

A complexidade do conceito de midiatização e a construção de novas comunidades de pertencimento

Paulo Roque Gasparetto¹

Unilasalle

Resumo

O texto se propõe a examinar o fenômeno da midiatização da religião e a forma como a mídia afeta as práticas sociais a partir de duas dimensões – de caráter teórico para contribuir para a explicação da complexidade do conceito de midiatização, de modo que ele possa ser considerado um operativo para a pesquisa em mídia e religião – tomando como referência e apontando-se para o fato de que a midiatização afeta as práticas religiosas e faz surgir novas formas de “agrupamentos”. No entanto, ao lado desse papel central da mídia, percebemos, também, que há uma religião que emerge da relação da mídia com a sociedade que, por sua vez, é permeada por diversas lógicas que ultrapassam o controle da produção.

Palavras-chave:

Complexidade; Midiatização; Religião;

Abstact

The text sets out to examine the phenomenon of midiatização of religion and how the media affects socialpractices from two dimensions –

theoretical character in order to contribute to the explanation of the complexity ofthe concept of midiatização, so that it can be considered an operative for research in media an

¹ Doutor em Comunicação pela UNISINOS, São Leopoldo/RS. Professor da UNILASALLE e membro do grupo de pesquisa “plurivocidade do conceito de midiatização” da CNPq.

d religion –

taking as a reference and pointing to the fact that mediatization affects religious practices and brings out new forms of "groups". However, alongside this central role of the media, we realize, too, that there is a religion that emerges from the relationship of the media with the society which, in turn, is pervaded by diverse logics that are beyond the control of the production.

Keywords:

complexity; mediatization; religion;

1. Consideração Introdutória

No primeiro passo, partimos do uso do conceito referido na esfera dos estudos num diálogo para realizar uma fenomenologia da mediatização da sociedade, que, o seu turno percebe que o termo mediatização encontra-se em múltiplos textos. Ali, estuda-se qual é o conceito de mediatização, que na verdade, não possui uma compreensão unívoca nos diversos ambientes.

Neste sentido, o conceito de mediatização abarca vários matizes e significado entre pesquisadores e programas de pós-graduação dinamizados pelo trabalho teórico e por operações metodológicas.

Os aportes de pesquisadores vinculados à Universidade do Vale do Rio dos Sinos² expressa um conceito de *bios midiático* mais abrangente que a análise dos dispositivos tecnológicos. É uma configuração de constituição de ambiências e de novas interações.

A técnica complexa, esgarçada, passa a redesenhar o modo de ser dos campos sociais e dos seus processos. Ou seja, as práticas midiáticas afetam práticas sociais, e também as práticas midiáticas afetam de tal ponto as práticas religiosas trazendo-as para o seu ambiente, nas suas lógicas e nas suas operações.

² Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, que tem os Processos Midiáticos como Área de Concentração, vinculados à Linha de Pesquisa Mediatização e Processos Sociais: Antônio Fausto Neto, José Luiz Braga, Jairo Ferreira e Pedro Gilberto Gomes.

Segundo Pedro Gilberto Gomes, o que está surgindo é um novo modo de ser no mundo, representado pela midiatização da sociedade. Supera-se a mediação como categoria para se pensar a realidade hoje. “Podemos dizer que a midiatização nos coloca numa outra galáxia que supera a chamada Aldeia Global. É um processo mais avançado do que uma simples retribalização. A *Galáxia Midiática (ou midiatizada)* cria o fenômeno da *glo(tri)balização*.”³ Segundo o autor, esse aspecto sinaliza a possibilidade da busca de uma visão unificada da sociedade. Um novo modo de ser no mundo configurado pela midiatização social num retorno ao Uno.

Para Antônio Fausto Neto, na sociedade da midiatização é o desenvolvimento de processos e protocolos de ordem sociotécnico-discursiva que vão redesenhando a questão dos vínculos sociais.⁴ Estes são submetidos a uma nova ambiência, cujo funcionamento decorre de novas estratégias enunciativas. “Tecnologias são convertidas em meios de interação e redefinidoras de práticas sociais”.⁵

Neste sentido, a midiatização estrutura-se como um processo mais complexo que traz no seu interior os mecanismos de produção de sentido social. Uma chave para a compreensão e interpretação da realidade.

