

MIDIATIZAÇÃO DA ROMARIA DA MEDIANEIRA: ALGUNS OLHARES DO ÂMBITO DA RECEPÇÃO¹

MIDIATIZATION FROM ROMARIA OF MEDIANEIRA: SOME LOOKS OF THE AMBIT FROM RECEIVER

Carlos Renan Samuel Sanchotene² e Viviane Borelli³

RESUMO

A Romaria da Medianeira, além de ser um acontecimento religioso, cultural e sociológico é também um fenômeno midiático, pois envolve os processos de midiáticação das relações entre campos sociais, em que o midiático faz a mediação entre os demais, construindo e estruturando a sua própria cerimônia. A partir de observações e entrevistas com onze receptores santa-marienses, estuda-se como eles lidam com a oferta discursiva midiática da Rede Vida, produzindo os seus próprios sentidos num contexto em que os processos via televisão representam uma atividade social específica a partir da construção de outras sociabilidades. Através do estudo, percebe-se que cada vez mais as ações sociais são midiaticizadas.

Palavras-chave: midiáticação, recepção, religião, Romaria da Medianeira.

ABSTRACT

The Medianeira Procession isn't just a religious, cultural and social event, it is a media phenomenon for it encompasses media processes of relations among social fields, in which the media connects the others, constructing and structuring its own ceremony. Based on observations and interviews with eleven Santa-mariense receivers, this research studies how they deal with the discursive media offer from Rede Vida, producing their own meanings in a context in which the processes by television represent a specific social activity based on the construction of other socializations. Through this study, we realize that more and more, social actions are transmitted by the media.

Keywords: *mediatization, receiver, religion, Romaria of Medianeira.*

¹ Trabalho de Iniciação Científica - UNIFRA.

² Acadêmico do Curso de Comunicação Social - Jornalismo - UNIFRA.

³ Orientadora - UNIFRA.

INTRODUÇÃO

A Romaria da Medianeira é um tradicional acontecimento religioso e tem um forte laço identitário com Santa Maria. O início da devoção à Nossa Senhora Medianeira começou na Bélgica e se proliferou em diversos lugares do mundo. Em Santa Maria, a devoção começou no início do século XX.

Em 1930, aconteceu a primeira festa de Medianeira e, em 1942, torna-se oficial com a designação de padroeira do Estado do Rio Grande do Sul. São dois acontecimentos distintos: o presencial e o midiático. O presencial que se estabelece a partir da peregrinação de devotos e o midiático a partir de dispositivos que anunciam Medianeira, tais como: a criação do quadro da Santa, santinhos, hino, música, sistema de som da própria festa. Existe, ainda, a criação de mídias próprias por parte da Diocese de Santa Maria, como a Rádio Medianeira, em 1960, e o jornal O Santuário, em 1977, além da visibilidade garantida por mídias católicas, como a revista Rainha dos Apóstolos, criada em 1923.

A Romaria atrai centenas de milhares de devotos todos os anos (nos últimos anos, são 280 mil) que percorrem uma distância de quase 3 quilômetros, da Catedral Diocesana, no centro da cidade, até o Altar Monumento, na Basílica e Parque da Medianeira onde é realizada a missa principal. O quadro de Medianeira é transportado durante a procissão que antecede a missa, marcada para as 10h, mas inicia apenas após a chegada da imagem.

A festa santa-mariense é historicamente atravessada e constituída por dispositivos técnico-simbólicos de pequeno, médio e grande alcance. Nos anos 30, quando iniciaram os movimentos de devoção, já eram produzidos dispositivos de alcance mais limitado para divulgar e apresentar Medianeira – um quadro, criação de um hino, música além de produção de santinhos, panfletos, folhetos. Em relação aos dispositivos midiáticos de alcance ‘massivo’, há a mídia impressa (anos 30), a radiofônica (anos 40) e, mais recentemente, a televisiva, através da Rede Vida, que transmite a festa ao vivo para todo o Brasil desde 1996.

A entrada da Rede Vida na cobertura ao vivo da Romaria representa uma reconfiguração dos sentidos dessa festa, em que o campo religioso passa a estreitar e desenvolver complexas relações com o dispositivo midiático, que opera como campo a partir de lógicas singulares. A Rede Vida, emissora católica administrada pelo Inbrac (Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã), passa a mediatizar a Romaria da Medianeira em 1996, um ano após a inauguração da emissora.

