



## Metodologias da mediação: um estudo exploratório da pesquisa em mídia e religião<sup>1</sup>

Mediatization methodology: an exploratory study on media and religion research

Metodologia(s) de la mediación: una investigación exploratoria en medios y religion

**Luis Mauro Sá Martino** – Faculdade Cásper Líbero | São Paulo | SP | Brasil | E-mail: lmsamartino@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>

**Resumo:** Quais são os métodos para estudar a mediação da religião? Embora exista uma ampla quantidade de pesquisas tratando do conceito, parece haver um menor interesse em seus aspectos metodológicos. Com base na análise exploratória de 36 trabalhos (artigos, monografias e dissertações) sobre mediação da religião, este artigo estuda os procedimentos metodológicos relativos ao conceito. Observou-se três principais trilhas para o estudo da mediação da religião: (1) estudos das transformações da produção, mensagem ou circulação do discurso religioso no ambiente da mídia; (2) análises de conteúdo da presença do tema no ambiente da mídia (3) referências contextuais à presença dos meios na sociedade. Estes aspectos são estudados a partir de questões epistemológicas da comunicação.

**Palavras-chave:** Mediação. Religião. Comunicação.

**Abstract:** What are the methods for studying the mediatization of religion? Although there is a large amount of research dealing with the concept, there seems to be less interest in its methodological aspects. Based on the exploratory analysis of 36 works (articles and MA dissertations) on mediatization of religion, this article studies the methodological procedures related to the concept. Three main ways were observed: (1) studies of the transformations in the production, message or circulation of religious discourse in the media environment; (2) content analysis of the theme's presence in the media environment (3) contextual references to the presence of the media in society. These aspects are studied from the epistemological issues of communication.

**Keywords:** Mediatization. Religion. Communication.

**Resumen:** ¿Cuáles son los métodos para estudiar la mediación de la religión? Si bien existe una gran cantidad de investigaciones que abordan el concepto, parece haber menos interés en sus aspectos metodológicos. A partir del análisis exploratorio de 36 trabajos (artículos, monografías y disertaciones) sobre mediación de la religión, este artículo estudia los procedimientos metodológicos relacionados con el concepto. Se observaron tres caminos principales para el estudio de la mediación de la religión: (1) estudios de las transformaciones en la producción, mensaje o circulación del discurso religioso en el medio mediático; (2) análisis de contenido de la presencia del tema en el entorno mediático (3) referencias contextuales a la presencia de los medios en la sociedad. Estos aspectos se estudian desde las cuestiones epistemológicas de la comunicación.

**Palabras clave:** Mediación. Religión. Comunicación.

---

<sup>1</sup> O autor agradece à Profa. Dra. Luciana Costa (UFRN), ao Prof. Dr. Luiz Signates (UFG) e ao doutorando Prof. Odlinari Ramon N. da Silva (UFRN) pelos diálogos que deram origem a este texto.

Recebido em 23 de setembro de 2021. Aprovado em 25 de outubro de 2021.

e-issn: 2177-5788. DOI: <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2021v47n2p229-253>

©2021. Conteúdo de acesso aberto, distribuído sob os termos da Licença Internacional da Creative Commons –CC BY-NC-SA –Atribuição Não Comercial –Permite distribuição e reprodução, desde que atribuam os devidos créditos à publicação, ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.



## 1 Introdução

Este texto nasce de uma série de diálogos realizados, ao longo dos últimos anos, com pesquisadoras e pesquisadores de mídia, comunicação e religião, a propósito de um problema teórico que se desdobra nas práticas de pesquisa, e poderia ser resumido em uma questão: quais são as práticas metodológicas ligadas ao conceito de midiatização nas investigações desse assunto? Uma considerável quantidade de textos sobre o que é midiatização circula na Área de Comunicação há alguns anos, como indicam os recenseamentos Gomes (2016) ou Martino (2019), sugerindo não apenas um crescente interesse no assunto, mas também uma pluralidade de concepções, em diálogo mais ou menos próximo, à disposição de quem pretenda estudar o tema.

No entanto, essa preocupação não se estendeu da mesma maneira às discussões metodológicas: à identificação do fenômeno não parece corresponder uma preocupação com as condições de investigação. Como, em termos metodológicos, estudar a midiatização da religião? Quais são as metodologias da midiatização?

Este texto, longe de propor uma única resposta, examina parte da produção acadêmica sobre o tema destacando os estudos de midiatização da religião, recorte no qual a temática parece já ter encontrado raízes conceituais estabelecidas, como indicam trabalhos de Sbardelotto (2017) ou Borelli e Regiani (2021).

Este artigo delinea as relações entre teoria e metodologia nos estudos de midiatização da religião. Procura-se, nos estudos empíricos, a derivação metodológica de proposições teóricas feitas em momentos anteriores por diferentes autoras e autores – cf. Livinstone (2008; 2009), Borelli (2009); Gomes (2010) ou Martino (2016a; 2016b; 2019) – no sentido de pensar caminhos para o estudo da midiatização da religião.

A produção brasileira sobre mídia e religião parece estar plenamente consolidada. Em termos institucionais, essa consolidação pode ser vista em vários momentos, da criação e consolidação do Grupo de Pesquisa Comu-



nicação e Religião, na Intercom, além de outros grupos e núcleos – o Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq registra outros dois, um na UFPE e outro na UNASP, dedicados ao tema. Mais ainda, a temática parece ser recorrente mesmo em eventos e publicações voltados para outros assuntos, com os quais o tema dialoga, sem mencionar uma produção relativamente contínua de livros e artigos.

Esse cenário mostra também uma pluralidade de perspectivas teóricas para a compreensão dos fenômenos – o acompanhamento das produções sobre o tema, ainda que não exaustiva, mostra uma diversidade de abordagens da qual este artigo examina um recorte delimitado em torno da ideia de “mídiação da religião”. Para tal, foram examinadas trinta e seis produções, entre artigos, teses e dissertações e textos publicados em anais de eventos.

A diversidade de formatos e a ausência de um recorte específico quanto à origem das produções, demanda uma nota explicativa. Em primeiro lugar, foi feita uma busca nos Bancos de Teses e Dissertações da Capes e do Ibict com as entradas “mídiação” e “mídiaçada” combinadas com “religião” e “religiosidade(s)”, além dos nomes e derivações de algumas das principais denominações – “católica”, “evangélica”, “pentecostal”, “espiritismo”, “umbanda” e assim por diante, elaboradas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Obtiveram-se dois trabalhos em cada banco de dados. Diante desse número, optou-se por uma pesquisa exploratória em mecanismo de busca com as mesmas palavras, limitando as produções àquelas publicadas em revistas acadêmicas, anais de eventos consolidados ou, quando foi o caso, teses e dissertações produzidas em programas de pós-graduação em Comunicação. Chegou-se, dessa maneira, às 36 produções examinadas neste texto. Textos sobre o tema, de autoria ou coautoria própria, foram descartados.