A perspectiva proposta aqui é uma compreensão multidimensional do conceito, que possibilite uma compreensão do objeto em sua complexidade. As mídias não se explicam somente por meio de sua tecnologia, nem somente pela sua ação dos sujeitos envolvidos nas realidades concretas, ou mesmo só pelo discurso específico de cada meio.

Nessa direção, o funcionamento dessa nova ambiência se dá não através de um meio isolado, mas por um dispositivo investido de uma complexidade sociotécnico-discursiva. O conceito de midiatização passa então a ser articulado a partir de três polos em relação de mútua determinação, formando uma matriz. Nessa matriz primária, não

³ GOMES, Pedro Gilberto. 2008. *Midiatização e processos sociais na América Latina*. Organizadores: Antônio Fausto Neto, Pedro Gilberto Gomes, José Luiz Braga e Jairo Ferreira, São Paulo: Paulus – (Coleção Comunicação).

⁴ FAUSTO NETO, Antônio. *Enunciação, auto-referencialidade e incompletude*. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, PUCRS – Porto Alegre, n. 34, dezembro de 2007.

⁵ Idem, p. 80.

só cada um dos polos condiciona o outro, como cada um pode interceder nas relações entre os dois.⁶

Uma complexidade caracterizada pela sua formulação técnica, social e discursiva. Em contraposição aos processos sociais que possuem múltiplos dispositivos específicos, os processos midiáticos não podem subsistir sem *dispositivos tecnológicos, discursivos e sociais*, os quais lhes conferem particular especificidade.

A partir disso, o mundo midiático, apoiado nos seus dispositivos, cria assim seu próprio “regime de verdade”.⁷ O conceito remete ao comunicacional, quando acentua o dizível e visível nos agenciamentos de poder.⁸ Ou, ainda quando as tecnologias são o lugar onde o processo de mediação da sociedade é acentuado em direção a tornar-se processo interacional de referência.⁹

Nesta visão, as mídias são concebidas não só como meios, mas um amplo ambiente que se transforma em dispositivos, espécie de sistema regulador que por meio de suas próprias auto-operações realiza o funcionamento de um novo tipo de trabalho do registro do simbólico. Assim, um dos níveis de funcionamento da mediação, enquanto dispositivo de enunciação, ocorre por meio de *contratos de leitura* que contêm marcas dos “lugares enunciativos”.¹⁰

Eliseo Verón aponta que “un médium de comunicación social es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de

⁶ FERREIRA, Jairo. *Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos*. Líbero (FACASPER), v. 1, pp. 1-15, 2006.

⁷ Na perspectiva de Foucault, cada sociedade tem o seu *regime de verdade*, a sua ‘política geral’ de verdade; isto é, os tipos de discursos que aceita e faz operar enquanto verdade. Cf. TUCHERMAN, Ieda. 2005. *Michel Foucault, hoje, ou ainda: do dispositivo de vigilância ao dispositivo de exposição da intimidade*. In: Revista Famecos, agosto, Porto Alegre: PUCRS, pp. 40–48. Cf. FOUCAULT, M. 1979. *A microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal. Capítulos 9 e 14.

⁸ DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 2005.

⁹ BRAGA, José Luiz. Sobre “mediação” como processo interacional de referência. GT Comunicação e Sociabilidade, Encontro Anual da Compós, Bauru: junho de 2006. Cd-rom.

¹⁰ FAUSTO NETO, Antonio. *A deflagração do sentido*. Estratégias de produção e de captura da recepção. In: *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

dichos mensajes”.¹¹ Dessa forma, o meio subentende a articulação de uma tecnologia de comunicação com diferentes práticas, tanto no sentido da recepção como da produção.

Outros traduzem o conceito falando em *bios midiático*, como Muniz Sodré. A sociedade em que vivemos não é só a “comunidade” mediada pelos meios, mas a sociedade permeada por processos e técnicas midiáticas. Uma existência na ambiência da midiáticação.

Ao referir-se às transformações sociais viabilizadas pelas tecnologias, Sodré lembra que a mídia e as tecnologias de comunicação produzem transformações importantes no modo de presença do indivíduo do mundo contemporâneo. Aponta que a metáfora do espelho deve ser entendida como um “ordenamento cultural da sociedade em que as imagens deixam de ser reflexos e máscaras de uma realidade referencial, para se tornarem simulacros tecnicamente autorreferentes”.¹²

Alguns estudos, que dão “outros passos”, procuram ressaltar que conceitos e experimentações aonde vêm à midiáticação como a assunção de realidades da vida cotidiana pelos meios de comunicação por meios de coberturas jornalísticas.¹³

Mesmo assim no âmbito da midiáticação alguns autores como Jean-Pierre Poitou¹⁴ considera que os dispositivos atuais de comunicação tornam manifesto o caráter essencial da atividade mental de realizar-se graças aos mediadores. Neste sentido, os processos cognitivos estão, necessariamente, inscritos dentro dos dispositivos. Isso faz com que a noção de dispositivo possua uma posição fundamental na antropologia do conhecimento.