Os dispositivos técnico-simbólicos atuam historicamente sobre a Romaria, modificando-a através de construções próprias – a seleção, a angulação, o enquadramento, a hierarquização, a edição. Essa mediação midiática deve ser compreendida em seus constantes vínculos e nas mudanças sociais que implicam novos modos de vivência no mundo (MARTÍN-BARBERO, 2004).

A mídia não é concebida apenas como um suporte material, um meio técnico, mas também como um dispositivo simbólico, que é muito mais que um aparato técnico, pois é um lugar signifiante e estruturante das relações sociais. O dispositivo é um lugar complexo constituído de materialidades e subjetividades, que orienta, hierarquiza e codetermina os sentidos a partir de estratégias próprias (BORELLI, 2006).

Através de operações enunciativas, o dispositivo midiático constrói um outro conceito de religião que não se realiza mais só no âmbito institucional da Igreja, mas na esfera midiática que é marcada por relações de passagem, temporalidade, efemeridade.

Dentro do âmbito de estudos que relacionam os campos midiático e religioso, há uma abordagem específica que trata da recepção, objeto de discussão a seguir.

A PESQUISA DE RECEPÇÃO E PRODUTOS RELIGIOSOS

De acordo com Gomes (1997), é na recepção e não na emissão que se produz a comunicação e o que caracteriza os estudos de recepção são as reflexões sistemáticas sobre os processos de percepção, negociação e apropriação dos diversos segmentos da audiência. Segundo o autor, o processo de recepção passa por diversos ‘cenários’ que acabam negociando as mensagens, produzindo sentidos ou não. Entende-se por cenário os lugares onde há uma relação de comunicação estabelecida a partir do contato com outros sujeitos produtores de sentidos, tais como a família, a escola, a igreja, o ambiente de trabalho, etc.

A tradição da pesquisa latino-americana começa a ganhar força a partir da incorporação das proposições de Martín-Barbero (2003), cujo foco é o espaço cultural do receptor, o papel das mediações na configuração da relação entre sujeito-receptor e meios de comunicação, ou seja, esse sujeito resiste à lógica midiática a partir da identificação das negociações ressignificando os conteúdos ofertados pela mídia.

Essas mediações podem ser determinadas pela capacidade de produção de sentidos de cada indivíduo e a apropriação dos bens culturais que é singular, podendo ser definido por sua história de vida, hábito, costume, tradição, etc. Nessa perspectiva, Martín-Barbero (2003) diz que as mediações são os lugares nos quais se produz e se efetiva a comunicação e é, também, um espaço para pensar a comunicação a partir da cultura. A partir dessa apropriação dos bens culturais, que é singular, o receptor tem o poder de decodificar a mensagem de forma negociada e produzir significados.

Nos últimos anos, desenvolveram-se alguns estudos específicos sobre a recepção de produtos religiosos, apontando questões como a reconfiguração do mercado religioso da fé, a constituição de uma comunidade de sentido singular, a compreensão de como os receptores formulam seus próprios sentidos acerca dos programas religiosos, além da constatação de tipologias de públicos receptores.

Sierra Gutiérrez (2006) analisa a emissora católica Rede Vida, verificando através de leitura de programas devocionais e de mecanismos da recepção novas “reconfigurações da religiosidade”. Essa nova forma de fazer religião é designada pelo pesquisador como a ‘tele-fé’, um outro modo de realização da religião na sociedade atual que é marcada pelas lógicas técnico-discursivas.

Uma questão imprescindível nos estudos sobre a midiaticização da religião é observar a criação de outras formas de pertencimento, que geram um novo formato de comunidade religiosa. É o que Gasparetto (2006) estabelece como uma convergência de um novo coletivo, em que as articulações e negociações que os protagonistas desta nova comunidade estabelecem com as ofertas midiáticas.

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

A pesquisa foi realizada por meio de aplicação de técnicas como observação e entrevista, especialmente com católicos residentes em Santa Maria que já participaram da Romaria presencial, mas, por distintas razões, passaram a acompanhar a recepção televisiva em suas residências.

As entrevistas com fontes orais foram realizadas a partir de um pré-roteiro, com algumas questões-chave (aspectos sócio-culturais, histórico, midiático e religioso) que orientam o momento da interação entrevistador-entrevistado, também houve certo grau de flexibilidade para que o entrevistado contasse sua experiência. Segundo Gil (1994), a entrevista possibilita detalhamentos

sobre determinados fatos, temas e acontecimentos que se queira compreender, aprofundar ou abordar de uma forma geral.