No sentido da “metapesquisa” cultivada por Mattos, Barros e Oliveira (2018), foram observados os procedimentos empregados em cada uma das pesquisas no sentido de verificar como eles se relacionavam com a ideia de mídiação acionada em cada um. Note-se, como será detalhado adiante,



que o objetivo não foi observar as técnicas de levantamento ou análise de dados, sentido relativamente comum atribuído à palavra “método”, mas trabalhar uma perspectiva de crítica metodológica que leva em consideração o conjunto das escolhas feitas durante um trabalho de pesquisa (BECKER, 1999; BRAGA, 2010).

No que se segue, este texto é dividido em três partes. Apresenta-se (1) a perspectiva de pensar a metodologia em sua relação com a teoria, apontando em seguida (2) aspectos metodológicos convergentes da noção de mediação nas pesquisas estudadas e (3) a especificidade de algumas concepções de mediação encontradas e suas derivações metodológicas. Esses elementos são balizados, em termos analíticos, dentro de algumas perspectivas da epistemologia da Comunicação.

## **2 Entre teoria e metodologia**

No terreno habitual das práticas acadêmicas, a ideia de “metodologia” costuma ser associada aos itens de uma pesquisa, ou mesmo de um projeto, voltados para a explicação dos procedimentos empregados no estudo de um objeto. O campo semântico, no entanto, é povoado de expressões próximas, como “métodos” ou “procedimentos metodológicos”. Mais raramente, é possível encontrar associações com técnicas de coleta ou análise de dados, no sentido de “entrevistas”, “grupo focal”, “análise de conteúdo” e assim por diante. Na bibliografia especializada, de fato, parece não haver consenso em relação aos limites de cada termo, e sobreposições, assim como tentativas de distinção, ocorrem com frequência.

Entende-se aqui, com Bonin (2008), Braga (2011), Mattos, Barros e Oliveira (2018) e Wottrich *et al.* (2020) que as questões de método estão longe de poderem ser reduzidas a uma indicação de procedimentos, mas acompanham todos os aspectos de um trabalho como parte do modo de produção do conhecimento acadêmico. A explicitação dos procedimentos é, por excelência, um aspecto metodológico, mas o conceito não termina dessa maneira, e se apresenta como algo presente desde os momentos iniciais de escolha de um tema e objeto.



Se a metodologia é, etimologicamente, o “estudo do método”, correspondendo esta última palavra a “caminho”, em seu radical grego, o estudo do caminho a percorrer em uma pesquisa é parte constituinte da reflexividade própria à atividade acadêmica. Assim, este texto se pauta em uma tradição nas Ciências Sociais, representada, entre outros, por Gohn (1987), Queiroz (1991), Martinelli (1999) e Becker (1999), que considera a “metodologia” como o duplo reflexivo de todo o processo de pesquisa, não apenas o item referente aos procedimentos, e menos ainda como um sinônimo das técnicas de obtenção e análise de informações.

Bourdieu (2021) chama a atenção para a necessidade de desenvolver essa reflexividade procedimental no âmbito das pesquisas em Ciências Sociais, não no sentido de indicar um elemento normativo (“a pesquisa *deve* ser assim”) mas, sobretudo, analítico, crítico e autorreflexivo (“por que *esta* pesquisa é assim?”). Isso implica pensar que escolhas metodológicas não podem se desligar do quadro teórico ao qual uma pesquisadora ou pesquisador se filia: o caminho é construído dentro de uma tensão reflexiva entre os acionamentos teóricos e suas derivações enquanto procedimentos de investigação.

Dito de outra maneira, a metodologia de uma pesquisa começa no momento de suas escolhas teóricas que, por sua vez, atuam sobre os caminhos metodológicos e técnicas empregadas. Essa autorreflexividade se apresenta como possibilidade de evitar contradições entre teorias, métodos e técnicas – a título de exemplo, realizar uma pesquisa crítica, em termos teóricos, amparado em técnicas de coleta de dados eminentemente positivistas. O que se busca ao pensar em uma crítica metodológica é pensá-la em perspectiva epistemológica, na qual a coerência é um pressuposto de validade da investigação. As questões da relação entre teoria e metodologia estão longe de ser um problema conceitual (BRAGA, 2011; MARTINO, 2016a; 2016b).

Na prática, isso se traduz em um problema: a partir de que perspectivas metodológicas se pode ver o processo de mediação? Como estudá-



lo, de fato, procurando sua singularidade sem deixar de lado suas vinculações com outras instâncias da realidade? Uma metodologia está necessariamente implicada em uma teoria? Se existe uma teoria da mediação, seria possível pressupor a existência de metodologias afins, definidas, no caso, por sua coerência epistemológica com a perspectiva conceitual acionada?

Se as escolhas teóricas auxiliam na construção do objeto, é possível pensar também que as definições metodológicas são responsáveis por estudá-lo dentro daquilo que foi tornado visível pela teoria. Ambas caminham em paralelo durante uma investigação: a teoria torna o objeto de conhecimento visível, mas sua apreensão como objeto empírico acontece a partir de uma prática metodológica que veja o mesmo objeto em um recorte inteligível e adequado para a compreensão.

Essas questões se manifestam com força na prática de pesquisa. No cotidiano das reuniões de orientação de pesquisa, lugar onde discussões epistemológicas se transformam em problemas práticos, não é difícil observar uma certa distância entre preocupações com o referencial teórico (“que teoria eu uso?”) e questões metodológicas, entendidas às vezes como problemas das técnicas de coleta de dados (“uso entrevista ou faço um grupo focal?”). A recorrência desse tipo de questionamento sugere a existência de um problema mais geral relativo não só ao lugar da teoria na pesquisa, indicado em outro momento, mas também a posição que o método ocupa em uma investigação, entendido às vezes como o momento de encontrar as informações e dados de pesquisa.

A crítica metodológica compreende teoria e metodologia como continuamente entrelaçadas na prática, sobretudo quando se leva em consideração que a construção do objeto de pesquisa e sua interpretação não se desligam nem de uma concepção teórica nem de uma abordagem metodológica. Não se trata, evidentemente, de realçar a parte metodológica como um espaço à parte no desenvolvimento de uma pesquisa, mas entender o metodológico como uma reflexão ativa que toma parte em todos os momentos, da concepção inicial do tema até a redação final de um trabalho.



Nesse aspecto, uma crítica metodológica não se atrela a um caráter de prognóstico de como uma pesquisa “deve ser”, mas, antes, pauta-se na perspectiva de uma “vigilância epistemológica”, conforme Bourdieu, Passeron e Chamboredon (2014) para ultrapassar os obstáculos epistemológicos, no sentido de Bachelard (2006), formados quando ao conceito é atribuído um significado próximo das concepções comuns: a potencialidade hermenêutica de um conceito se realiza no momento em que há uma ruptura com o senso comum através de sua derivação como proposta metodológica. Teoria e método, se essa perspectiva é válida, se informam mutuamente no confronto com o empírico, lembra Ferrara (2014): a validade de um conceito reside no confronto com o empírico mediado pela construção metodológica.

