

Acionamentos metodológicos da mediação da religião: um estudo dos textos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mediação (2017-2019)

Mediatization of Religion's Methodological approaches: a study of papers presented at the International Seminar on Mediatization Research (2017-2019)

Odlinari Ramon Nascimento da SILVA¹
Luciana Miranda COSTA²
Luís Mauro Sá MARTINO³

Resumo

Apesar de amplamente usado nos estudos de mídia e religião, o conceito de mediação parece ainda demandar um exame mais próximo em termos das possibilidades de sua tradução enquanto prática metodológica. O trabalho de pesquisadores interessados nessa área avançou e qualificou, tanto o olhar para o fenômeno em si quanto a problematização do objeto e sua construção teórica. No entanto, há um esforço maior, por parte dos pesquisadores, para a operacionalização metodológica do conceito. Existiria um “método” da mediação da religião? Quais são os acionamentos metodológicos associados ao conceito? Este texto delinea alguns aspectos dessa questão a partir de um exame da produção recente da Área, focalizando um conjunto de onze artigos apresentados em três edições (2017 – 2019) do Seminário Internacional de Pesquisa em Mediação e Processos Sociais, realizados pelo PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos. A análise sugere que ainda falta um desenvolvimento processual-analítico diante da operacionalização metodológica do conceito de mediação da religião.

Palavras-chave: Mediação da Religião. Pesquisa em Comunicação. Metodologia. Epistemologia da Comunicação.

Abstract

Although the notion of mediatization has been widely employed in media and religion studies, the concept still demands a closer methodological examination. Is there a “method” for the mediatization of religion? What are the methodological triggers associated with the concept? This text outlines some aspects of this issue from an

¹ Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bolsista Capes. E-mail: contatoderamon@gmail.com

² Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: lmirandaeua@hotmail.com

³ Professor doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: lmsamartino@gmail.com

examination of recent production in the Area, focusing on a set of eleven articles presented in three editions (2017 – 2019) of the International Seminar on Research in Mediatization and Social Processes, carried out by the PPG in Communication Sciences of the Unisinos. The analysis suggests that there is still a lack of a procedural-analytical development in the face of the methodological operationalization of the concept of mediatization of religion.

Keywords: Mediatization of Religion. Communication Research. Research Methods. Epistemology.

Introdução

A midiatização tem sido relevante nas pesquisas realizadas no campo da Comunicação (SBARDELOTTO, 2020) por evidenciar a natureza comunicacional da sociedade, ou seja, tem sido uma lente reveladora de processos comunicacionais. Com indica Vera França (2020, p. 24), “a midiatização é um termo que nomeia o fenômeno, mas é também um conceito”. Este aspecto, em particular, vem encontrando um espaço progressivo nos estudos de Comunicação, tanto no Brasil quanto no exterior.

Vale destacar, de saída, os trabalhos realizados por pesquisadoras e pesquisadores da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, no Brasil, que pelo menos desde meados da década de 2000 discutem a midiatização como aspecto central de seu trabalho. As investigações de Braga (2007; 2010; 2015), Fausto Neto (2006; 2008; 2010), Ferreira (2006), Gomes (2010; 2016; 2017) e Rosa e Silva (2017) vem delineando um campo de estudos voltado para o tema, em diálogo com colegas da América Latina, como Verón (1986; 2013), Anselmino (2015) e Carlón (2020).

Ao mesmo tempo, o tema vem provocando explorações conceituais feitas desde o trabalho pioneiro de Muniz Sodré (2002) até, entre outros, Pares (2008), Sgorla (2009), Rüdiger (2015), Martino (2018a; 2019; 2020) e Marcondes Filho (2015). O interesse pelo conceito parece se manter igualmente vivo em outras regiões geográficas, em particular nos países nórdicos, dentre os quais destacam-se trabalhos de Couldry (2008), Couldry e Hepp (2016); Hepp (2016; 2020), Hjarvard (2008a; 2008b; 2013; 2015), Krotz (2009); Krotz e Hepp (2011) ou Livingstone (2008).

Esse espalhamento vem se mostrando particularmente frutífero na operacionalização de pesquisas, possibilitando abordagens regionais e construindo bases teóricas por meio da plurivocidade construída (GOMES, 2016).