¹¹ VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos de la Comunicación*, n. 48, 1997.

¹² SODRÉ, Muniz. 2002. *Antropológica do espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, Brasil.

¹³ Hermès - Une revue de l'Institut des sciences de la communication du CNRS ([ISCC](#)) n°25 - LE DISPOSITIF –ENTRE USAGE ET CONCEPT (Número coordonné par Geneviève JACQUINOT-DELAUNAY et Laurence MONNOYER), 1999. Todo número aborda os dispositivos midiáticos. O primeiro ponto trata do que aqui nos interessa: I - Le dispositif, une médiation entre sujet et objet.

¹⁴ Jean-Pierre POITOU. [Ce que «savoir s'y prendre » veut dire: Ou du dialogue homme/machine](#), p. 49.

Para Serge Tisseron os fatos psíquicos e os fatos sociais não são dois olhares diferentes direcionados ao conjunto dos dispositivos que nos religam a nós mesmos e os nossos semelhantes.¹⁵

Por fim, Noël Nel trabalha a relação entre os dispositivos e os agenciamentos televisivos.¹⁶ Nel detalha os elementos e os modos de funcionamento do dispositivo televisivo, reconhecendo suas dimensões técnica e simbólica, afirmando que é preciso compreender a ação da televisão em toda a sua complexidade de onde derivam “co-presentes de significações: regimes de inteligibilidade (gestão das informações e dos saberes), de visibilidade-audibilidade (configurações de imagens e de sons), de afetividade (modulações das emoções), de beleza (produção de formas estéticas)”¹⁷

Relatamos alguns exemplos de uma perspectiva outra em termos de mediatização. O acento, como se pode depreender, é colocado apenas nos meios como instrumentos para passar a mensagem. Nesse contexto de múltiplas vozes e da centralidade do fenômeno da mediatização insere-se o trabalho investigativo na esperança que estas pesquisas contribuam no processo de compreensão do fenômeno da mediatização no mundo em que vivemos.

2. Lugar da *conversa*

Examinarmos algumas “conversações” destas questões sobre de como as pesquisas podem ajudar a compreender a complexidade dos processos midiáticos. Buscar uma compreensão mais aprofundada do assunto nos remete necessariamente a um contexto vasto e complexo no qual convergem uma série de fatores e perspectivas que vão nos ajudar a descobrir a relevância desse estudo, desde uma perspectiva midiática e comunicacional

Dentro deste contexto de referência da mediatização da religião queremos trazer uma singela contribuição. Estamos trabalhando sobre esse tema há pelo menos dez anos. No mestrado mostramos uma parte do dispositivo midiático na ação da produção.

¹⁵ Hermès - Une revue de l'Institut des sciences de la communication du CNRS ([ISCC](#)) n°25.

¹⁶ Noël NEL. [Des dispositifs aux agencements télévisuels \(1969-1983\)](#), p. 131.

¹⁷ NEL, Noël. *Des dispositifs aux agencements télévisuels*. In: Le dispositif: entre usage et concept. Hermès 25, 1999, p. 137.

¹⁸ No doutorado a proposta visou investigar o processo comunicacional na instância da recepção telemidiática religiosa. ¹⁹ Buscando descrever e compreender os sentidos e as estratégias de construção das novas comunidades de pertencimento. ²⁰

Na verdade ainda reconhecemos as dificuldades dessas duas partes interligadas, fazer avanços sobre esses pontos de articulação entre produção e recepção, juntamente com a “plurivocidade do conceito de midiatização” continua o nosso desafio. Segundo Verón, “é a articulação entre produção e recepção dos discursos a questão fundamental. Compreender essa articulação constitui, hoje, o desafio principal tanto no plano da teoria como no da pesquisa”. ²¹ Assim, é um desafio estudar produção e recepção por meio dos pontos de articulação entre um e outro.