Nas pesquisas sobre mediação da religião parece haver um certo hiato entre a efervescência das discussões a respeito do conceito e a rarefeita discussão a respeito de sua operacionalização metodológica. O volume de textos sobre mediação da religião que discute o conceito chama a atenção por indicar, de um lado, o reconhecimento e a consolidação da validade dessa abordagem nas pesquisas sobre a assunto, mas também pela pluralidade de aportes metodológicos relacionados, presentes nas práticas de pesquisa.

Isso remete ao problema prático do qual nasceu este texto: como estudar a mediação da religião? A partir do momento em que é feita uma escolha teórica pelo conceito, quais as possibilidades de derivar uma metodologia de onde se possa abordar o objeto empírico, momento efetivamente de acionamento das técnicas, e tomá-lo, enquanto objeto de conhecimento?

Essa questão esbarra em um problema: não existe uma definição única de mediação. Vários recenseamentos das trilhas desse conceito nas pesquisas em Comunicação, como Gomes (2016) ou Martino (2019), sugerem uma pluralidade de concepções sobre “mediação”, e à pluralidade de conceitos corresponderia uma igual diversidade de olhares metodológicos. É exatamente levando em conta essa diversidade conceitual a



respeito da ideia de mediação que trabalha uma perspectiva metodológica, entendendo que os tensionamentos e as articulações entre conceitos e teorias fazem parte da dinâmica de um campo, e suas contradições podem ser vistas também como indícios de sua vitalidade.

Assinale-se que na pesquisa em mídia e religião, a incorporação da palavra “mediação” data aproximadamente da segunda metade da década de 2000. Trabalhos clássicos sobre o tema elaborados, por exemplo, por Hoover (2006) ou Clark (2007) não discutem o conceito que, por sua vez, já aparece em Hjarvard (2008a; 2008b), Hepp, Hjarvard e Lundby (2010), Krotz; Hepp (2011), Gasparetto (2011) e Martino (2016a; 2016b). Não se trata de uma substituição de palavra, mas, como lembra Livingstone (2008; 2009), de uma mudança epistemológica no sentido de deixar uma perspectiva de proximidade (“mídia e religião”) para outra, de entrelaçamento ou articulação (“mediação da religião”).

Pensando na metodologia como caminho, foram observadas as trilhas metodológicas percorridas pelas pesquisas analisadas não tanto em termos das técnicas de levantamento e análise de dados, mas, sobretudo, no entendimento que a especificidade do conceito de mediação como parte de um instrumental analítico deriva também de suas possibilidades de operacionalização metodológica nos trinta e seis textos analisados.

Isso leva ao próximo item.



### **3 O terreno convergente: articulação entre mídia e instituição**

A observação dos trabalhos sobre mídiatização da religião remete a uma perspectiva relacionada aos limites do próprio conceito: em sua maioria, sua vinculação metodológica é com análises da mensagem religiosa presente em diferentes mídias, destacando as adaptações e mudanças na linguagem decorrentes; em escala menor, observam-se pesquisas destacando a circulação de sentidos produzidos pelos fieis a partir da presença de uma determinada mensagem religiosa na mídia. Esses elementos sugerem que o conceito de "mídiatização", em suas operacionalizações metodológicas, parece ainda se encontrar próximo da visibilidade recebida por uma determinada temática a partir de sua divulgação na mídia. É possível questionar, nesse aspecto, quais acionamentos epistemológicos do conceito de "mídiatização" possibilitaria uma diferenciação mais específica em relação a outros conceitos da Área.

Evidentemente não se está propondo uma definição unívoca; ao mesmo tempo, a elasticidade de um conceito, a partir de certo ponto, coloca em risco suas condições de acionamento como clivagem interpretativa. Dito de outra maneira, perguntando com Schott (2009), a partir do momento em que a noção de mídiatização é esticada a ponto de cobrir questões contempladas por outros conceitos, qual seria sua especificidade como operador conceitual? Em termos práticos, o que diferenciaria a noção de "mídiatização" de um estudo sobre recepção ou representação de um assunto na mídia? Uma crítica metodológica do conceito de mídiatização parece apontar para as possibilidades de operacionalização como elemento hermenêutico. Isso se refere, por seu turno, ao conceito de mídiatização acionado em cada caso.

A análise dos 36 textos sugere três principais origens, indicadas no quadro 01.

**Quadro 01** - Origem do conceito de mediação.

<b>Origem teórica</b>	<b>Visão do processo</b>	<b>Trabalhos</b>
Anglo-Saxônica	Institucional contemporâneo; curto termo (HJARVARD, 2008a; 2008b); (HEPP, 2016)	Flores e Silva (2015); Teixeira e Azevedo (2020);
Latino-Americana	Processo sócio-histórico; longa duração (VERÓN, 1986; 2013)	Ferreira, 2019; Nogueira, 2015; Santos, 2017; Cesar e Saldanha, 2019; Sardinha Reis e Oliveira, 2021; Bagnara, 2019; Tavares, 2014; Colferai e Cunha, 2019; Rosa e Silva, 2017; Sanhotene, 2009; Cunha, 2019; Borelli, 2009; Fiegenbaum, 2013; Regiani, 2017; Flores, 2010; Gasparetto, 2009; Laurindo e Freitas, 2018; Sierra Gutierrez, 2006; Siqueira, 2017
Ambas	Processo sócio-histórico com ênfase na mudança institucional.	Camargo, 2020; Borelli e Regiani, 2021; Carvalho e Bezerra, 2020; Silva, 2019; Gasparetto, 2013; Zanotti e Camargo, 2020; Sousa, 2021; Rosa e Dalmolin, 2021; Marques, 2017; Satuf <i>et al.</i> , 2017; Lopes, 2017; Silva e Costa, 2021;
Outra		Pichiguelli, 2020

Fonte: Elaborado pelo autor.

As pesquisas anglo-saxônicas sobre mediação parecem explorar uma diferença entre a “presença na mídia” enquanto “mediação”, sem necessariamente apresentar relações com o conceito clássico de Martin-Barbero (1997), reservando a ideia de “mediação” para as alterações nas práticas sociais decorrentes do vínculo com a mídia (COULDRY, 2008). A mídia ocupa, nessa perspectiva, um lugar importante mas não central: a centralidade está no elemento comunicacional que emerge da articulação entre o ambiente midiático e as práticas sociais envolvidas no processo.

Retomando uma perspectiva apresentada em outros momentos (MARTINO, 2016a), a título de ilustração, a simples transmissão de um culto religioso via Internet ou mídias digitais, sem nenhum tipo de mudança ou adaptação na prática religiosa, configuraria um elemento de “mediação” (“mediation”) da religião: a presença da mídia não chega a alterar significativamente as práticas sociais relacionadas.