No entanto, quais os significados desse montante de elaborações conceituais na prática da pesquisa empírica? Seria possível perguntar em que medida esse volume de pensamento a respeito do conceito efetivamente pode se traduzir em construções metodológicas capazes de orientar pesquisas relativas ao próprio fenômeno. Uma vez localizada a questão, quais seriam as estratégias metodológicas para compreendê-la? Dito de outra maneira, como estudar a mediação? Essa pergunta precisa, de saída, ser colocada dentro de alguns limites.

Primeiro, trata-se de um problema de natureza epistemológica que implica as possibilidades de transformação da teoria em metodologia, permitindo a elaboração de uma trama na qual conceito e investigação caminhem juntos, “fazendo a teoria fazer alguma coisa”, como indica Braga (2020). Com o risco implicado da generalização, seria possível notar, com alguma recorrência, um divórcio entre teoria e metodologia na prática de pesquisa, nas quais um filigranado trabalho conceitual nem sempre é acompanhado de uma operacionalização na prática de pesquisa. No limite, é possível encontrar trabalhos nos quais os procedimentos metodológicos se pautam em premissas radicalmente opostas ao referencial teórico (MARTINO, 2016a; 2018).

Segundo, é necessário observar, com Gomes (2010; 2016; 2017) que a pluralidade de ideias agrupadas sob o nome “mediação” inviabilizaria a pergunta sobre “como estudamos a mediação?” dado que não parece existir consenso a respeito dos fenômenos que podem – ou não – ser identificados dessa maneira.

Como notado em outros momentos, o conceito de mediação parece ser elástico o suficiente para permitir uma ampla variedade de usos, desde a simples menção até o estudo detalhado. Em se tratando de mediação, cada região segue construindo suas respectivas linhas de problematização e investigação. E o motivo disso não é apenas materializado pelas perspectivas exclusivas do conceito em si, mas também pela natureza complexa dos processos midiáticos contemporâneos e a maneira como novos fenômenos vão se articulando em cada cultura e sociedade.

Neste texto, focalizaremos as operacionalizações metodológicas relativas aos estudos sobre o processo de mediação da religião, tomando como objeto os trabalhos apresentados em três edições (2017 – 2019) do Seminário Internacional Mediação e Processos Sociais, realizado pela linha de pesquisa “Mediação e Processos Sociais”, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale

do Rio dos Sinos (Unisinos). Detalhamentos sobre a seleção dos textos para análise são feitos no próximo ítem.

Justifica-se a escolha desse recorte por duas razões principais. Em primeiro lugar, trata-se de evento dedicado exclusivamente ao tema da midiatização e, portanto, um espaço privilegiado para observação dos usos metodológicos do conceito; a escolha pelo recorte da religião se apresenta como oportunidade de verificação das metodologias utilizadas pela acolhida que o conceito de midiatização tem nos estudos sobre esse tema, como indicam os trabalhos de Borelli (2009; 2021); Carvalho e Bezerra (2020); Cunha (2019); Gasparetto (2011; 2013); Gomes (2010), Martino (2016; 2018), Sbardelotto (2020) ou Silva e Costa (2021) entre outros.

Note-se que o objetivo aqui não é definir o que é midiatização ou fazer mais uma genealogia do conceito, mas uma observação pontual de suas incidências e derivações metodológicas em um recorte delimitado de pesquisas apresentadas em um evento.

O debate teórico-metodológico versa sobre a aplicação, por meio do diálogo teoria-objeto, e sobre a operacionalização metodológica do conceito. Para Sbardelotto (2020, p. 6), “o conhecimento da midiatização é resultado daquilo que é observado e do modo como é observado”. Ou seja, um conceito não é simplesmente uma “camisa de força” que deve ser colocada no objeto empírico para apreendê-lo e fazer aparecer o fenômeno, mas é a partir do olhar, da posição do pesquisador e de sua problematização, que os processos “saltam aos olhos” e, na sensibilidade de quem investiga, o diálogo conceito-objeto vai “descortinando” as complexidades do fenômeno investigado. Desta forma, é através da problematização conceitual que o objeto empírico se faz presente aos olhos de quem pesquisa.

Neste artigo, pretendemos refazer o caminho da pesquisa a partir de uma revisão integrativa, entendida como a “reunião e sintetização de resultados de pesquisas sobre um delimitado tema ou questão, de maneira sistemática e ordenada, contribuindo para o aprofundamento do conhecimento do tema investigado” (MENDES; SILVEIRA; GALVÃO, 2008, p. 759).

O objetivo é compreender e problematizar a operacionalização metodológica da Midiatização da Religião a partir das pesquisas situadas na articulação entre a mídia, enquanto ambiência digital, e o campo religioso.