Nesta nova ambiência, a religião não somente entra nas casas das pessoas, mas também acaba reintroduzindo em seu discurso a corporeidade, conseguindo fazer uma interação com o cotidiano das pessoas. ²² Os aportes de Verón nos ajudam a entender a relação entre produção e recepção, e de modo especial o processo de apropriação que resulta dessa negociação. ²³

¹⁸ GASPARETTO, Paulo Roque. *A midiatização do neodevocionalismo religioso: a experiência da TV Canção Nova*. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2005. O trabalho apresenta a reflexão sobre o papel das mídias na construção da manifestação de novas religiosidades no Brasil, especialmente na elaboração de práticas televisivas neodevocionais.

¹⁹ GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova*. Tese de doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2009.

²⁰ Entendemos por “comunidade de pertencimento” um efeito que resulta de um conjunto de operações, de processos de midiatização por meio de tecnologias convertidas em meios que afetam as relações dessa com a instituição e destas com os atores sociais. Em outras palavras, a “comunidade de pertencimento” é um efeito de agenciamento de operações de discurso apropriadas pelo espaço religioso que ao fazer um intenso uso das tecnologias, em forma de meios, institui novas interações com o universo dos fiéis, convertendo-os em atores de suas práticas.

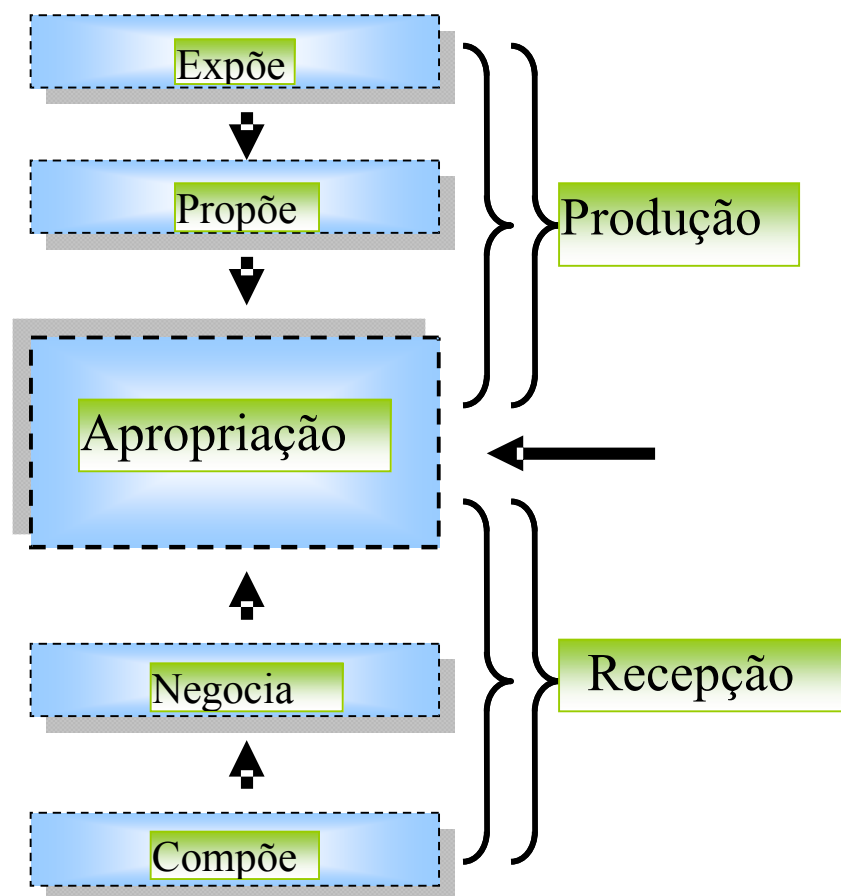
²¹ VÉRON, Eliséo. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo, Editora Unisinos, 2004.

²² A nossa observação obedeceu a três passos: no primeiro passo, a assistência dos fiéis enquanto acompanhavam a programação, com a presença de uma câmera de vídeo e, depois, com a presença de um observador. No segundo passo, buscou-se descrever as estratégias de construção da comunidade de pertencimento por meio de leituras desenvolvidas por “grupos de discussão”. No terceiro passo, valer-se do grupo de discussão objetivando fazer uma avaliação capaz de oferecer informações qualitativas.

²³ VÉRON, Eliséo & LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et sens*. Bibliothèque publique d'information. Centre Georges Pompidou, BPI, Paris, 1989.