No entanto, a partir do momento em que esse culto é preparado para ser compartilhado nas mídias digitais, com marcações de câmera, cortes, closes e edição, sobreposição de imagens de cobertura durante orações,



trilha sonora adequada a cada momento, acompanhados de mudança na atitude de quem celebra – por exemplo, olhar para a câmera ou se dirigir à audiência (“você aí que está assistindo...” ou “curta o vídeo e se inscreva no nosso canal...”) – há uma mudança na prática social decorrente da articulação com a mídia: é possível observar, nesse ponto, a emergência de um novo aspecto comunicacional da prática religiosa, diferente tanto de sua forma original quanto de sua simples transmissão.

Essa transformação não se limita ao momento da veiculação, mas envolve sua prática social de origem: a partir de sua articulação com o ambiente das mídias, um agente do campo religioso, na definição de Bourdieu (1971), tende a ganhar uma posição diferente em relação aos seus pares. A midiaticização parece implicar o reconhecimento da necessidade metodológica de rever a posição do fenômeno midiaticizado – a religião, no caso – em seu campo de origem.

Note-se, no entanto, que não se trata de estender essa compreensão para além dos elementos vinculados ao processo de midiaticização: não se trata de fazer uma análise sociológica ou antropológica da religião, mas procurar uma leitura comunicacional das características derivadas de sua articulação com o ambiente da mídia.

Nos trabalhos analisados, isso pode ser observado a partir do acionamento metodológico de categorias analíticas ligadas aos estudos de Comunicação, como “mídias”, “recepção”, “mensagem” e diversas outras. A midiaticização da religião é estudada a partir de perspectivas que valorizam a intersecção das práticas religiosas com o midiático, mas não se limitam a identificar eventuais mudanças ou transformações: levando em conta a perspectiva de “articulação”, tal como entendida por Stuart Hall (1996), o processo não se limita a um conjunto de alterações superficiais, mas se estende por toda a processualidade das práticas, tanto religiosas quanto midiáticas.

Dessa maneira, com cinco exceções, os estudos examinados nesta pesquisa parecem levar em conta que não se trata de uma simples adequação das práticas religiosas ao ambiente midiático, mas de um processo mais



profundo no qual elementos das práticas religiosas se interseccionam com as possibilidades, mas também os constrangimentos e limites, do ambiente midiático, de acordo com as especificidades de cada meio.

Os recortes metodológicos encontrados se fundam no acompanhamento de processualidades relacionadas às mudanças, examinadas ou prospectivas, nas práticas religiosas decorrentes de sua articulação com o ambiente das mídias. Essas processualidades são, em geral, acompanhadas a partir das práticas de representação midiática, quando o recorte metodológico tem como foco a presença de discursos religiosos em meios ou plataformas específicas, ou tomando como foco as formas de circulação, compartilhamentos e reelaborações feitas pelos fieis, desde que igualmente engajados nas práticas midiáticas.

Seria possível, dessa maneira, observar um esforço metodológico das pesquisas em mídiatização da religião no sentido de ir além das análises de mensagem, discurso ou recepção para compreender seus entrelaçamentos com práticas sociais originárias do campo religioso. Existe nesse sentido um tensionamento que parece acompanhar as metodologias da mídiatização no sentido de verificar de que maneira as práticas sociais originárias se articulam de maneira mais ou menos fácil com o ambiente das mídias.

As dinâmicas desse processo mostram que não existe necessariamente uma facilidade ou predisposição à articulação com a mídia, e a presença de uma prática social no ambiente de uma sociedade mídiatização não parece ser razão suficiente para a articulação com esse processo. Há desigualdades, resistências e negações que se apresentam como variáveis metodológicas importantes para considerar o processo de mídiatização em relação à maneira como uma prática social se articula com o ambiente midiático.

No caso da mídiatização da religião, nos textos estudados, é possível observar essa dinâmica a partir das desigualdades encontradas, por exemplo, entre as instituições religiosas que se apresentam mais propensas a uma articulação com o ambiente midiático. O predomínio histórico de algumas denominações religiosas, sobretudo igrejas protestantes denominadas



por Mariano (1998) como “neopentecostais” ou vertentes do catolicismo voltados para a evangelização, como indica Carranza (2011), sugere que parece existir uma predisposição institucional ao engajamento com o ambiente midiático responsável pela facilidade de articulação de suas práticas com a mídia.

Por outro lado, ausências significativas como o chamado “protestantismo histórico”, de setores progressistas da Igreja Católica, do Espiritismo e de religiosidades afro-brasileiras – com uma exceção em Teixeira e Azevedo (2020) – mostram que as dinâmicas metodológicas da midiatização requerem alguma sensibilidade em relação às práticas institucionais de onde são derivadas. A aderência, permeabilidade ou resistência à intersecção com o ambiente das mídias permite observar, metodologicamente, as diferentes articulações características do processo de midiatização, desde a veiculação de conteúdo como aspecto complementar de práticas institucionais até o direcionamento de tempo e recursos exclusivos para a ação no âmbito da mídia.

No primeiro caso, observa-se o estudo de programas de televisão, rádio e postagens em redes sociais como parte secundária de atividades institucionais mais amplas, enquanto no segundo poderiam ser incluídas as produções vinculadas a instituições que encontram na mídia uma de suas atividades primárias, ou mesmo exclusivas – em alguns casos, o próprio vínculo institucional parece se apresentar de maneira um pouco mais fluida, embora não deixe de estar presente. No entanto, para além desses paralelos, há também aspectos metodológicos divergentes, vistos na sequência.

#### **4 O aspecto divergente: a temporalidade da midiatização**

A análise dos artigos do ponto de vista de uma crítica metodológica permite observar algumas diferenças de natureza conceitual nas perspectivas sobre midiatização presentes em cada uma das obras, observado nos procedimentos de pesquisa adotados, bem como nos resultados obtidos. Se é um truísmo dizer que cada conceito de midiatização implica uma perspec-



tiva metodológica própria, é importante notar que nem sempre essa associação é imediata ou regular. Ao contrário, à diversidade nos conceitos de midiatização não corresponde uma igual pluralidade de caminhos de investigação, mas a ausência de referências que permitisse distinguir, de saída, a especificidade dessa ideia. Vale, portanto, observar os diferentes conceitos de midiatização e suas particularidades na operacionalização metodológica.