A abordagem integrativa do problema metodológico

A instrumentalização metodológica parece surgir por via de uma obrigação constituinte de qualquer projeto de pesquisa, da iniciação científica ao pós-doutorado. A ausência de uma constante reflexão metodológica implica o risco de se cair na armadilha de falsear a trajetória científica de um trabalho, reduzindo a metodologia a um caráter instrumental.

Metodologia não é um instrumento técnico de análise de dados que pesquisadores usam sem refletir. Ao contrário, ela “possui uma função organizativa que legitima o conhecimento em seu estatuto científico”, destacam Laura Wottrich *et al* (2020, p. 4). As autoras destacam o processo de reflexividade diante das escolhas dos pesquisadores e a adoção de procedimentos metodológicos:

A metodologia não se concretiza no abstrato, mas a partir de sua implementação efetiva nas investigações. Por isso, é importante identificar como essa dimensão tem sido encarnada nas pesquisas realizadas pelo campo da comunicação. Por outra via, a discussão será tão mais proveitosa quanto mais estimular a reflexividade frente às escolhas realizadas pelo/a pesquisador/a em suas jornadas investigativas, da definição da problemática à eleição dos procedimentos (WOTTRICH *et al.*, 2020, p. 14).

Perceber como a dimensão metodológica é operacionalizada nas pesquisas realizadas no campo da comunicação permite lançar um olhar atento aos procedimentos de estudo, no caso, da mediação da religião, de modo a refletir sobre seus desdobramentos e contribuição para o campo.

Com o objetivo de tensionar um “olhar sobre outros olhares” teórico-metodológicos a partir da mediação da religião, escolhemos como procedimento analítico neste trabalho a revisão integrativa proposta por Mendes, Silveira e Galvão (2008) mencionada acima.

O método integrativo, dentre outras possibilidades, permite a revisão da análise metodológica de estudos e pesquisas incluídas em um determinado tema e/ou teoria. Em artigo sobre as evidências na Enfermagem, as autoras Mendes, Silveira e Galvão (2008) descrevem os procedimentos da revisão, das quais nos apropriamos para a análise deste trabalho, com pequenas adaptações a serem evidenciadas neste artigo: (1) definição de um problema e elaboração da pergunta-norteadora da revisão integrativa; (2)

estabelecimento de filtros para seleção da amostragem; (3) organização e sistematização dos dados coletados; (4) análise da amostragem selecionada; (5) interpretação a partir do conhecimento teórico; e (6) síntese do conhecimento, que trabalharemos em considerações finais.

Sendo um tipo de revisão bibliográfica, a análise integrativa é um método bastante utilizado na área da Saúde. Pesquisadores do campo da Comunicação também já utilizam esse método, a exemplo de Abreu e Lacerda (2020), que objetivaram compreender a inserção da publicidade nas postagens efêmeras, com recorte em postagens de curta duração, os “*stories*”, na rede social Instagram.

Na etapa de estabelecimento dos filtros, de modo a selecionar a amostra, “a revisão integrativa possibilita partir, através de palavras-chave em bancos de periódicos e buscadores, de grandes volumes de dados até chegar, por diversos filtros metodológicos, em um número qualitativo de trabalhos a serem analisados” (ABREU; LACERDA, 2020, p. 69).

Optamos trabalhar inicialmente com uma amostra a partir de uma seleção de artigos enviados ao Grupo de Trabalho (GT) de Mídiação da Religião, publicados nos anais de artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais⁴, evento acadêmico de referência sobre o tema.

O interesse em analisar artigos publicados em repositório específico desse evento, se justifica por sua propositura em “buscar o estado da arte das pesquisas que versam sobre a mídiação e operam em torno do seu conceito ou de suas processualidades envolvidas” (MIDIATICOM, 2017).

O evento teve sua primeira edição no ano de 2016, com a mais recente tendo sido realizada entre novembro de 2020 e janeiro de 2021, cuja edição aconteceu de forma remota, por conta da pandemia da covid-19. Já o II Seminário foi realizado em 2018 e organizou os trabalhos que discutiram a Mídiação da Religião em apenas um GT, onde foram apresentados 11 artigos. No ano de 2019 a organização do III Seminário fez uma modificação no nome do GT e o denominou de “Religião – permanências em movimento”. Naquele ano, o GT recebeu 8 artigos. Já no ano de 2020, a organização não organizou GT com este tema e, por isso, a quarta edição do evento não foi contemplada em nossa revisão integrativa.

