

## **A Rede Vida entre a TV institucional e o empreendimento familiar<sup>1</sup>**

Giulliano PLACERES<sup>2</sup>

### **RESUMO**

No mundo contemporâneo, as organizações religiosas prosseguem ocupando espaço, porém diversificam suas atividades, de modo que a propagação de sua mensagem, definitivamente, não se dá mais apenas no limite da estrutura física de seus templos, por meio de missas e cultos. Cada vez mais, são recorrentes as ações voltadas às mídias eletrônicas. As denominações religiosas buscam manter seus adeptos e conquistar outros mais, através da modernização de seus meios de comunicação social. Empreendimentos como emissoras de televisão, rádio e provedores de internet de caráter religioso vêm se desenvolvendo aos moldes empresariais. No caso da Igreja Católica, em face da forte concorrência pentecostal, tal investimento é feito bem mais para resistir, tanto quanto possível, à evasão de fiéis. Há um conjunto de relações sociais e econômicas envolvidas nesse processo. Elas compreendem desde membros do clero até leigos, voluntários, funcionários e empresários detentores de negócios midiáticos que atuam representados por meio de investidores financeiros através de acordos comerciais. Decorrente de uma pesquisa apoiada pela FAPESP, este artigo aborda a maior emissora televisiva católica nacional: Rede Vida, sua atuação como um empreendimento econômico-religioso-midiático. É dado enfoque ao caráter ambíguo dessa emissora, levando em conta sua vinculação institucional com a cúpula católica no país e sua realidade enquanto uma empresa de propriedade e gestão familiar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação social; empreendedorismo econômico; mídia televisiva, sociologia da religião; Rede Vida.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na X Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em São Paulo, SP, 27/8/2015.

<sup>2</sup> Bacharel em Ciências Sociais e mestrando em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos – Integrante do NEREP – (Núcleo de Estudos de Religião, Economia e Política). E-mail: giulliano14@hotmail.com

## **TEXTO DO TRABALHO**

### **1. Introdução**

Este artigo trata do âmbito da criação da Rede Vida de Televisão, evidenciando a trajetória de seu fundador João Monteiro de Barros Filho desde o começo de sua carreira no rádio, a participação de seus filhos, os laços católicos, perpassando a criação do grupo empresarial que carrega o sobrenome da família, além da entrada em concorrência pública com outros veículos televisivos, para que fosse alcançada a concessão do então “canal 11”, que futuramente se tornaria a maior emissora católica brasileira, resultado também de alianças no campo político. Aborda-se também a criação de sua mantenedora legal: Instituto brasileiro de comunicação crista (INBRAC), estrutura geral, parceiros comerciais, financeiros, anunciantes e também a concorrência em termos estrutura técnica e abrangência com outros canais católicos, como: Canção Nova, TV Aparecida e TV Século XXI.

### **2. A Rede Vida de Televisão**

A criação da que hoje é a maior emissora católica brasileira contou com a presença de atores sociais e profissionais das mais diversas instituições, perpassando juristas, banqueiros, políticos que investiram no então inédito projeto. O seu segmento é um marco na história do catolicismo brasileiro. Ter um canal de televisão envolve e envolveu, até os dias de hoje, uma série de discussões em torno de seu uso (LIMEIRA, 2005). O caminho percorrido família de empresários leigos que idealizou o projeto da Rede Vida inicia-se ainda na década de 50 quando o pai, João Monteiro de Barros Filho à época com 17 anos começou a trabalhar como jornalista esportivo, já atuando no setor comercial propagandístico da Rádio Barretos.

Em um curto espaço de tempo, deixa de ser funcionário e por meio de um pagamento parcelado tornou-se proprietário desta mesma rádio a qual havia ingressado anteriormente. Após a experiência com o setor de radiodifusão, ingressou na mídia escrita: Em 1969, ele expandiria seus negócios na área de comunicação fundando O Diário de Barretos. (LIMA, 2010). Portanto, antes de adentrar no meio televisivo especificamente, o fundador da emissora católica, já possuía a experiência de décadas à frente do setor comunicacional por meio de suas estações de rádio e do jornal impresso.