Seguem-se aqui, para tanto, distinções propostas por Gomes (2010), Martino (2016c; 2019) e Souza e Saldanha (2020) – note-se, como ressalva, que não se pretende aqui indicar o que é midiatização ou fazer uma nova genealogia, mas observar os acionamentos teóricos em relação com as perspectivas metodológicas. Foram observadas três principais distinções de midiatização: uma de caráter contextual e episódico, referindo-se às condições atuais da sociedade; outra refere-se à midiatização como um processo histórico de longo termo, finalmente, um conceito de midiatização como articulação entre o ambiente da mídia e práticas sociais. O quadro a seguir indica a distribuição desses usos nos trabalhos analisados:

**Quadro 02** - Conceitos de midiatização acionados.

<b>Conceito predominante de midiatização</b>	<b>Trabalho</b>
Articulação	Nogueira, 2015; Santos, 2017; César e Saldanha, 2019; Bagnara, 2019; Tavares, 2014; Colferai e Cunha, 2019; Rosa e Silva, 2017; Borelli, 2009; Regiani, 2017; Gasparetto, 2009; Siqueira, 2017; Silva e Costa, 2021; Satuf et al., 2017; Marques, 2017; Zanotti e Camargo, 2020; Carvalho e Bezerra, 2020; Camargo, 2020.
Contexto	Ferreira, 2019; Sardinha, Reis e Oliveira, 2021; Sanchotene, 2009; Flores, 2010; Laurindo e Freitas, 2018; Sierra Gutiérrez, 2006; Flores e Silva, 2015; Teixeira e Azevedo, 2020; Rosa e Dalmolin, 2021; Silva, 2019; Zanotti e Camargo, 2018;
Processo Sócio-Histórico	Souza e Saldanha, 2020; Cunha, 2019; Fiegenbaum, 2013; Lopes, 2017; Sousa, 2021; Gasparetto, 2013; Borelli e Regiani, 2021;
Indicativo	Pichiguelli, 2020;

Fonte: Elaborado pelo autor.



O primeiro aspecto, o uso episódico do conceito refere-se à ideia de “mídiação” não como um fenômeno específico, limitado e limitável dentro de uma perspectiva epistemológica que permita sua operacionalização, mas como uma referência à presença dos meios de comunicação na sociedade. Os textos que trabalham esse aspecto referem-se à “mídiação” ou “sociedade midiada” utilizando o nome como recorte e categorização de um aspecto a ressaltar da sociedade – a ideia de “sociedade midiada” ou “mídiação da sociedade” aparece como quadro interpretativo em uma dimensão macro, tendo por parâmetro a presença das mídias no cotidiano. A ideia de mídiação, nestes casos, não parece derivar para uma proposta metodológica específica por se tratar de uma referência ao contexto.

O segundo aspecto associado ao conceito de mídiação trabalha na perspectiva proposta por Eliseo Verón (1986; 2013) e desenvolvida por pesquisadoras e pesquisadores brasileiros ligados à Universidade do Vale do Rio dos Sinos, em especial Braga (2007; 2015), Fausto Neto (2006; 2008), Gomes (2010) e Ferreira (2007). Vale notar não só que existem diferenças entre as concepções de cada um desses pesquisadores, mas também as pesquisas derivadas dessa perspectiva assumem uma importante variedade de direcionamentos. Em termos metodológicos, observa-se como procedimento o acompanhamento de circuitos de produção e circulação dos significados que encontram na mídia uma instância importante, mas não única, de construção dos sentidos atribuídos à mensagem – no caso, religiosa.

As pesquisas relacionadas a essa concepção de mídiação parecem se preocupar com a processualidade de elaboração dos sentidos do religioso em vivências cotidianas observáveis em sentidos produzidos pelos fiéis, tanto em suas interações pessoais e comunitárias quanto na elaboração de novos sentidos e possibilidades de viver o religioso em suas diversas formas. As técnicas de pesquisa utilizadas variam, mas convergem no sentido de examinar não necessariamente as produções midiáticas de instituições e líderes religiosos, mas observá-las em contextos nos quais o discurso religioso é visto em sua reverberação no conjunto de outras práticas sociais religiosas.



Note-se, neste caso, uma concepção de “mídia” consideravelmente ampla: se, como já argumentava Verón (1986), o processo de mediação da sociedade implica na dinâmica, nem sempre isenta de tensões e problemas, entre as mídias técnicas disponíveis e as condições de produção de sentido de grupos, o procedimento metodológico que orienta esses trabalhos parece estar direcionado para a localização e o acompanhamento dessas intersecções. Trata-se, portanto, de um conceito de mediação no qual as práticas metodológicas derivadas ressaltam a importância do ambiente mediado, não da mídia em si, como protagonista do processo.

A mediação como contexto, por seu turno, refere-se às transformações nas práticas sociais decorrentes da formação do ambiente mediático contemporâneo, marcado pela presença das mídias eletrônicas e digitais. Neste ponto de vista, a razão para o uso do conceito de mediação está ligada ao lugar central ocupado pelas mídias na sociedade, responsável pela alteração, ao menos em parte, de todas as relações sociais, seja no âmbito pessoal, seja em nível institucional. O centro do processo de mediação, nestes trabalhos, é a mídia ou, se é possível jogar com as palavras, com a “ação da mídia”, sobretudo enquanto instituição social, sobre outras instituições sociais.

Observa-se que o sentido de “mídia”, neste conceito de mediação, é consideravelmente restrito se comparado com a noção anterior, circunscrevendo essa perspectiva às transformações produzidas pelos meios, dentro de uma perspectiva técnica. A especificidade de cada mídia, sua linguagem e características e a maneira como isso transforma práticas institucionais é o ponto a ser observado, como prática metodológica, para estudar o processo de mediação.

As práticas metodológicas das pesquisas vinculadas a esta concepção de mediação parecem se referir sobretudo a estudos da apresentação, ou da representação, da religião em diversos ambientes de mídia, da televisão ao ambiente digital: as técnicas de análise se pautam genealogicamente em críticas do discurso ou da representação, assumindo como ponto



de referência o lugar ocupado pela mídia na sociedade. Mesmo denominações religiosas pouco voltadas para as relações com o ambiente da mídia podem ser tematizadas, na medida em que os procedimentos metodológicos não se voltam para as alterações de longo prazo, mas para os fenômenos de curto alcance, como programas de televisão religiosos ou as postagens de líderes religiosos, mesmo independentes, em plataformas de mídia digital.

Evidentemente esta caracterização, sumária por razões de espaço, está longe de ser rígida, e se apresenta aqui como ferramenta analítica na configuração de categorias de análise. Muitos dos trabalhos, aliás, citam referenciais teóricos de ambas. Metodologicamente, no entanto, é possível observar contornos mais definidos nas filiações e genealogias teóricas de acordo com as escolhas de recorte dos objetos – circulação, em um caso, representação, no outro – e nas temporalidades de pesquisa, mais longas no primeiro aspecto do que no segundo.