⁴ Disponível em: < <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticacao-artigos/issue/archive> >. Acesso em: 11 fev 2022.

Diante dos 35 artigos distribuídos nos anais publicados em 2017, 2018 e 2019, estabelecemos como critérios para seleção da amostra de análise os seguintes filtros: artigos publicados em português no GT de Miatização da Religião; trabalhos resultantes de pesquisas empíricas; pesquisas com foco em análises de objetos inscritos no ambiente digital e artigos que abordaram os conceitos de Miatização da Religião e/ou religiosidade miatizada.

De modo a operacionalizar esses filtros no contexto de 35 artigos, fizemos a seleção a partir da leitura do título, resumo e das palavras-chave de cada artigo submetido ao GT de Miatização e Religião, selecionando textos que contemplavam “Miatização da Religião”, “Comunicação e Religião”, “Mídia e Religião” e “Religiosidade miatizada”.

Sendo assim, o corpus de análise no processo de nossa revisão integrativa resultou em seis artigos publicados nos anais do I Seminário (2017), cinco artigos publicados no II Seminário (2018) e apenas um artigo publicado no III Seminário (2019). Dentre os 5 artigos do II Seminário, um é de autoria deste autor e resolvemos deixar de fora da seleção, resultando em onze artigos.

Resultados e diálogos a partir da revisão integrativa

No processo de organização dos dados coletados, o primeiro contato com os trabalhos selecionados foi a leitura integral de cada artigo. Elaboramos um quadro de apresentação do material contendo o título, os autores, o objeto empírico e a construção metodológica em tensionamento com a miatização da religião.

Quadro 1. Apresentação dos artigos selecionados

SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MÍDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS			
Artigos selecionados do GT Mídiatização da Religião - I Seminário - 2017			
Título	Autores	Objeto empírico	Metodologia
A circulação discursiva de Macedo e Santiago nas redes sociais Twitter e Facebook	Francieli Jordão Fantoni	Estratégias discursivas dos líderes religiosos Edir Macedo e Valdemiro Santiago nas redes sociais Twitter e Facebook	Teoria dos Sistemas de Niklas Luhmann e a semiologia de Eliseo Véron
Mídiatização da Religião como experiência vivida	Ana Cássia Pandolfo Flores da Rosa	Observação empírica da atuação e de relatos dos responsáveis pelo blog "O Catequista"	Etnografia
Processo de trânsito interacional: a circulação no pastoreio mídiatizado	Dinis Ferreira Cortes	Análise da Associação "Filhos do Pai Eterno" e o seu mentor, padre Robson de Oliveira, no ambiente mídiático da TV e das mídias sociais	Diálogo da Circulação com a Mídiatização
As primeiras pistas no/do caminho: inferências iniciais de uma pesquisa sobre a mídiatização da peregrinação a Santiago de Compostela	Marco Túlio de Sousa	Análise de três grupos no Facebook que mídiatizam a peregrinação a Santiago de Compostela	Mídiatização e observação participante
O "religioso" nas encruzilhadas da circulação mídiática digital	Moisés Sbardelotto	Análise da presença do grupo "Diversidade Católica" no Facebook	Articulação dos conceitos de mídiatização e mídiatização digital com os processos comunicacionais
Renovação Carismática Católica do Brasil e a atualização de suas estratégias mídiáticas	Virgínia Diniz Ferreira e Viviane Borelli	Análise da relação entre a Renovação Carismática Católica do Brasil e os seguidores de sua página no Facebook	Diálogo da Circulação com a Mídiatização
Artigos selecionados do GT Mídiatização da Religião - II Seminário - 2018			
A presença da Igreja Católica nas redes sociais – uma análise das inserções dos padres Fábio de Melo, Marcelo Rossi e Reginaldo Manzotti no Facebook	Fernanda Dewes Cherutti	Estratégias comunicacionais utilizadas pelos padres-celebridades nas mídias sociais, em especial no Facebook	Análise de Conteúdo
O peregrino on-line: a experiência do "romeiro" mediada pelo Facebook	Débora Silva Costa e Davi Moreira Lima	A experiência religiosa mídiatizada de um fiel na Romaria de Finados de Juazeiro do Norte, com conteúdo postado no Facebook	Análise de Conteúdo
Romeiros no WhatsApp: a narrativa da fé em ambiente mídiatizado	Ivan Satuf, Robson Roque e Mychelle Santos	Análise de narrativas mídiatizadas e criadas por romeiros de Juazeiro do Norte, a partir do compartilhamento em grupo de WhatsApp	Articulação da etnografia com a netnografia
Smartphones, aplicativos e peregrinação: identidades (re)-negociadas do peregrino no Caminho de Santiago de Compostela	Marco Túlio de Sousa	Análise de grupos do Facebook dedicados ao Caminho de Santiago	Netnografia
Artigos selecionados do GT Mídiatização da Religião - III Seminário - 2019			
Da TV à internet, dos televangelistas aos youtubers: apontamentos sobre canais evangélicos no YouTube	Allysson Viana Martins e Thaís Rivero	YouTubers evangélicos	Sem metodologia informada