Com a atividade no setor de comunicação social estruturada mediante a propriedade dos veículos midiáticos, na década de setenta partiu para a empreitada no campo político, por meio da disputa a prefeito em Barretos. Mesmo que esta não tenha sido concretizada, futuramente seria essencial pela diversidade de laços sociais firmados de grande relevância para a concessão de outorga da emissora realizada posteriormente.

Já na década de 80, é criado o grupo empresarial “Monteiro de Barros” (GMB), carregando o sobrenome da família representada agora não apenas pela imagem de seu fundador, mas também de seus filhos: Luiz António e João Monteiro de Barros Neto, estes passaram a cuidar da parte administrativa dos empreendimentos, participando ativamente e igualmente de todo o processo de criação Rede Vida.

Destaca-se o fato de João Monteiro de Barros Filho sempre se declarar católico, sua família sempre foi adepta da religião advinda de Roma. O vínculo entre o empresário e a instituição cristã que resultaria na criação da emissora ganhou força por meio do então primeiro bispo de Barretos dom José de Matos Pereira, que apresentaria a Monteiro Filho a seu sucessor, dom António Maria Mucciolo, maior apoiador da criação da Rede Vida por parte da igreja:

Nós ficamos muito amigos no período em que ele passou por Barretos, ai ele falou: “Monteiro seja amigo do meu sucessor”, “Tenta ser um colaborador dele”. Ai veio dom António bispo de Barretos, eu disse pra ele quando o conheci lá na cidade de Sorocaba onde era ela padre: “Em precisando conte comigo em Barretos”. Um dia ele me procurou: “Eu queria um terreno para construir uma casa de encontros aqui em Barretos, você me ajuda?”. Ajudo, [...] Ganhamos de um fazendeiro cinco alqueires [...] Construimos a “cidade de Maria” que é um centro de espiritualidade da Diocese de Barretos [...] (Fonte: Anais do Senado Federal, homenagem aos 15 anos da Rede Vida).

A relação de amizade entre o empresário e bispo foi decisiva posteriormente para que representantes da alta cúpula da CNBB tomassem conhecimento do projeto midiático televisivo, conforme o diálogo de Monteiro com dom António proferido também durante a homenagem em Brasília:

Dom António, se o senhor falar “sim”, com o senhor eu farei uma televisão cristã no Brasil, Se o senhor falar “não” eu não vou procurar outro bispo[...] Vamos falar com Dom Luciano Mendes de Almeida, presidente da CNBB na época, ele gostou da ideia de fazermos uma televisão cristã nacional no Brasil[...]

As citações acima evidenciam que a relação entre o empresário, e representantes da Igreja Católica paulista já estava também consolidada ainda na década de oitenta, facilitando consideravelmente a aprovação clerical da criação da emissora. Contudo, o apoio católico não era suficiente para levar o projeto adiante. Neste novo cenário, os laços políticos que o empresário havia conseguido anteriormente concorrendo às eleições municipais de Barretos foram imprescindíveis para chegar a funcionários públicos do alto escalão do governo federal à época como Augusto Marzagão, natural de Barretos, secretário particular do então presidente da república José Sarney e que já havia trabalhado no meio televisivo na emissora mexicana Televisa como vice-presidente de operações internacionais. Esta proximidade expressiva com representantes de autoridades tanto da esfera pública quanto do religioso, somadas a sua experiência em mídias, impulsionou o jornalista e empresário a disputar a concorrência pública aberta em 1989 para a exploração do serviço de rádio e difusão sonora e de imagem, na cidade de São José do Rio Preto. (BARROS FILHO, 2003).

Desde a abertura do processo de concessão do novo canal até o início das atividades da emissora em 1995, o Brasil enfrentou um contexto político conturbado com a posse de José Sarney após a morte de Tancredo Neves, decretando oficialmente o fim do regime militar e posteriormente com o governo de Fernando Collor de Mello que terminou em processo de impeachment do mesmo. Salienta-se este curto período (1985-1990), pois a concessão vencida pela família Monteiro de Barros que culminou na criação da TV Independente, emissora de propriedade da mesma que viria se tornar uma prestadora de serviços da Rede Vida foi resultado como já demonstrado, de uma participação efetiva das esferas públicas: municipal, e sobretudo federal no chamado “jogo eleitoral”, tendo como expoentes políticos a época José Sarney e seu ministro das comunicações já falecido, António Carlos Magalhães.