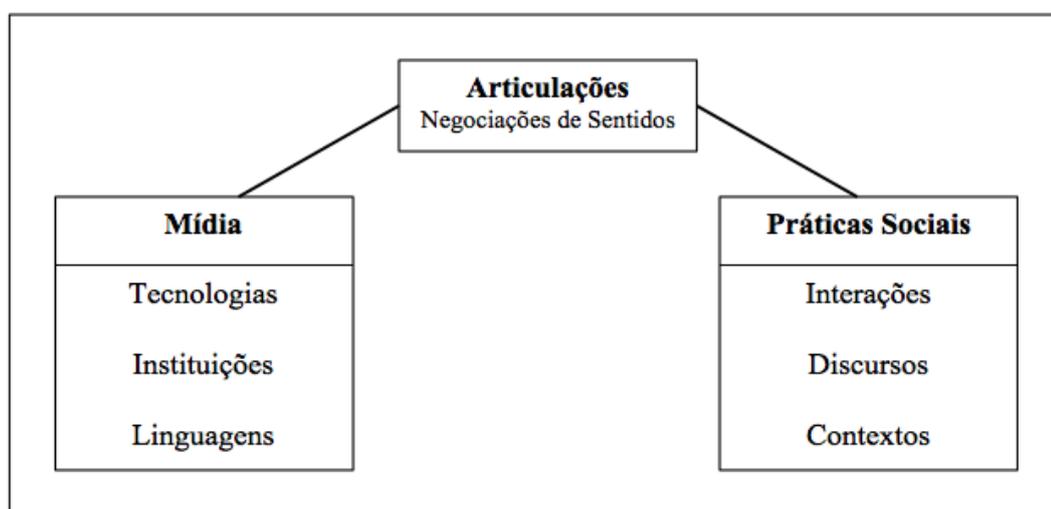
Os acionamentos metodológicos do conceito de midiatização em suas “muitas vozes”, como assinala Gomes (2010), estão ligados às definições dos processos de investigação. Enquanto a concepção ampla lida com processos de circulação de sentidos em uma perspectiva de longo termo, a segunda se concentra no lugar da mídia, em sentido estrito, na reestruturação de práticas sociais e, no caso, de formas cotidianas de vivência do religioso.

## **5 Considerações finais**

A análise sugere que uma metodologia da midiatização pode dirigir seu olhar para a articulação entre o ambiente das mídias e as práticas sociais no sentido de verificar as dinâmicas que emergem dessa intersecção. Evita-se, dessa maneira, um olhar direcionado apenas para a mídia, o que poderia efetivamente levar a uma perspectiva midiocêntrica, ou dirigir a questão ao estudo das práticas sociais, campo de estudos talvez mais propriamente ligado às Ciências Sociais do que à Comunicação.

Nota-se a existência de uma pluralidade de abordagens metodológicas para o estudo da midiatização na qual é possível encontrar ressonâncias da dispersão epistemológica encontrada, em termos mais amplos, na área de Comunicação. É possível notar, a partir daí, a visibilidade de um modelo operador metodológico que se concentra no estudo da articulação a partir das dimensões prévias originárias tanto do espaço das práticas sociais, mas sem se direcionar a eles como objeto, quanto no ambiente das mídias, também com a ressalva de reter os aspectos em ação. A figura 1, conforme Martino (2019), procura sintetizar essa análise em diálogo com uma perspectiva proposta anteriormente:

**Figura 01** - Elementos possíveis de um processo de midiatização.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Verón (2013), Sodré (2008), Fausto Neto (2006), Braga (2005), Ferreira (2019), Gomes (2016) e Martino (2019).

As abordagens do conceito de "midiatiza o", sobretudo as de caráter mais episódico ou referencial, parecem indicar uma perspectiva de operacionaliza o metodológica conceitual, mas não necessariamente dotada de uma diferença específica em rela o a outros aportes: a midiatiza o, neste caso, emerge como a conceitua o de um processo social amplo, compreensível em termos teóricos, mas que não demandaria uma perspectiva metodológica específica na prática de pesquisa.



Em certa medida, o foco de estudos deste tipo de pesquisas reside, sobretudo, na análise de produtos midiáticos com temáticas religiosas, concentrando o olhar na mensagem e suas características, inclusive aquelas decorrentes da intersecção com a tecnologia existente. O processo de midiaticização, dessa maneira, se constituiria da presença de uma determinada prática religiosa em algum tipo de mídia, sublinhando os aspectos tecnológicos.

Outro grupo de trabalhos parece sugerir que a especificidade metodológica do conceito de midiaticização reside no estudo da articulação entre as práticas sociais presentes em um determinado momento histórico e o ambiente da mídia presente. Observa-se, nesses casos, não apenas um certo direcionamento no sentido de destacar que a mídia é constituinte, mas não central, do processo de midiaticização, que implica em si uma intensa circulação de sentidos, apropriações, mudanças e deslocamentos que efetivamente passam pelo ambiente midiático, mas também se espalham ao longo das práticas sociais. A ideia de midiaticização da religião que emerge desses trabalhos parece se referir a processualidades que se desenvolvem em várias direções, concentrando-se em torno do que Braga (2010) denomina como “dispositivos interacionais” mais do que a uma forma de presença específica.

Referências episódicas ao conceito também existem, e sugerem uma utilização mais fluida dessa concepção no sentido de indicar, de maneira mais ampla, um conjunto de fenômenos relativamente próximos relacionados à presença das mídias na sociedade. A “midiaticização da religião”, nesses casos, parece se direcionar ao conhecimento não das práticas em si, mas das representações religiosas presentes na mídia.

Outro ponto a ser destacado, próximo a essa diversidade de abordagens, são os pontos de partida teóricos. Efetivamente é possível observar duas principais matrizes, a anglo-saxônica e a latino-americana, mas nem é possível encontrar interlocuções entre ambas nos trabalhos; em alguns casos, observa-se antes uma justaposição das duas perspectivas, sem uma problematização derivada das diferenças existentes entre as concepções.



Isso é comum sobretudo nos trabalhos mais recentes, publicados a partir de 2015, quando efetivamente já estava disponível uma quantidade maior de artigos das duas vertentes em circulação, tanto na forma de livros quanto na produção de periódicos.

As religiões e religiosidades parecem ser um dos temas mais recorrentes nos estudos de midiatização, ocupando um espaço relativamente constante ao longo das duas últimas décadas. Observa-se, no entanto, uma diversidade de abordagens que parece dificultar qualquer tentativa de delimitação dos domínios efetivos de um estudo que se caracterize como de “midiatização da religião”. A crítica metodológica, neste caso, volta-se não para a elaboração de fórmulas ou indicação de caminhos a percorrer, mas como um registro dessa diversidade, em suas congruências e tensionamentos, no sentido de pensar também nas aberturas e limites da derivação de um conceito e método. Um ponto a pensar na elaboração das questões epistemológicas em comunicação.

## Referências

BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

BAGNARA, Carla. **A midiatização digital da igreja católica: uma análise do aplicativo Click to Pray**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Vale do Taquari, Lajeado, 2019.