Fonte: elaborado pelos autores.

No decorrer da leitura, observou-se como cada autor ou autora estabelecia diálogos entre a Mídia da Religião e o procedimento metodológico da pesquisa empírica. Desta forma, chegou-se a algumas características desta interface ressaltadas nestes trabalhos:

(1) Rosa (2017), chama atenção para a falta de evidência na maioria dos estudos em Comunicação da implicação da mediação na prática e vivência dos sujeitos:

Ao nos propormos pensar uma interface entre os estudos de mediação da religião e a etnografia para a internet, nosso intuito, além de falar sobre as experiências vivenciadas pelos leigos a partir de sua própria visada, foi encontrar pontos de contato entre as duas linhas teóricas. (ROSA, 2017, p. 226).

(2) Observa-se que, no tensionamento metodológico da mediação, outras teorias são acionadas. É o caso de Fantoni (2017, p. 127), que opta “por ver o problema de pesquisa pelo viés da teoria dos sistemas, proposta por Niklas Luhmann, ao entender que a circulação ocorre a partir da interação intra e inter sistemas”.

O diálogo entre a mediação e outros aportes teórico-metodológicos, materializado no trabalho de pesquisadores, possui ao menos duas consequências relacionadas à epistemologia da Comunicação. A primeira é que, no tensionamento estabelecido nos diálogos, a construção teórica da mediação vai se constituindo a partir de sua plurivocidade diante das pesquisas de fenômenos comunicacionais. É fato que essa opção pela mediação enquanto aporte teórico-metodológico sempre foi construída a partir de diálogos com outros métodos e técnicas de pesquisa, pois “não pesquisamos a partir do zero e sim do conhecimento estabelecido pertinente” (BRAGA, 2011, p. 16).

A outra consequência é que, se não problematizarmos a mediação, não enquanto sua genealogia teórica, mas em se tratando de operacionalização metodológica, parece haver uma certa perda na oportunidade de fazer avançar a natureza original e distinta de sua abordagem enquanto teoria e fenômeno. Como indica Rosa (2017, p. 214), “O mais interessante seria complexificar ainda mais a análise e pensar as processualidades das articulações/hibridações/integrações entre mídia e religião em abordagens que abram mais espaço para a atuação dos sujeitos”.

3) Em nossa revisão integrativa, percebeu-se que, na maioria dos trabalhos, os pesquisadores se esforçam em operacionalizar a metodologia a partir de diálogos entre a Mídia da Religião e o conceito de Circulação. O problema reside no fato de que,

mesmo acionando o conceito de midiaticização em seu trabalho, a maior parte da escrita é dedicada ao conceito de Circulação. É o que acontece em Cortes (2017), por exemplo, que adota a abordagem macro da midiaticização, a partir de Gomes (2017), como “novo modo de ser no mundo”, e de Eliseo Véron.

4) Também é perceptível que a midiaticização, enquanto conceito, tem se tornado uma lente pela qual os pesquisadores enxergam a realidade comunicacional do objeto empírico. O exemplo está configurado na seguinte tomada de decisão diante do objeto: “examina-se, portanto, neste artigo, à luz do conceito de midiaticização” (FERREIRA; BORELLI, 2017, p. 428).

5) Em se tratando de análises dos processos comunicacionais inscritos no ambiente digital, Sbardelotto (2017), sendo um dos autores do GT citado acima, propõe uma articulação entre os conceitos de midiaticização e midiaticização digital, ou seja, o autor tensiona a própria identidade do conceito ao pensar que:

Na midiaticização digital da religião, surgem novas modalidades de percepção e expressão de crenças e práticas religiosas no ambiente digital, graças à publicização de elementos religiosos e à acessibilidade por parte de inúmeros interagentes em rede a tais elementos, em toda a parte e a qualquer momento (SBARDELOTTO, 2017, p. 420).