Segundo dados colhidos na Junta Comercial do Estado de São Paulo, a “Televisão Independente de São José do Rio Preto”, oficialmente cadastrada no nome de Monteiro e seus dois filhos, foi constituída no final do ano de 1989, demonstrando investimento maciço por parte do grupo familiar empreendedor. A ideia de ceder a TV Independente para a CNBB, montar uma TV Católica foi apresentada somente durante a transição de governos entre o processo de impeachment de Collor e a entrada de Itamar Franco.

Contudo, mesmo com o apoio da CNBB, a problemática girava em torno de quem atuaria como responsável administrativamente pelo canal televisivo uma vez que, o órgão católico não poderia assumir esta responsabilidade, sobretudo por envolver questões financeiras de grande monta. Em Agosto de 1992, em São Paulo, foi realizado um encontro com o cardeal dom Paulo Evaristo Arns, dom Ivo Loirscheiter e Dom António Maria Mucciolo. Dom Ivo [...] disse: - A CNBB não tem interesse em participar do projeto para a formação da Rede de Televisão. (MONTEIRO FILHO, 2003).

Com este cenário de recusa da CNBB, Monteiro Filho necessitava de algum instrumento que funcionasse então como mantenedor do projeto da rede televisiva católica, e inicialmente cogitou-se criar uma fundação que operasse a emissora. Assim posto, resolveu consultar colegas e especialistas na área jurídica, com destaque para Ives Gandra da Silva Martins, professor universitário e membro da Opus Dei e Celso Neves, advogado por mais de três décadas do grupo de bebidas Antarctica e também professor, falecido em 2006. Orientado então pela experiência de ambos juristas, ainda em 1992, Monteiro Filho juntamente com seus filhos e apoiado por dom António Maria Mucciolo lançaram as bases para a criação do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC).

Atuando como uma associação civil mantenedora da Rede Vida de Televisão, o instituto foi formado então por diversos conselhos, dentre eles: Conselho Superior de Orientação e Administração – (Consup), Conselho Consultivo, formado por sócios beneméritos, conselho fiscal, constituído por sócios contribuintes e uma diretoria executiva com dirigentes contratados, Mauro Dias presidente, Marcelo Aparecido Coutinho, vice-presidente. (MONTEIRO FILHO, 2003.) Com grande apoio de várias instituições católicas espalhadas pelo Brasil, o seguinte passo para a consolidação do INBRAC, foi o de estabelecer parcerias que envolviam a parte estrutural técnica da emissora de televisão do grupo empresarial.

Deste modo, o instituto estava viabilizando a formação da Rede Vida de Televisão, a partir da geradora da TV Independente, canal da Embratel, conseguido em audiência com o presidente Renato Archer e Romeu Grandinetti Filho, diretor de operações nacionais. (MONTEIRO FILHO, 2003, p.44 - 62). O primeiro, já falecido, atuou como militar durante décadas no seu estado de origem Maranhão antes de

ingressar na política. Em 1984 participou ativamente da campanha nacional pelas eleições diretas para a Presidência da República. Em novembro daquele ano, foi indicado por Tancredo Neves para o Ministério da Ciência e Tecnologia. Com a abertura do processo de impeachment do presidente Fernando Collor e seu afastamento do cargo, em setembro de 1992, Archer voltou ao governo como presidente da Embratel. (Fonte: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil).

Obtendo a aprovação da concessão via governo federal e Ministério das Comunicações e por intermédio de seus colegas juristas, responsáveis pela parte administrativa da criação do instituto mantenedor da emissora, juntamente com o apoio de boa parte do clero nacional, o fundador da Rede Vida realizou viagens internacionais visando conhecer outras iniciativas televisivas vinculadas ao catolicismo, bem como para a arrecadação de recursos financeiros para a compra dos primeiros equipamentos eletrônicos.