Foram realizadas observações para poder mapear distintas situações de recepção, a fim de estabelecer tipologias de recepção em relação à Romaria Tele-midiática. O requisito principal era ser católico e ter vínculos com a Romaria para que fosse possível compreender como a festa se transformou para essas pessoas e caminhou em direção de uma religião midiaticizada.

Para tanto, utilizou-se como estratégia os mecanismos de divulgação o jornal comunitário da Diocese de Santa Maria, O Santuário e a rádio católica local, Medianeira AM, nos quais foram detalhados os propósitos da pesquisa, buscando identificar possíveis receptores. Além disso, aplicaram-se questionários em paróquias do centro e interior da cidade e, ainda, foi realizado um contato por telefone com as secretarias das paróquias e padres responsáveis. A partir de todas essas ações, foram identificadas 17 pessoas que assistiriam o evento pela televisão.

Os principais critérios de escolha dos entrevistados foram o acesso e a disponibilidade para participar da pesquisa. Num total de 17 possíveis entrevistados, foram escolhidos 11 por questões de receptividade e acessibilidade. Destes, uma tem mais de 90 anos, duas mais de 80, duas mais de 70 e seis estão na faixa dos 60 anos. Ainda, deve-se levar em conta que a grande maioria dessas pessoas tem limitações físicas e problemas de saúde, alguns dos motivos que as fazem assistir a Romaria pela televisão.

Foram entrevistadas onze pessoas em quatro lugares distintos. Entretanto, no momento da transmissão que aconteceu das 9h 30min às 11h do dia 11 de novembro de 2007, foram acompanhadas nove pessoas. Duas, portanto, assistiram sozinhas e foram entrevistadas no dia seguinte.

Além da entrevista, foram observados os momentos da midiaticização, acompanhando-se receptores em quatro ambientes distintos: uma residência na região central de Santa Maria, onde se acompanhou uma devota; uma residência em Camobi, região leste, onde se observou um casal; uma residência no distrito de Boca do Monte, localizado a 15 quilômetros de Santa Maria, onde duas mulheres receberam em sua casa três vizinhas para assistirem juntas e, ainda, um ambiente institucional (Clínica Geriátrica Nossa Senhora de Lourdes), onde se assistiu à Romaria com uma idosa.

ROMARIA MUDIATIZADA: ALGUMAS PERCEPÇÕES

Para melhor sistematizar e analisar os dados do trabalho de campo, inicialmente, caracteriza-se cada um dos receptores, os designando como R1, R2, R3 e assim por diante. Após, descrevem-se trechos das entrevistas, fazendo-se uma breve análise. Cada enunciado classifica-se como E1, E2, E3 e assim sucessivamente.

ENTREVISTADOS

R. 1 - Guilhermina Delamea Chlosser, 92 anos, viúva, aposentada como agricultora. (Católica. Não vai à Romaria há uns 10 anos, desde que sua irmã ficou doente e que quebrou uma perna).

R. 2 - Leda Mazzorani, 62 anos, casada, aposentada como costureira. (Católica. Sempre foi à Romaria, mas deixou de ir há alguns anos para cuidar de uma tia).

R. 3 - Irene Bordin Moretti, 60 anos, casada, aposentada como agricultora. (Católica. Nunca foi à Romaria).

R. 4 - Maria Schultz, 69 anos, casada, aposentada como dona de casa. (Católica. Nos últimos dois anos deixou de ir à Romaria porque comprou uma casa no distrito da Boca do Monte, onde passou a se reunir todos os finais de semana com seus familiares).

R. 5 - Ingracia Reginatto, 73 anos, solteira, aposentada como dona de casa. (Católica. Foi só uma vez à Romaria).

Local das entrevistas: casa de Guilhermina Delamea Chlosser, distrito de Boca do Monte, Santa Maria, RS, em 11/11/2007.

R. 6 - Enídio Amadeu Weise, 63 anos, casado, aposentado como comerciante. (Católico. Sempre foi à Romaria. Não vai há 10 anos por questões de saúde e assiste pela Rede Vida).

R. 7 - Flávia dos Santos Weise, 62 anos, casada, dona de casa. (Católica. Sempre foi à Romaria. Não vai há 2 anos por questões de saúde e assiste pela Rede Vida).