Neste sentido, esta articulação dual é bastante semelhante à desenvolvida por mim, a partir do diagrama de Verón em que aparece a negociação entre produção e recepção gerando a apropriação, por ângulos de reinterpretação próprios, parti dele para fazer um segundo diagrama visando compreender os fluxos do processo de interação em que a produção expõe e o nível da recepção apropria-se das mensagens televisivas religiosas.²⁴

Assim, para tornar visível a problemática desses dois polos da produção e da recepção construímos abaixo o nosso esquema, a partir do texto de Verón da *Ethnographie de L'exposition*, onde ele apresenta na forma de diagrama o seu modelo.



²⁴ Os aportes de Verón buscam entender a relação entre produção e recepção, e de modo especial o processo de apropriação que resulta dessa negociação. Faz uma análise do funcionamento de uma exposição cultural, em que as suas condições de produção pela instituição e as suas condições de leitura pelos visitantes, conduzem, de acordo com o autor, a duas interrogações: qual é a natureza do ato de expor e como esse ato afeta o sentido do que é exposto? A outra interrogação referia-se ao peso relativo da motivação de visita e o que é necessário construir para compreender os comportamentos da visita

Conforme dizíamos, é esse fluxo do processo de interação entre produção e recepção, onde se realiza o processo de apropriação. O nível da produção expõe e o nível da recepção compõe a partir de operações que são feitas junto à oferta.²⁵

Dentro da perspectiva expressa, vivemos em um mundo que os fluxos dessas relações são construídos tanto pelas instituições que produzem os conteúdos, quanto pelos receptores que as recebem.

Trata-se, evidentemente, do funcionamento das sociedades pós-midiáticas em que existe uma convergência tecnológica a nível de produção, mas aos mesmo tempo há uma transformação radical nos modos de recepção, como nos diz Verón: “La situación en que estamos entrando es radicalmente diferente y nos obliga a repensar el concepto mismo de ‘recepción’, porque los procesos de consumo se vuelven mucho más complejos. El receptor no es meramente activo: será el operador-programador de su propio consumo multimediático”.²⁶

Isso significa dizer, é claro, que estaríamos em algo novo, uma nova forma de vida que faz emergir objetos complexos. A recepção em tempos de complexidade é um novo objeto e está associado diretamente na construção de novos coletivos no âmbito da mediatização.

Como são construídos esses novos coletivos é uma questão crucial que tentamos persegui-los em nossas pesquisas. Na verdade, os meios estão produzindo constantemente seus próprios coletivos obtidos por esforços permanentes na articulação entre a oferta e demanda, mas sempre “negociada” pela recepção.

²⁵ GASPARETTO, Paulo Roque. *Mediatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento*. São Paulo: Paulinas, 2011 (Coleção comunicação & cultura).

²⁶ VERÓN, Eliseo. *La televisión, esse fenómeno masivo que conocimos, está condenada a desaparecer*”. Entrevista con Carlos Scolari y Paolo Bertetti, en *Alambre: Comunicación, información, cultura*, Milão, Marzo de 2008.

Nota em conclusão

Dentro da perspectiva expressa é fundamental importância contribuir para a explicitação do conceito de midiática de modo que melhor sirva para explicar a realidade complexa em que vivemos hoje.

No processo de pesquisa percebemos uma diversidade de acepções que não se restringe aos programas de pesquisa brasileiros. Ao contrário, ultrapassa as fronteiras em direção à América Latina, aos Estados Unidos e, cruzando o Atlântico, invadem a França, o Reino Unido e tantos outros países. Um trabalho que está apenas começando e que tem um longo caminho a percorrer.

Por outro lado, a técnica como fenômeno organizador das práticas sociais passa a redesenhar o modo de ser dos campos e, conseqüentemente, reorganiza o campo religioso e suas práticas. A mídia organiza, regula, e rege as simbólicas do religioso dizendo que as está mostrando, mas que o faz a partir de um conceito próprio.

Constatamos que, em sua essência, o campo midiático é responsável por promover conexões e interações entre os campos sociais. Os campos estão sendo exigidos pelas aceleradas inovações tecnológicas e as rápidas mudanças socioculturais, a redefinir suas estratégias, seus discursos, suas posições.

Uma constatação de que a sociedade vive num processo acelerado de midiática. Aceitar a midiática como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência. E, neste sentido, aparecem novos questionamentos e novas perguntas. Assim, essa nova realidade de interação repercute sobre o trabalho do observador, o qual precisa levar em conta uma pluralidade de operações no trabalho investigativo.