Para isto, João Monteiro de Barros Filho foi até a Alemanha juntamente com Hans Stapel; nascido naquele país, o frade franciscano popularmente conhecido como frei Hans mudou-se para o Brasil já na década de 70 e atualmente coordena o projeto “Fazenda da Esperança”, uma comunidade terapêutica que fornece tratamento para dependentes químicos no município paulista de Guaratinguetá (Fonte: *website* – Fazenda da Esperança). Monteiro e Hans estavam instalados em uma casa de freiras do país germânico, porém a tentativa de ajuda financeira não havia se concretizado. Dessa forma, realmente o suporte financeiro que a emissora necessitava preliminarmente foi negado. Quando o empresário já falava da viagem de volta para o Brasil, explicitou a situação para uma das freiras que ali residia e a mesma resolveu interferir, auxiliando na negociação se responsabilizando pelo empréstimo e tornando-se avalista da transação financeira, mediante vários de seus bens penhorados, mesma situação de Monteiro e seus filhos.

Dessa forma, a partir do empréstimo concedido no exterior a emissora obteve um capital considerável para poder iniciar suas atividades. A relação entre religião, economia e política, envolvendo também indivíduos da iniciativa privada aparece de maneira explícita em vários pontos de toda a trajetória do canal, e com seu primeiro anunciante, não seria diferente:

No Natal de 94, o arcebispo de Botucatu recebeu um telefonema de Andrade Vieira, anunciando que o Bamerindus seria o primeiro anunciante [...] pagando os anúncios antecipadamente. O banco foi o primeiro anunciante da Rede Vida e com a verba pudemos lançar a TV num prédio moderno em Rio Preto. (Fonte: Portal Rede Vida).

Destaca-se que José Eduardo de Andrade Vieira, além de presidente do banco a época, já havia ocupado o cargo de Ministro da Agricultura do Brasil em 1993 e após o período em que foi presidente da instituição financeira, voltaria novamente ao ministério dois anos após a sua primeira passagem.

Um semestre após o anuncio do apoio financeiro advindo da instituição bancária privada, a emissora estreava sua programação. A presença dos empreendedores foi essencial para que a abrangência do sinal da emissora fosse aumentando substancialmente ao passar dos anos por meio de diversas concessões para retransmitir a programação, e esta ação também demandou suporte financeiro considerável, pois em grande parte do país já é possível assistir a programação do canal em alta definição.

As instalações da Rede Vida de Televisão estão distribuídas em três regiões do país, das quais no Sudeste em São José Do Rio Preto, São Paulo e Rio de Janeiro, Centro Oeste: Brasília e Sul: Porto alegre. Na sede pioneira, localizada no interior paulista, quando inaugurada em 1995, existia apenas um edifício de dois andares. Sendo que no térreo localizam-se os dois estúdios de gravação da emissora com um modelo de aparelhagem que permite a criação de diferentes cenários, dessa maneira proporcionando apresentação de diversos programas que podem ser exibidos e gravados no mesmo estúdio. É no interior destes dois estúdios que são produzidas os programas semanais ao vivo: “O terço” e os noticiários: JCTV, este voltado exclusivamente para notícias sobre o universo católico e o Jornal da Vida que trata de temas de interesse da sociedade como um todo. Ainda no mesmo andar, há também a recepção, e várias salas; de visitas, dos jornalistas, dos funcionários responsáveis pela administração do *website* da emissora.

Já no andar superior, localizam-se estúdios de edição, montagem e produção das matérias que vão ao ar diariamente, bem como a edição de reportagens de conteúdo religioso advindas de várias dioceses brasileiras e também de outras operadoras de TV vinculadas à emissora. Posteriormente, foi construído ao seu lado o “Santuário da

Vida”, [...] Um espaço que a Rede Vida abriu para receber não só os fiéis que acompanham a Missa pela televisão, mas também caravanas, equipes de celebração e ministérios de todo o Brasil (Fonte: Portal Rede Vida). Ainda dentro dele existem alguns dormitórios destinados a recepcionar visitantes da emissora bem como do próprio santuário. Sua programação é distribuída para outras diversas localidades do país por cerca de 450 aparelhos de retransmissão de sinal<sup>3</sup> que recepcionam o sinal em todas as unidades da Federação, com destaque para São Paulo, que dispõe de 185 desses aparelhos, somando mais de 40% do total.