Local das entrevistas: casa da família, Bairro Camobi, Santa Maria, RS, em 11/11/2007.

R. 8 - Leonida Carolina Totto, 76 anos, viúva, pensionista. (Católica Sempre foi à Romaria. Há 2 anos assiste pela Rede Vida).

Local da entrevista: Clínica Geriátrica Nossa Senhora de Lourdes, bairro Nossa Senhora de Lourdes, Santa Maria, RS, em 11/11/2007.

R. 9 - Odila Carilo, 87 anos, viúva, pensionista. (Católica. Participou presencialmente da Romaria por 30 anos. Há um ano deixou de ir. Entrevistada um dia após a transmissão).

R. 10 - Maria Joaquina Ticks, 89 anos, viúva, 2 filhos, pensionista. (Católica. Sempre foi à Romaria. Há dois anos não vai. Entrevistada um dia após a transmissão)

Local das entrevistas: Clínica Geriátrica Nossa Senhora de Lourdes, bairro Nossa Senhora de Lourdes, Santa Maria, RS, em 12/11/2007.

R. 11 - Maria Luiza da Luz, 60 anos, separada, cozinheira. (Católica. Acompanha a Romaria pela Rede Vida desde 2003. Deixou de ir por limitações físicas e problemas de saúde, passando a assistir todos os anos pela televisão).

Local da entrevista: Bairro Dores, Santa Maria, RS, 11/11/2007.

Mesmo abordando questões referentes ao histórico religioso e midiático, além de aspectos socioculturais, este texto trata estritamente das relações referentes à vivência da Romaria midiática. Aqui, serão analisadas apenas questões que mostram como os receptores negociam e produzem seus próprios sentidos acerca de uma festa que foi midiaticizando-se com o passar dos tempos.

Para compreender como os receptores constroem sentidos sobre a Romaria midiaticizada, é fundamental conhecer o funcionamento do processo de midiaticização. Gomes (2006) trabalha a midiaticização no âmbito de um processo social complexo engendrado por mecanismos de produção de sentido social. Para o autor, “a midiaticização é a reconfiguração de uma ecologia comunicacional” (GOMES, 2006, p. 121). Ou seja, através desse processo é possível compreender o funcionamento da mídia e da sociedade que está, cada vez mais, se autopercebendo a partir do fenômeno midiático.

Segundo Verón (1997), a mídia ocupa um lugar central na sociedade, fazendo a mediação entre os campos e seus atores sociais. Ainda, relaciona-se tanto isoladamente quanto simultaneamente podendo, inclusive, ser a única forma de ligação entre ambos. Para o autor, a mídia afeta as relações entre os campos e os sujeitos.

Orozco (2000) acredita que as mediações massmediáticas, aquelas exercidas pelas mídias, possuem tecnologias, linguagens e estratégias comunicacionais distintas e, de alguma forma, acabam influenciando o processo de percepção e interação com as informações.

O processo de midiatização acaba alterando questões históricas e experiências individuais, que através de uma outra leitura da Romaria dão sinais de que são, cada vez mais, midiatizados. Mesmo que a transmissão pela Rede Vida seja a mesma para todo o Brasil, o modo com que os receptores/ex-romeiros a interpretam é singular. As leituras denotam marcas de uma vivência que se transforma, mas que a todo momento é perpassada por fatores relativos à experiência anterior.

E01 - “Lá continua a missa, só terminou aqui, na TV” - **Leda**.

E02 - “Os flashes que conseguiram mostrar da saída da Catedral, o acompanhamento da procissão. Eles não se prenderam numa coisa só, eles mostraram as coisas bem diferenciadas” - **Leda**.

E03 - “Talvez ano que vem seja melhor. A Rede Vida deveria dar oportunidade para nós aqui do sul de ver a nossa padroeira do início ao fim” - **Maria Luiza**.

E04 - “Ano passado achei pouco tempo de transmissão esse ano teve mais espaço” - **Leonida**.

E05 - “Sempre eles fazem algumas modificações na transmissão, mas é mais um ano que a gente recebe a graça de Deus. A religião é a mesma tanto aqui como lá presente (na Romaria)” - **Odila**.

E06 - “Ano passado mostrava muito político, esse ano não mostrou, apareceu só a comunidade, as pessoas que estavam ali para receber e agradecer” - **Maria Luiza**.

E07 - “O apresentador explicou bem o que iria acontecer, o motivo, a beatificação, as relíquias. O problema é quando falam muito, pregam demais e se tornam repetitivo. Mas hoje foi bem claro e motivador” - **Leda**.