BECKER, Howard. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BONIN, Gianni A. A dimensão metodológica na pesquisa comunicacional e os desafios da observação em perspectiva histórica. *In*: MALDONADO, A. E.; BONIN, J. A.; ROSÁRIO, M. N. **Perspectivas metodológicas em comunicação**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2008. p. 135-152

BORELLI, V. Dispositivos midiáticos e as novas formas do religioso. *In*: BORELLI, V. (org.). **Mídia e religião**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009. p. 15-30

BORELLI, Viviane; REGIANI, Herivelton. O processo de midiatização e a natureza midiática da religião. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 22, n. 49, p. 97-117, 2021.

BOURDIEU, Pierre. Genése et structure du champ religieux. **Revue Française de Sociologie**, Paris, v. 12, n. 3, 1971.

BOURDIEU, Pierre. **Por uma sociologia da ciência**. Lisboa: Ed. 70, 2021.



BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude; CHAMBOREDON, Jean. **O ofício de sociólogo**. Petrópolis: Vozes, 2014.

BRAGA, J. L. Experiência estética e mediação. *In*: LEAL, B. S.; GUIMARÃES, C.; MENDONÇA, C. **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. p. 75-88

BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da mediação? *In*: FAUSTO NETO, A.; ANSELMINO, N. R.; GINDIN, I. L. **Relatos de investigaciones sobre mediaciones**. Rosário: UNR Editora, 2015. p. 15-32

BRAGA, J. L. Mediação como processo interacional de referência. *In*: MÉDOLA, A. S.; ARAUJO, D. C.; BRUNO, F. **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-168

BRAGA, J. L. Para começar um projeto de pesquisa. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 10, n. 3, set./dez. 2005.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, Brasília, v. 14, n. 1, jan./abr. 2011.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, Brasília, v.14, n. 1, jan.-abr. 2010.

CAMARGO, Robson L. C. **Mudança de autoridade religiosa**: estudo da mediação no catolicismo mediante análise textual discursiva da missa do padre Marcelo Rossi no Youtube. 2020. Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, PUCCAMP, Campinas, 2020.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

CARVALHO, Lucas A. R.; BEZERRA, Alan S. Covid-19 e a mediação da religião: a fé no período de isolamento social. *In*: INTERCOM, 43., 2020, Salvador, BA. **Anais [...]**. Salvador, BA: UFBA, 2020.

CESAR, Larissa O.; SALDANHA, Patrícia G. Pastor Silas Malafaia e o uso estratégico das mídias digitais. **Reciis**, Manguinhos, v. 13, n. 1, p. 172-190, jan./mar. 2019.

CLARK, Lynn Schofield. **Religion, media and the marketplace**. New Brunswick: Rutgers University Press, 2007.

COLFERAI, Sandro A.; CUNHA, Cadidja. Mediação e religião: utilização de estratégias midiáticas pela paróquia São João Batista. **Aturá: revista Pan Amazônica de Comunicação**, Palmas, v. 3, n. 1, p. 235-255, jan./abr., 2019.

COULDRY, Nick. Mediatization or mediation?. **New Media and Society**, Chicago, v. 3, n. 10, p. 373-379, 2008.

CUNHA, Magali N. Os processos de mediação das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 1-20, jan./abr., 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma "analítica" da mediação. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. Mediação, prática social – prática de sentido. *In*: COMPÓS, 15., 2006, Bauru, SP. **Anais [...]**. Bauru, SP: COMPÓS, 2006.

- 
- FERRARA, Lucrécia D'A. A comunicação: da epistemologia ao empírico. *In: COM-PÓS*. 23., 2014, Belém, PA. **Anais [...]**. Belém, PA: UFPA, 2014.
- FERREIRA, Jairo. Miatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. **E-Compós**, Belo Horizonte, v. 10, n. 3, p. 1-13, 2007.
- FERREIRA, Virgínia D. Processo de miatização do catolicismo midiático e o televangelismo - análise do programa PHN da TV Canção Nova. *In: SEMINÁRIO MI-DIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS*, 3., 2019, São Leopoldo: **Anais [...]**. São Leopoldo: Unisinos, 2019.
- FIEGENBAUM, Ricardo Z. Habitus e pensamento comunicacional das igrejas Metodista e Luterana no processo de miatização. **Comunicação Midiática**, Bauru, v. 8, n. 1, p. 246-265, jan./abr., 2013.
- FLORES, Ana C. P. **Práticas miatizadas da Canção Nova na internet**. 2010. 126f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, UFSM, Santa Maria, 2010.
- FLORES, Ana C. P.; SILVA, Sandra R. Um boteco católico na Internet: facetas da miatização da religião no blog "O catequista". **Interin**, Curitiba, v. 19, n. 1, p. 40-53, jan./jul., 2015.
- GASPARETTO, Paulo R. A complexidade do conceito de miatização e a construção de novas comunidades de pertencimento. *In: COLOQUIO SEMIÓTICA DAS MÍDIAS*, 2., 2013, Japaritinga, AL. **Anais [...]**. Japaritinga, AL: UFAL, 2013.
- GASPARETTO, Paulo R. **Miatização da religião**. 2009. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, 2009.
- GASPARETTO, Paulo Roque. **Miatização da religião**. São Paulo: Paulinas, 2011.
- GOHN, Maria. G. A pesquisa nas ciências sociais: considerações metodológicas. **Cadernos Sedes**, Campinas, n. 12, p. 3-14, 1987.
- GOMES, Pedro G. **Da igreja eletrônica à sociedade em miatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.
- GOMES, Pedro G. **Dos meios à miatização**. São Leopoldo: Unisinos, 2016.
- GOMES, Pedro G. Miatização: um conceito, múltiplas vozes. **Famecos**, Rio Grande do Sul, v. 23, n. 2, p. 1-15, 2016.
- GOMES, Pedro Gilberto. **Da igreja eletrônica à sociedade em miatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.
- HALL, Stuart. On postmodernism and articulation: an interview with Stuart Hall. *In: MORLEY, David; KUAN-HSING, Chen (ed.). Stuart hall: critical dialogues in cultural studies*. London: Routledge, 1996. p. 131-150
- HEPP, A. **Cultures of mediatization**. London: Polity, 2016.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization: empirical perspectives. **Communications**, Berlin, v. 35, n. 3, p. 223-228, 2010.
- HEPP, Andreas. **Cultures of mediatization**. Londres: Sage, 2016.
- HJARVARD, Stig. The mediatization of religion: a theory of the media as agents of religious change. **Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook**, Copenhagen, v. 6, n. 1, p. 9-27, 2008a.