Em vista disto, existe uma única geradora da emissora, isto quer dizer que qualquer programa vinculado a ela que tenha sido gravado, ou está sendo produzido ao vivo em qualquer lugar do Brasil, primeiramente tem que ter o seu sinal transmitido para São José do Rio Preto, e posteriormente então é lançado no satélite do canal para pode ser veiculado em rede nacional. Na capital paulista há também outro edifício no bairro de Perdizes, de dois andares denominado: dom António Maria Mucciolo, referência ao arcebispo de Botucatu que anteriormente havia sido bispo da Diocese de Rio Preto e a todo momento esteve junto com Monteiro Filho no processo de estruturação da emissora durante a década de noventa. A construção abriga as salas referentes, sobretudo à administração financeira, local de trabalho do outro filho do fundador: Monteiro Neto.

Entre as parcerias realizadas pela emissora está a dos grupos televisivos afiliados, e segundo dados do Portal Donos da Mídia, a emissora dispõe de duas principais. Estas operam nos mais diversos tipos de mídia e mesclam caráter comercial com a presença de vínculos religiosos, sobretudo católicos como o exemplo da *Fundação Educadora de Comunicação*, localizada, estado do Pará. No município de Bragança Paulista, detém emissoras de rádio AM e FM, e também atua em parceria com a diocese que leva o nome da cidade. É administrada por padres e retransmite a programação da emissora paulista, e semelhante a ela, frisa em seu slogan o termo “família”: “Fundação Educadora de Comunicação - A Voz Católica da Família paraense”.

---

<sup>3</sup> A diferença em número de retransmissoras de sinal entre Rede Vida e sua maior concorrente Canção Nova é de aproximadamente 140, uma vez que a segunda possui o total de 310, o que coloca a emissora rio-pretense a frente em abrangência de satélites e recepção de imagens (fonte: Portal Donos da Mídia).

Já na região Sul, outra ponta do país, encontra-se o *Grupo Solano de Comunicação*, do Paraná, proprietário de estações de rádio nas cidades de Cascavel e Toledo, em parceria com a Rede Vida. O grupo foi criado e vem sendo administrado por um leigo: Marcos Solano Vale, médico e empresário conhecido em seu estado, é proprietário de várias empresas que incluem uma viação aérea regional de transporte de passageiros e cargas denominada “Sol Linhas Aéreas”, e também o Hospital de Olhos de Cascavel. Além de todas estas participações, está concorrendo nas eleições deste ano ao cargo de deputado federal pelo Partido Popular Socialista (PPS). Fonte: (Perfil oficial do candidato).

