradicional e traz para a comunidade acadêmica bases para ampliar estudos comunicacionais.

## Referências

AIRES, J. S. F. et al. Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 19, n.

---

2, p. 88-108, 2017. Disponível em:  
<<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/download/7040/5681/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

BEREIA. 1 ano: sites religiosos e ativistas que propagam desinformação. **2021**. Disponível em:  
<<https://coletivobereia.com.br/1-ano-sites-religiosos-e-ativistas-digitais-que-propagam-desinformacao/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

\_\_\_\_\_. É falso conteúdo divulgado em vídeo por advogada que acusa STF e TSE. **2020**. Disponível em: <<https://coletivobereia.com.br/e-falso-contenido-divulgado-em-video-por-advogada-que-acusa-stf-e-tse/>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

\_\_\_\_\_. Proposta Bereia. Bereia – Informação e Checagem de Notícias. **2021**. Disponível em:  
<<https://coletivobereia.com.br/proposta-bereia/>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CAZETTA, J. P. **O fact-checking luso-brasileiro**: uma análise dos fact-checkings credenciados no Brasil e em Portugal pelo International Fact-Checking Network. 2018. Disponível em:  
<[https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub\\_geral.pub\\_view?pi\\_pub\\_base\\_id=294542](https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=294542)>. Acesso em: 12 ago. 2021.

COLETIVO NIARA. NIARA: Aquela que tem grandes propósitos. Coletivo Niara – Medium. **2020**. Disponível em: <<https://medium.com/coletivoniara/niara-aquela-que-tem-grandes-prop%C3%B3sitos-fcda21ae0e65>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

COMPROVA. **Comprova encerra terceira fase com 283 investigações publicadas; 194 estão relacionadas à pandemia**. 2021. Disponível em: <<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/comprova-encerra-terceira-fase-com-283-investigacoes-publicadas-194-estao-relacionadas-a-pandemia/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

DUKE REPORTERS' LAB. **Fact-checking census shows slower growth**. 2021. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking-census-shows-slower-growth/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

FONTELES, H. A. **Programa show da fé**: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica. São Paulo, 2007.

GOMES, P. G. et al. **Mídias e religiões**: a comunicação e a fé em sociedades em midiatização. Unisinos, 2020. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=muXJDwAAQBAJ&lpg=PT5&ots=Q-p7ykWhZA&dq=M%C3%ADdias%20e%20religi%C3%B5es%3A%20A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20a%20f%C3%A9%20em%20sociedades%20em%20midiatiza%C3%A7%C3%A3o&lr&hl=pt-BR&pg=PT5#v=onepage&q=M%C3%ADdias%20e%20religi%C3%B5es:%20A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20a%20f%C3%A9%20em%20sociedades%20em%20midiatiza%C3%A7%C3%A3o&f=false>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

LIMA, D. B. **Cosmovisão cristã: a transformação da mente cristã na contemporaneidade. Protestantismo em Revista**, v. 36, p. 48-63, 2015. Disponível em:  
<<http://periodicos.est.edu.br/index.php/nepp/article/view/2390>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

PORTAL IMPRENSA. **Iniciativa checa informações em espaços de mídias religiosas**. 2020. Disponível em:

---

<[https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas\\_noticias/83725/iniciativa+checa+informacoes+em+espacos+de+midias+religiosas](https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/83725/iniciativa+checa+informacoes+em+espacos+de+midias+religiosas)>. Acesso em: 10 ago. 2021.

PRADO, J. G. R. do. **O fact-checking como prática jornalística**: um panorama da expansão, consolidação e lacunas na checagem de fatos. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/203383>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

RODRIGUES, W. C. et al. Metodologia científica. **Faetec/IST**. Paracambi, p. 2-20, 2007. Disponível em: <[http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues\\_metodologia\\_cientifica.pdf](http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf)>. Acesso em: 12 ago. 2021.

ROMEIRO, P. **Decepcionados com a graça**: esperanças e frustrações no Brasil neopentecostal. São Paulo: Mundo cristão, 2005.

SIGNATES, L. A comunicação, entre o dogma e a conversão: o especificamente comunicacional na religiosidade contemporânea. **Estudos de religião**, v. 32, n. 3, p. 27-49, 2018. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7433561>>. Acesso em: 11 ago. 2021.