- 
- HJARVARD, Stig. The mediatization of society. **Nordicom Review**, Göteborg, v. 29, n. 2, p. 105–34, 2008b.
- HOOVER, Stewart. **Religion in the media age**. London: Routledge, 2006.
- KROTZ, F.; HEPP, A. A concretization of mediatization: how mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research. **Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication**, Bristol, v. 3, n. 2, p. 137–152, 2011.
- LAURINDO, Erivaldo; FREIRAS, Goretti M. S. Miatização religiosa: estudo de caso do programa Jesus para Todos. In: INTERCOM NORDESTE, 20., 2018, Juazeiro: **Anais** [...]. Juazeiro, BA: UNEB, 2018.
- LIVINGSTONE, Sonia. Coming to terms with 'mediatization'. In: LUNDBY, Knut (org.). **Mediatization: concept, changes, consequences**. New York: Peter Lang, 2009.
- LIVINGSTONE, Sonia. On the mediation of everything. **Journal of Communication**, Hoboken, v. 59, n. 1, p. 1-18, 2008.
- LOPES, Fernanda L. Fé miatizada?. **Pragmatizes**, Niterói, v. 7, n. 13, p. 78-91, abr./set., 2017.
- MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais**. São Paulo: Loyola, 1998.
- MARQUES, Luís H. Advento do marketing católico e o processo de miatização da religião. **Comunicação & Informação**, São Caetano do Sul, v. 20, n. 1, p. 26-41, jan./jun., 2017.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MARTINELLI, Maria Lúcia. O uso de abordagens qualitativas em serviço social. In: MARTINELLI, Maria Lúcia. **Pesquisa qualitativa: um instigante desafio**. São Paulo: Veras, 1999. p. 21-32
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **The mediatization of religion**. Londres: Routledge, 2016a.
- MARTINO, Luis Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**. São Paulo: Paulus, 2016b.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. Da teoria à metodologia: um ensaio sobre a elaboração de projetos de pesquisa em comunicação. **Comunicação Midiática**, Bauru, v. 11, p. 1-15, 2016c.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. Rumo a uma teoria da miditização: exercício conceitual e metodológico. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 45, p. 16-34, 2019.
- MATTOS, Maria Ângela; BARROS, Ellen Joyce Marques; OLIVEIRA, Max Emiliano (orgs.) **Metapesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018.
- NOGUEIRA, Maria C. S. Miatização religiosa: os impactos do e-marketing promovido pelo grupo de oração universitário da Faculdade de Balsas. **Unitas**, Vitória, v. 3, n. 2, p. 19-37, jul./dez., 2015.
- PICHIGUELLI, Isabella. Na outra ponta da miatização: perspectivas para pensar o eixo Comunicação e Religião. **ECCOM**, Lorena, v. 11, n. 21, p. 25–38, jan./jun., 2020.
- QUEIROZ, Maria I. P. **Variações sobre a técnica do gravador**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1991.

- 
- REGIANI, Herivelton. **Memetizando e midiaticizando**: memes como estratégia discursiva evangélica. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFSM, Santa Maria, 2017.
- ROSA, Ana C. F.; SILVA, Sandra R. Midiaticização da religião como experiência vivida. **Questões Transversais**, São Leopoldo, v. 5, n. 9, p. 43-50, jan./jun., 2017.
- ROSA, Francys A.; DALMOLIN, Aline R. SenseMarcia: o humor e a religiosidade esotérica na ambiência da sociedade midiaticizada. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 52, p. 1-21, 2021.
- SANCHOTENE, Carlos R. S. Entre a cura e o espetáculo: a midiaticização do discurso religioso na Nação dos 318. **Revista Estudos de Comunicação**, Curitiba, v. 10, n. 22, p. 159-167, maio/ago., 2009.
- SANTOS, Camila J. M. A midiaticização digital e os novos ambientes de fé: uma avaliação do aplicativo “Católico Orante”. **Veredas**, Juiz de Fora, v. 10, n. 1, p. 98-109, 2017.
- SARDINHA, Antonio C.; REIS, Marcos V. F.; OLIVEIRA, Danilo S. Interface entre midiaticização e mercado religioso a partir do estudo da emissora católica Rádio São José. **Plura, revista de estudos de religião**, Mato Grosso do Sul, v. 12, n. 1, p. 258-282, 2021.
- SATUF, Ivan *et al.* Uma igreja nas redes sociais: a midiaticização da religião em Juazeiro do Norte. **Cambiassú**, São Luís, v. 13, n. 21, p. 121-135, jul./dez., 2017.
- SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez bit**: a comunicação e a experiência religiosa na internet. São Paulo: Paulinas, 2017.
- SCHOTT, A. Dimensions: catch-all label or technical term. *In*: LUNDBY, Kunt. (org.). **Mediatization**. Nova York: Peter Lang, 2009. p. 41-62.
- SIERRA GUTIÉRREZ, Luis I. **Tele-fé**: religião midiaticizada. 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, 2006.
- SILVA, Hemelly R. S. **Midiaticização da religião**: o fenômeno comunicacional padre Fábio de Melo. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Radiolismo) - Centro de Comunicação, Turismo e Artes, UFSM, Santa Maria, 2019.
- SILVA, Odlinari R. N.; COSTA, Luciana M. O pastor de internet e a midiaticização digital da religião. **Tropos**, Rio Branco, v. 10, n. 1, jul. 2021.
- SIQUEIRA, Maysa C. J. A midiaticização da igreja cristã: a destruição da aura no Templo. *In*: CONIC, 17., 2017, São Paulo, SP. **Anais** [...]. São Paulo: Unitalo, 2017.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- SOUSA, Marco T. Igreja Eletrônica, religiosidade midiática, religiosidade midiaticizada. **Matrizes**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 275-298, jan./abr., 2021.
- SOUZA, Daniel R. R.; SALDANHA, Patrícia G. Midiaticização da religião: um campo de batalha entre a privação sensorial e a vertente progressista evangélica. *In*: SEMINÁRIO MIDIATICIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., 2020, São Leopoldo: **Anais** [...]. São Leopoldo: Unisinos, 2020. p.1-11.
- TAVARES, Paulo A. O divino pai eterno na sociedade em midiaticização. **Protestantismo em Revista**, São Leopoldo, v. 35, n. 1, p. 104-115 set./dez., 2014.



TEIXEIRA Filho, Clóvis; AZEVEDO Jr., Aryovaldo C. A midiatização da umbanda. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 163-191, jan./abr., 2020.

VERÓN, Eliseo. **La mediatización**. Buenos Aires: Editora da UBA, 1986.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social 2**. Buenos Aires: Paidós, 2013.

WOTTRICH, Laura *et al.* A metodologia na prática de pesquisa em comunicação: análise de teses e dissertações da região sul. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43., 2020, Salvador, BA. **Anais [...]**. Salvador, BA: UFBA, 2020.

ZANOTTI, Carlos A.; CAMARGO, Robson C. Midiatização e disputa no Vaticano. **Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 13, n. 2, p. 96-113, jul./dez., 2020.

ZANOTTI, Carlos A.; CAMARGO, Robson L. C. Paulo VI e a midiatização do catolicismo. **Intersecções**, Rio de Janeiro, v. 11, 2018.