E08 - “Achei muito boa a apresentação do repórter. Ele me toca sabe? Por que eu sou muito devota da Medianeira” - **Maria Joaquina**.

E09 - “Hoje de tarde vou comentar com as vizinhas: olha, tu não assistiu na TV a Romaria? Então, tu perdeu porque a transmissão estava muito bonita” – **Irene**.

E10 - “Gostei foi das crianças encenando na Romaria” - **Ingracia**.

E11 - “Bonitos foram os cartazes com aquelas palavras bonitas” - **Guilhermina**.

E12 - “Isso aí é a imagem já produzida, não é ao vivo” - **Enídio**.

E13 - “É ao vivo pai. Ali é recém o começo, olha a Igreja do Mediador”- **Flávia**.

A construção da Romaria midiaticizada elaborada pelos receptores passa pela compreensão de determinadas condições e negociações estabelecidas através de ‘contratos de leitura’ que podem ser definidos como “conjunto de norma e prescrições que um discurso em produção prevê no sentido do receptor observá-lo como condição de interpretação” (FAUSTO NETO, 1996, p. 20). Logo, a relação entre produção e recepção não é linear, pois cada um produz sentidos através de relações complexas, já que cada sujeito (**R**) percebe a Romaria midiaticizada de um determinado modo, que é distinto.

Uma outra forma pode ser explicada através das mediações institucionais, proposta por Orozco (2000), que diz respeito à situação da recepção. Nesse caso, não é o mesmo acompanhar a procissão presencialmente e televisivamente, assim como em grupo (família e amigos) ou sozinho. Outro fator de relevância para esse caso de mediação relaciona-se às condições de recepção dos receptores aqui analisados: todos já participaram da procissão, o que confere uma situação crucial à produção e elaboração dos sentidos frente à midiaticização da Romaria.

Nota-se que cada receptor edita a sua maneira a Romaria midiaticizada. Cada entrevistado avalia a transmissão de forma distinta: alguns relacionam com

edições anteriores (**E04**, **E05** e **E06**), outros julgam o papel do apresentador e repórteres (**E07** e **E08**), bem como da Rede Vida (**E03**).

Além disso, denotam noções de edição, apontando diferenças entre ao vivo e gravado (**E12** e **E13**), presencial e midiático (**E01**). Isso só é possível por pelo menos duas questões: o fato de conhecerem os rituais religiosos e também de saberem que a televisão seleciona e define o que mostrar, deixando de fora outros momentos que poderiam ser televisionados.

Cada um avalia a transmissão, elegendo partes e momentos que consideram mais importantes e significativos para suas vidas, segundo distintas mediações. A midiática da Romaria torna-se um fato importante na rotina das pessoas, a ponto de ser motivo de comentário durante o dia (**E09**), avaliando-a de forma positiva em termos estéticos, performativos (**E10**) ou informacionais e educacionais (**E11**).

Em função da experiência anterior, os receptores fazem referências e distinções entre a Romaria midiática e a presencial a partir de mediações próprias, mencionando aspectos relativos à família, fé, cotidiano e lazer.

E14: “Pela televisão, a gente consegue pegar os momentos mais importantes porque se a gente está lá se distrai. Já a televisão mostra passo a passo, com detalhes. Aqui a gente vê e ouve melhor. Se a gente for lá é quase que nem ir num passeio” - **Leda**.

E15: “Pela televisão a gente até se concentra mais porque nas partes principais você se concentra mais do que lá, onde um empurra outro. Aqui tu consegue se concentrar e fazer uma oração” - **Enídio**.

E16: “Tendo em casa a Nossa Senhora Medianeira, é só pegar e botar junto da televisão. É a mesma coisa que estar lá” - **Irene**.

E17: “Assistindo pela televisão a gente se reconhece na religião da mesma forma que se estivesse lá” - **Leda**.

E18: “Não tem nenhuma desvantagem em olhar pela TV porque a gente vê e ouve a fala de Deus, mas é um evento religioso que estamos assistindo.” - **Leonida**.

E19: “Este ano acompanharei pela TV, que é a mesma coisa. A reza é mesma. O que eu rezo lá, eu rezo pela TV também” - **Odila**.