O autor interpreta as processualidades comunicacionais mediante novas temporalidades, novas espacialidades, novas materialidades, novas discursividades e novas ritualidades complexificadas pelo fenômeno midiático. No nosso entender, a ambiência midiática, as discursividades e o conteúdo midiático-religioso são processualidades midiaticizadas relevantes na pesquisa empírica de fenômenos situados na interface de mídia e religião e, cuja operacionalidade metodológica, pode advir da própria teoria da midiaticização.

Se a midiaticização é a responsável pela modificação de práticas dos campos sociais (BOURDIEU, 1998), inclusive o religioso, implantando “lógicas próprias e diversas” (CHERUTTI, 2018, p. 8), então se faz mais do que necessário irmos além da descrição dessas lógicas e interpretá-las metodologicamente à luz da própria midiaticização. Não vemos problemas em estabelecer relações entre a midiaticização e análise de conteúdo, por exemplo, esta última enquanto método de pesquisa. Porém, o risco que corremos é de ficarmos na superficialidade do fenômeno descrevendo as materialidades de ações individuais e coletivas no ambiente digital. “Os processos midiáticos requerem ser estudados como modos de operação intrínsecos à mídia, para além do conteúdo e de seus

efeitos” (GOMES, 2017, p. 42).

6) Outros autores citam, sem analisar no trabalho, elementos que compõem os processos midiáticos e que devem ser considerados na análise. É o exemplo de Martins e Rivero (2019, p. 16) que chegam à conclusão de que:

Para identificar a maneira como acontece a midiática da religião com fins de evangelização nos canais do YouTube, podem ser avaliados, entre outros aspectos: o tipo de linguagem utilizada; os assuntos mais abordados; o modo como eles são tratados; as expressões cristãs empregadas; a composição de cenário; a edição de imagens; e as vestimentas (MARTINS; RIVERO, 2019, p. 16).

(7) Com a apropriação de ferramentas metodológicas de observação direta, análise de conteúdo na internet e entrevista semiestruturada, Costa e Lima (2018) analisaram a peregrinação online de um “fiel midiático”, compreendendo que a articulação entre o romeiro com as redes sociais digitais transforma sua experiência de fiel. “O fiel midiático faz uso das tecnologias móveis de comunicação para expandir as possibilidades de sua prática religiosa” (COSTA; LIMA, 2018, p. 12).

(8) Percebe-se, desta forma, que a posição de muitos autores diante do fenômeno de midiática ainda é de instrumentalização do midiático. Para operacionalizarmos metodologicamente a midiática da religião, ao que parece, demanda-se assumir esse conceito enquanto processo fundante da própria experiência do sujeito. Mostra-se necessário deslocar as abordagens compreendidas na expressão “estar na rede” para “viver na rede”. No caso do “fiel midiático” (COSTA; LIMA, 2018), por exemplo, este não deve ser compreendido como aquele que usa as tecnologias midiáticas, mas aquele que emerge e habita na ambiência midiática, potencializada pelas tecnologias digitais.

9) Por fim, nesta revisão integrativa também pudemos identificar que, um dos autores mais citados nos trabalhos, quando se trata de midiática da religião, é Martino (2016). Existe uma apropriação, por parte dos autores, da genealogia da midiática da religião ao situar o contexto histórico da articulação entre mídia e religião, destacando-se o fenômeno dos “televangelistas” como ponto-de-partida no interesse dos pesquisadores em relação ao fenômeno da midiática.

Considerações finais

Por se tratar de um recorte específico e atualizado, os trabalhos publicados nos anais do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais sinalizam um importante espaço legitimado de discussões a respeito do conceito de mídiação, embora sem a pretensão de representar todas as pesquisas em Comunicação do país.

Ainda assim, dentro dos limites restritos de sua validade de análise, é possível notar no conjunto de trabalhos examinados uma certa ausência de acordo mínimo a respeito das possibilidades metodológicas relacionadas à mídiação. Nota-se, ao lado de um crescente e elaborado uso do conceito, sua articulação com procedimentos metodológicos diversos, nem sempre diretamente relacionados às perspectivas do fenômeno analisado.

A percepção de Gomes (2004) no início dos anos 2000 parece se manter atual no sentido de que ainda falta o desenvolvimento consistente da operacionalização metodológica de conceitos de natureza comunicacional, não a partir do manejo de conceitos de outras ciências, mas a partir da própria mídiação.