Reconhecemos a centralidade da midiática que afeta as práticas sociais e faz surgir novas formas de “agrupamentos”. No entanto, ao lado desse papel central da mídia percebemos, também, que há uma religião que emerge da relação da mídia com a sociedade e, por sua vez, é permeada por diversas lógicas que envolvem processos de interações gerando-se interfaces entre produção e recepção de discursos.

No âmbito dessa questão, situa-se a complexidade da relação entre a produção e a recepção que nos dá uma dimensão do ambiente no qual estas duas partes se gestam e que se caracterizam pela multimodalidade de operações, cruzamentos, contatos e processualidades de complexos dispositivos.

A mediação gera “efeitos”, mas não somente “efeitos” de uma consequência imediata e unilateral da oferta produtiva. E também não são necessariamente aqueles efeitos previstos pela produção, mas aqueles que são consequência do trabalho de apropriação realizada pelos receptores, inclusive produzidos por lógicas diferentes. Uma nova realidade que faz emergir relações complexas entre a produção e a recepção.

Evidente que os efeitos desse processo são imprevisíveis, e “só depois” é que deles sabemos. Talvez, agora, devemos enfatizar a importância do trabalhar com perguntas, sem a pressa das respostas conclusivas, numa atitude de processualidade. Como nos diz o professor Fausto Neto que a pesquisa em tempos de mediação deve abandonar os “ditames da maquinaria” e preferir a vagueza e o zigue zague das próprias processualidades das operações enunciativas.

Referências Bibliográficas

- BRAGA, José Luiz. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. GT Comunicação e Sociabilidade, Encontro Anual da Compós, Bauru: junho de 2006. Cd-rom.
- DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 2005. DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 2005.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Epistemologia do zigue-zague*. Primeiro Seminário de epistemologia e pesquisa em comunicação, Unisinos, maio de 2009.
- , *Enunciação, auto-referencialidade e incompletude*. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, PUCRS – Porto Alegre, n. 34, dezembro de 2007.
- , *A deflagração do sentido*. Estratégias de produção e de captura da recepção. In: Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- FERREIRA, Jairo. *Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos*. Líbero (FACASPER), v. 1, pp. 1-15, 2006.
- GASPARETTO, Paulo Roque. *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova*. Tese de doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2009.
- , *A midiatização do neodevocionalismo religioso: a experiência da TV Canção Nova*. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2005.
- , *Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento*. São Paulo: Paulinas, 2011 (Coleção comunicação & cultura).
- GOMES, Pedro Gilberto. 2008. *Midiatização e processos sociais na América Latina*. Organizadores: Antônio Fausto Neto, Pedro Gilberto Gomes, José Luiz Braga e Jairo Ferreira, São Paulo: Paulus – (Coleção Comunicação).
- Hermès** - Une revue de l'Institut des sciences de la communication du CNRS ([ISCC](#)) n°25 - LE DISPOSITIF –ENTRE USAGE ET CONCEPT (Número coordenado par Geneviève JACQUINOT-DELAUNAY et Laurence MONNOYER), 1999. Todo número aborda os dispositivos midiáticos. O primeiro ponto trata do que aqui nos interessa: I - Le dispositif, une médiation entre sujet et objet.
- Jean-Pierre POITOU. [Ce que «savoir s'y prendre » veut dire: Ou du dialogue homme/machine](#).
- NEL, Noël. *Des dispositifs aux agencements télévisuels*. In: Le dispositif: entre usage et concept. Hermès 25, 1999, p. 137.
- , [Des dispositifs aux agencements télévisuels \(1969-1983\)](#), p. 131.



SODRÉ, Muniz. 2002. *Antropológica do espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, Brasil.

VÉRON, Eliseo & LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et sens*. Bibliothèque publique d'information. Centre Georges Pompidou, BPI, Paris, 1989.

-----, Jean-Jacques. *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques em communication*, Paris, Lavoisier, Hermès Science, 2007.

-----, *La televisión, esse fenómeno masivo que conocimos, está condenada a desaparecer*". Entrevista con Carlos Scolari y Paolo Bertetti, en *Alambre: Comunicación, información, cultura*, Milão, Marzo de 2008.

-----, Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diá-logos de la Comunicacion*, n. 48, 1997.

-----, *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo, Editora Unisinos, 2004.