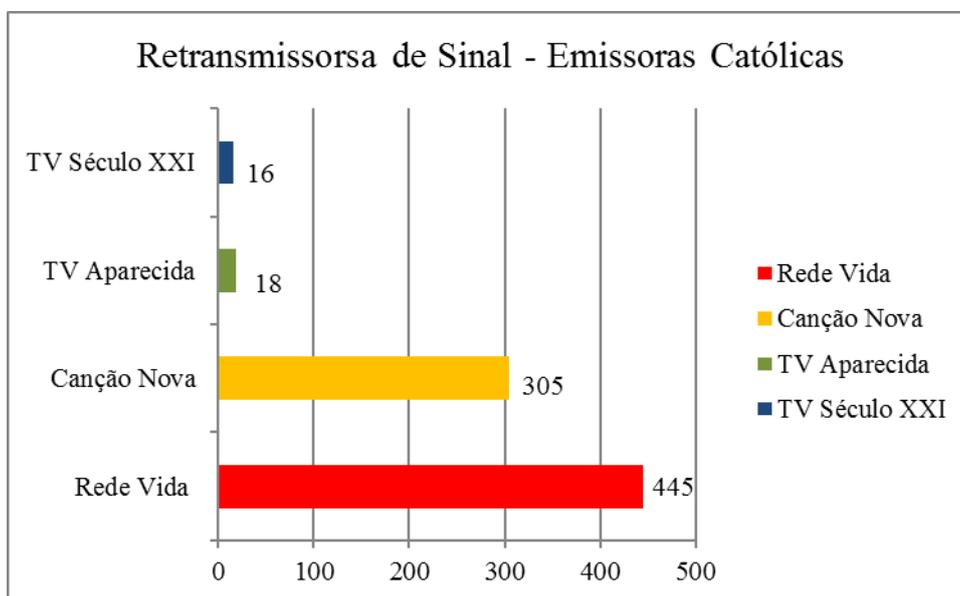
Dessa maneira, por meio da demonstração dos grupos midiáticos afiliados, constatou-se que a emissora mantém parcerias comerciais em diferentes regiões do Brasil, incluindo vários atores sociais presentes em instituições religiosas, bem como empresários na busca da retransmissão de seu sinal em 100% do território nacional, fator este que automaticamente remete a relação de aparelhagem técnica do canal.

### **3. Concorrência e acordos com outras emissoras católicas**

Considerando o catolicismo como maior vertente religiosa brasileira, porém em forte enfrentamento a concorrência evangélica, é especialmente por intermédio das emissoras televisivas e de modo mais destacado através das relações sociais presentes nelas que incorporam aspectos econômicos, que a igreja romana vem tentando ao menos conter sua constante queda no número de adeptos. Por consequência, mesmo as emissoras católicas sendo concorrentes diretas, levando em conta estratégias de caráter comercial como nível de audiência, exibição de atrações e o alcance territorial de seus satélites, trabalham com o mesmo fim: o de difundir os valores católicos por meios de programas religiosos e incluindo a apresentação de celebrações como as missas e terços.

Destacam-se por sua abrangência quatro veículos midiáticos católicos televisivos brasileiros: Rede Vida, Canção Nova, TV Século XXI e TV Aparecida. Ambas sempre obtiveram apoio institucional, acima da tudo da CNBB, porém, somente a primeira, foi resultado de um projeto elaborado por um leigo. Já as outras emissoras decorrem do trabalho de autoridades da Igreja Católica. A concorrência entre as quatro principais, sediadas todas no estado de São Paulo, aparece explicitada por meio de suas estruturas técnicas, que resultam no alcance nacional delas e pela quantidade de retransmissores e

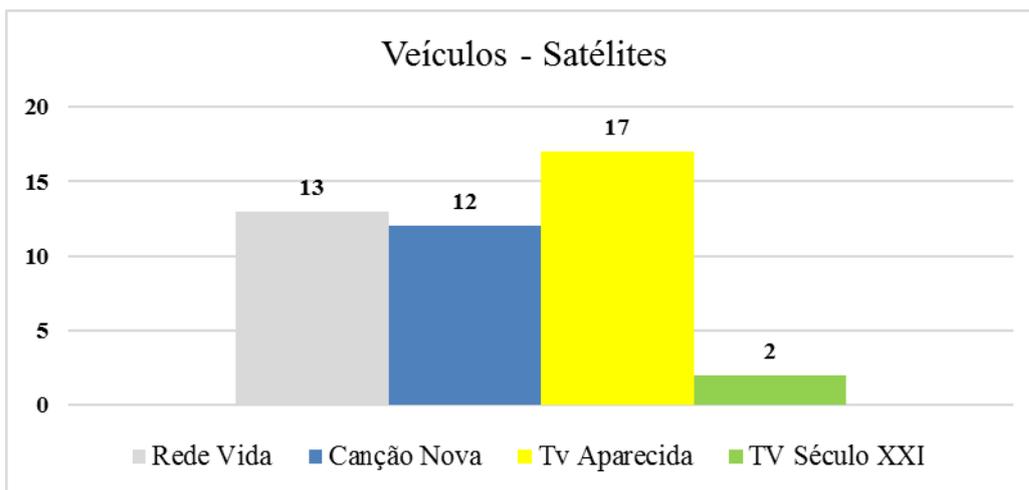
grupos midiáticos afiliados. Por meio da coleta de dados junto ao portal Donos da Mídia, foram elaborados gráficos comparativos que demonstram alguns números desta concorrência:



**Gráfico 1** – Número de retransmissores de sinal das emissoras católicas

**Fonte:** Portal Donos Da Mídia – [www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br) Acessada em 27/05/2015

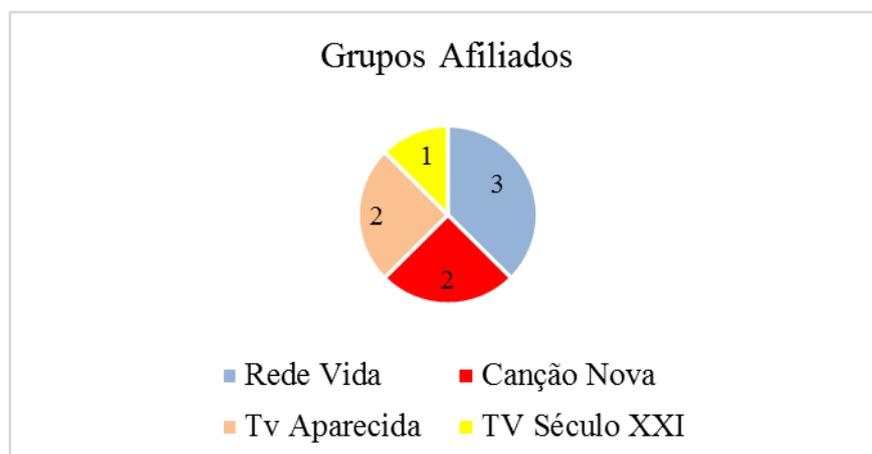
Destaca-se a disputa entre Rede Vida e Canção Nova, esta na última década, aumentou consideravelmente seu número de retransmissoras. Grande parte dos recursos financeiros que propiciaram este crescimento advém de seus telespectadores carismáticos. A emissora rio-pretense, em contrapartida, tem o maior sinal em alta definição (HD) entre emissoras religiosas de televisão aberta. Já entre o número de veículos satélites que incluem as estações de rádio e jornais vinculadas às emissoras, a TV Aparecida desponta na frente das duas maiores citadas acima. Esta significativa relevância deve-se à parceria existente entre ela e o grupo responsável pelo jornal *O Estado de São Paulo*, ambos compartilham seus veículos, conseqüentemente esta ligação entre a instituição e religiosa e o jornal eleva o número de veículos disponíveis.



**Gráfico 2** – Número de Veículos Satélites

Fonte: Portal Donos Da Mídia - [www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br) - Acessado em 03/05/2015

Entre os agentes empresariais de mídias afiliados as emissoras televisivas católicas, a Rede Vida se sobressai sobre suas concorrentes, com três grupos afiliados: A própria Organização Monteiro de Barros, administrada pelos fundadores do canal, Grupo Solano de Comunicação, situado em Cascavel, Paraná e a Fundação Educadora de Comunicação, localizada em Bragança, no estado do Pará. O canal Canção Nova assim como a TV Aparecida, possui dois grupos: o primeiro é afiliado a sua própria fundação João Paulo II, juntamente com a Fundação Fraternidade, do município gaúcho de Porto Alegre. Já emissora da padroeira nacional é ligada à Congregação do Santíssimo Redentor (Redentoristas), também de Aparecida, e como citado acima, compartilha veículos com o grupo Estado, da capital paulista, responsável pelo jornal impresso: *O Estadão* (Fonte: Portal Donos da Mídia).