Na revisão integrativa empreendida neste artigo, nossas inferências não pressupõem uma exclusividade de procedimento teórico-metodológico da mídiação, uma vez que compreendemos que a mídiação é mais uma das várias teorias que trazem efervescência ao campo da Comunicação, indagando a realidade empírica.

Se já temos uma trajetória bem desenvolvida a partir dos recenseamentos do conceito da mídiação torna-se necessário que, pensemos a mídiação não apenas como referencial teórico, mas também como procedimento metodológico. Nas palavras de França (2020), os artigos analisados indicam que embora existam indícios que apontam para esta direção, ainda precisamos nos deslocar de modo mais contundente de uma abordagem “macro conceito descritiva” da mídiação e operá-la enquanto uma “abordagem analítico-processual”.

Referências

ABREU, Danielle C. N.; LACERDA, Juciano S.. A publicidade no contexto das postagens efêmeras no Instagram: uma revisão integrativa. **Revista Alaic**, v. 19, p. 66-79.

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

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

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

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

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

BRAGA, José L. Prefácio. *In*: FAXINA, E.; GOMES, P. G. **Midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2016, p. 5-16.

CARLÓN, Mario. Individuos, colectivos y polarización en la inestable situación generada por la mediatización y circulación contemporánea del sentido. *In*: FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; ROSA, Ana Paula da. **Midiatização, polarização e intolerância**. Santa Maria: Facos, 2020. p. 249-274. Disponível em: encurtador.com.br/agmM7. Acesso em: 10 fev. 2022.

CHERUTI, Fernanda D. A presença da Igreja Católica nas redes sociais. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, [S.l.], v. 1, n. 2, jul. 2018. ISSN 2675-4290. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/189>. Acesso em: 10 fev. 2022.

CORTES, Dinis F. Processo de trânsito interacional: a circulação no pastoreio midiatizado. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, [S.l.], v. 1, n. 1, jun. 2017. ISSN 2675-4290. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/70>. Acesso em: 10 fev. 2022.

COSTA, Débora S.; LIMA, Davi M. O Peregrino online. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, v. 1, n. 2, jul. 2018. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/188>. Acesso em: 10 fev. 2022.

COULDRY, Nick. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. **New Media and Society**, v. 10, n. 3, p. 373-391, 2008.

COULDRY, Nick.; HEPP, A. **The mediated construction of reality**. London: Polity, 2016.

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

FANTONI, Francieli J. A circulação discursiva de Macedo e Santiago nas redes sociais Twitter e Facebook. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 1, jun. 2017. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/63>>. Acesso em: 10 fev. 2022.

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

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

FERREIRA, Jairo. Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. **E-Compós**, Belo Horizonte, v. 10, n. 3, p. 1-13, 2007.

FERREIRA, Jairo. O método como mediador e o lugar da midiatização. **Seminário da Rede Prosul Midiatização, Sociedade e Sentido - Aspectos Metodológicos**. São Leopoldo, Unisinos, 2008.

FERREIRA, Virgínia D.; BORELLI, Viviane. Renovação Carismática Católica do Brasil e a atualização de suas estratégias midiáticas. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 1, jun. 2017. ISSN 2675-4290. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/79>>. Acesso em: 10 fev. 2022.

FRANÇA, Vera V. Alcance e variações do conceito de midiatização. In: FERREIRA, Jairo; GOMES, Pedro Gilberto; FAUSTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; ROSA, Ana Paula da. **Redes, sociedade e pólis**. Santa Maria, Rs: Facos-Ufsm, 2020. p. 23-44.

GASPARETTO, Paulo R. A complexidade do conceito de midiatização 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. Midiatização da religião. São Paulo: Paulinas, 2011.
GOMES, Pedro G. **Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.