E20: “Em casa, a emoção é muito grande, tu consegue acompanhar, se concentra e vê as pessoas de fé. Em casa, tu assiste melhor, é mais confortável. Só eu esqueci de pôr o copo da água ali, na TV. O pessoal brinca que a TV vai tomar água, mas depois de benta eu tomo” - **Maria Luiza**.

E21: “Ao assistir pela TV, me emocionei como se eu estivesse lá, porque é um sentimento verdadeiro” - **Guilhermina**.

A percepção da Romaria midiaticizada é avaliada como um aspecto positivo para a maioria dos entrevistados, embora nenhum achasse desvantagem assistir pela TV. A midiaticização é melhor do que a presencial principalmente pelo conforto do próprio lar (**E14, E15 e E50**), já para outros tem o mesmo valor (**E16, E17, E18 e E19**). Outro aspecto levantado refere-se aos sentimentos de emoção e fé que podem ser reforçados através da midiaticização (**E17 e E20**). No entanto, esse mesmo sentimento não apresenta nenhuma diferença entre o presencial e o midiaticizado (**E19 e E21**). O principal aspecto abordado aparece na concentração através da TV, com uma melhor observação nos detalhes que, talvez na procissão presencial, não se pode perceber por diferentes fatores intervenientes (**E14, E15 e E20**).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal da pesquisa foi compreender como são construídos os vínculos entre os receptores e a Tele-Romaria da Medianeira a partir de estudo de recepção da transmissão pela Rede Vida de Televisão.

Com distintas motivações, cada um dos receptores mostrou que lida com a oferta discursiva tele-midiática de forma singular, produzindo os seus próprios sentidos. A partir da edição final da televisão, cada sujeito edita a sua própria Romaria, resultante de relações individuais, familiares e grupais, dos históricos religioso e familiar e do papel que a mídia representa hoje nos processos sociais.

Na observação de campo, quando os receptores foram acompanhados em seus lares, e durante as entrevistas, notou-se que são diversos os processos de preparação para a midiaticização, a vivência durante quase duas horas de

transmissão da Romaria pela televisão, os sentimentos e as vinculações entre o mundo da fé e o pessoal. Há atravessamento de questões midiáticas e elas diferem de receptor para receptor.

Mesmo sendo um estudo que abrange um contexto mais reduzido por reunir apenas entrevistados santa-marienses que já participaram da Romaria de forma presencial, pôde-se observar que a compreensão dos modos com que a sociedade hoje é perpassada pela midiatização só é possível por meio da experimentação teórica-metodológica e empírica proporcionada pela pesquisa.

Os estudos em recepção conseguem apontar pequenos fragmentos e algumas facetas dos modos com que os sujeitos sociais vivenciam suas próprias experiências em distintos campos. Esses indícios, por meio da pesquisa, denotam que cada vez mais a experiência, seja individual, familiar ou social, é predominantemente midiatizada.

REFERÊNCIAS

BORELLI, Viviane. **From the celebration to the eyes of the media: the media strategies of Rede Vida in building the religious event** – “The Tele Romaria of Medianeira”. Paper apresentado no Porticus Fellow’s Research Seminar. Sigtuna, Suécia, 4 e 5 de julho de 2006.

FAUSTO NETO, Antonio. **Televisão e vínculo social**. Telejornal - modos de recepção e posições de leituras. São Paulo, Trabalho apresentado na Compôs, 1996.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Procesos mediáticos y la construcción de nuevas formas de pertenencia. Estrategias de reconocimiento y efectos del sentido de los “protagonistas” de la comunidad, los receptores leales**. Paper apresentado no Porticus Fellow’s Research Seminar. Sigtuna, Suécia, 4 e 5 de julho de 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GOMES, Pedro Gilberto. **A Filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

GOMES, W. S. **Estudos Críticos e Estudos de Linguagem na Pesquisa em Comunicação**. INTERCOM, São Paulo, SP, 1997.

OROZCO GOMES, Guillermo. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: Universidade nacional de la Plata, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, Año I, n.1, Julio/Diciembre 2004. São Paulo: ALAIC, 2004.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

SIERRA GUTIÉRREZ, Luis Ignacio. **La TELE-FÉ. Estratégias de reconhecimento de sentidos religiosos de telefíeis Del canal Rede Vida de Televisión**, en Porto Alegre, RS, *Brasil*. Paper apresentado no Porticus Fellow's Research Seminar. Sigtuna, Suécia, 4 e 5 de julho de 2006.

VERON, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**, n. 48, Lima: Felafacs, 1997.