### **Gráfico 3 – Número de grupos Afiliados**

**Fonte:** Portal Donos Da Mídia - [www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br) - Acessado em 12/11/2015

#### **4. Considerações Finais**

A presença empresarial e empreendedora dos indivíduos leigos representados aqui particularmente pelo grupo Monteiro de Barros e diversos outros atores sociais, responsáveis em todo processo de formação da Rede Vida de Televisão, foram cruciais para que a experiência de lançar uma emissora de caráter católico em nível nacional pudesse ser concretizada. Os laços sociais de representantes do clero católico tem somaticamente se estreitado com as iniciativas públicas por meio da presença de leigos. O exemplo demonstrado com a concessão do canal em São José do Rio Preto contou com diversos agentes da esfera secular. A experiência anterior no setor de rádio difusão que seu fundador Monteiro Filho possuía foi fundamental no recrutamento de funcionários também leigos para operar a emissora católica em seus primeiros anos e até os dias atuais.

Porém, vale destacar que mesmo a emissora sendo controlada em grande medida por indivíduos leigos, seu mantenedor o INBRAC, é composto essencialmente por representantes do clero católico, ou seja, as principais decisões tomadas em diversas áreas do canal tem que obrigatoriamente passar pelo crivo destes. Sendo assim, com esta administração compartilhada o canal acaba de completar duas décadas de existência mesclando valores cristãos com uma lógica liberal-mercadológica, pois sem a presença de investimento privado, dificilmente a emissora possuiria recursos próprios para a sua manutenção, visto a viagem ao continente europeu realizada do fundador com o objetivo de angariar fundos para compra dos primeiros equipamentos.

#### **5. Referências bibliográficas**

BARROS FILHO, J. M. **O que é INBRAC**. 2. ed. São Paulo: INBRAC; Barretos: O Diário, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo, Editora Perspectiva, 1974.

MARIANO, Ricardo. **Usos do marketing por neopentecostais e católicos**. Síntese Nova Fase, Brasília, nº 3/4, pp. 61-72.1998.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

LIMA, Eduardo de Campos. **FORMAÇÃO DA REDE VIDA DE TELEVISÃO: entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social, 1989-1995**. Unesp Assis. 2010.

LIMEIRA, Michele Boff da Silva. **Telejornalismo na Rede Vida - da comunicação institucional à comunicação dialógica e plural**. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro.

MARIZ, Cecília Loreto. **A Rede Vida: o catolicismo na TV**. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, Rio de Janeiro, v. 7, nº 20, 1998, p. 41-51,

SOUZA, André Ricardo de, **O empreendedorismo econômico neopentecostal no Brasil**. *Ciências Sociais e Religião*, v. 13, nº 15, p. 13-34, 2011.

\_\_\_\_\_. **Os modelos de comportamento econômico com referências cristãs e implicações políticas no Brasil**. Relatório Científico (Pós-Doutorado) -- Faculdade de Ciências Sociais. São Paulo. PUC-SP. 2009.

STADNIK, Célia. **Os grupos e os veículos de comunicação ligados às redes nacionais de televisão**. PUC-RS. Porto Alegre, nov. 1994.

## **6. Referências eletrônicas**

**Anais do Senado Federal**. Disponível em: [www.senado.gov.br/publicacoes/anais/pdf/Anais\\_Republica/2010/2010%20Livro%2041.pdf](http://www.senado.gov.br/publicacoes/anais/pdf/Anais_Republica/2010/2010%20Livro%2041.pdf). Acessado em 12 de março de 2015.

**Centro de pesquisa e documentação de história contemporânea do brasil**. Disponível em [www.cpdoc.fgv.br](http://www.cpdoc.fgv.br). Acessado em 29 de março de 2015.

**Junta comercial do estado de São Paulo**. Disponível em: [www.jucesp.fazenda.sp.gov.br](http://www.jucesp.fazenda.sp.gov.br). Acessado em 12 de fevereiro de 2015.

**Portal comunidade Canção Nova.** Disponível em: [www.cancaonova.com/](http://www.cancaonova.com/). Acessado em 09 de janeiro de 2015.

**Portal Donos da Mídia.** Disponível em: [www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br). Acessado em 06 de abril de 2015.

**Portal de notícias Estadão.** Disponível em: [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br). Acessado em 14 de abril de 2015.

**Portal Rede Vida.** Disponível em: [www.redevida.com.br](http://www.redevida.com.br). Acessado em 25 de março de 2015.