- GOMES, Pedro G. **Dos meios à midiatização**. São Leopoldo: Unisinos, 2016.
- GOMES, Pedro G. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Famecos**, v. 23, n. 2, p. 1-15, 2016.
- GOMES, Pedro G. A metodologia como problema para a pesquisa de mídia e religião. **Seminário da Rede Prosul Midiatização, Sociedade e Sentido**. São Leopoldo, Unisinos, 2008.
- GOMES, Pedro G. **Tópicos de teoria da comunicação**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.
- HEPP, Andreas. **Cultures of mediatization**. Londres: Polity, 2012.
- HEPP, Andreas; HJARVARD, Stig.; LUNDBY, Kurt. Mediatization: empirical perspectives. **Communications**, Berlin, v. 35, n. 3, p. 223-228, 2010.
- HEPP, Andreas. **Cultures of mediatization**. Londres: Sage, 2016.
- HEPP, Andreas. Da Midiatização à Midiatização profunda. In: FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; ROSA, Ana Paula da. **Midiatização, polarização e intolerância**. Santa Maria: Facos, 2020. p. 23-37.
- HJARVARD, Stig. Doing the right thing: media and communication studies in a mediatized world. **Nordicom Review**, Göteborg, v. 33, n. 1, p. 27-34, 2012.
- HJARVARD, Stig. **The mediatization of culture and society**. Londres: Routledge, 2013.
- HJARVARD, Stig. The mediatization of religion: a theory of the media as agents of religious change. **Northern Lights**, Copenhagen, v. 6, n.1, p. 9–27, 2008b.
- HJARVARD, Stig. The mediatization of society. **Nordicom Review**, v. 29, n. 2, p. 105–34, 2008a.
- KROTZ, Friedrich; HEPP, Andreas. A concretization of mediatization. **Empedocles**, v. 3, n. 2, p. 137–152, 2011.
- LIVINGSTONE, Sonia. On the mediation of everything. **Journal of Communication**, Hoboken, v. 59, n. 1, p. 1-18, 2008.
- MARCONDES FILHO, Ciro. A virada comunicacional. Ou porque os estudos de "midiatização", de hábito e da Teoria dos Media passam ao largo da comunicação. **Famecos**, v. 22, n. 2, p. 134-145, 2015.
- MARTINO, Luís M. S. **Teoria das mídias digitais**. Petrópolis: Vozes, 2014.
- MARTINO, Luís M. S. 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, Luis M. S. **Mídia, religião e sociedade**. São Paulo: Paulus, 2016b.
- MARTINO, Luís M. S. Rumo a uma teoria da midiatização. **Intexto**, v. 1, n. 45, p. 16-34, 2019.
- MARTINO, Luís M. S. **The mediatization of religion**. Londres: Routledge, 2016a.
- MARTINS, Allysson Viana; RIVERO, Thaís. Da TV à internet, dos televangelistas aos youtubers: apontamentos sobre canais evangélicos no YouTube. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, [S.l.], v. 1, n. 3, ago. 2019. Disponível em: < <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/280> >. Acesso em: 10 fev. 2022.
- MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. DE C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & Contexto**, v. 17, n. 4, p. 758–764, 2008.
- PARES, D. A. Comunicação como midiatização. **Em Questão**, v. 14, n. 2, p. 247-259, 2008.
- ROSA, Ana Cássia Pandolfo Flores da. Midiatização da religião como experiência vivida. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, [S.l.], v. 1, n. 1, jun. 2017. Disponível em: < <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/67> >. Acesso em: 10 fev. 2022.
- RÜDIGER, F. Os estudos de mídia e a problemática epistemológica da teoria da midiatização – uma nova escolástica? **Intexto**, v. 34, n. 3, p. 745-769, 2015.
- SBARDELOTTO, Moisés. O “religioso” nas encruzilhadas da circulação midiática digital. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 1, jun. 2017. Disponível em: < <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/78> >. Acesso em: 10 fev. 2022.
- SBARDELOTTO, Moisés. “Olhares” sobre a Midiatização: entre o teórico e o empírico, o micro e o macro, o local e o global. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 2, jul. 2018. ISSN 2675-4290. Disponível em: < <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/177> >. Acesso em: 10 fev. 2022.
- SBARDELOTTO, Moisés. Olhares sobre a midiatização: Observando ações teórico-metodológicas de observação na pesquisa em Comunicação. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 4, abr. 2020. ISSN 2675-4290. Disponível em: < <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/1342> >. Acesso em: 10 fev. 2022.

SGORLA, F. Discutindo o “processo de midiaticização”. **Mediação**, v. 9, n. 8, p. 60-68, 2009.

SIGNATES, Luiz. O que é especificamente comunicacional nos estudos brasileiros de Comunicação na atualidade? In: BRAGA, José Luiz *et alli* **10 perguntas para a produção de conhecimento em Comunicação**. 2. ed. São Leopoldo, Rs: Unisinos, 2019. p. 19-29.

SILVA, Odlinari Ramon. N.; COSTA, Luciana M. O pastor de internet e a midiaticização digital da religião. **Tropos**, Rio Branco, v. 10, n. 1, jul. 2021. Disponível em: < <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4522> >. Acesso em: 10 fev. 2022.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

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.