

## **Processos midiáticos e os estudos de mídia e religião no catolicismo – apontamentos sobre processos midiáticos na Campanha da Fraternidade 2021, da CNBB.<sup>1</sup>**

Virgínia Diniz Ferreira<sup>2</sup>

**Resumo:** Texto de caráter ensaístico, resultado da disciplina de Processos Midiáticos (PM), do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, como andamento para a tese “*Quando o vírus atinge a célula - A mediação da fé e o catolicismo, em meio a pandemia da COVID- 19: Análise da Campanha da Fraternidade 2021, CNBB*”. O objetivo desse ensaio é buscar perceber, a partir dessa proposta de tese, os Processos Midiáticos e suas implicações na pesquisa. Divide-se em quatro partes onde apresenta aproximações sobre o tema proposto e o percurso na identificação de Processos Midiáticos, com indícios de contribuições pertinentes para a pesquisa no campo de mediação da religião, sobretudo, no que tange a linha de pesquisa abordada.

**Palavras-chave:** Processo Midiático. Mídia e Religião. Catolicismo. CNBB. COVID-19.

### **1- Introdução**

O presente artigo tem como objetivo levantar questões iniciais sobre processos midiáticos tensionando com o estudo da religião, especificamente, o catolicismo. Sua intenção, portanto, não olha a religião puramente e o que ela faz com a mídia, mas, em um movimento inverso, perceber de que maneira a comunicação e seus processos, estão no cerne do processo social da religião. Por isso, baseia-se no conceito de processo midiático, como linha condutora para pensar nos desdobramentos da mediação no catolicismo, tendo como evento midiático e objeto empírico, o vídeo de lançamento da Campanha da Fraternidade do ano de 2021, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e suas repercussões com a associação de fiéis, o Centro Dom Bosco (RJ).

A Campanha da Fraternidade é promovida pela Igreja Católica Apostólica Romana do Brasil, desde 1964, através da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, para todos os regionais, e acontece durante o período da Quaresma. Momento que antecede a Páscoa e visa enfatizar ações de caráter humanístico e assistência social, como materialização de ajuda ao próximo. Trata-se de uma das cinco campanhas de arrecadação financeira obrigatórias da Igreja no Brasil, e única nacional.

O elemento que se deseja enfatizar, portanto, são os processos midiáticos e a reflexão sobre a importância dele nas pesquisas em Comunicação, com a interface religião

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Religiões, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Radialista e jornalista, mestre em comunicação (UFSM). E-mail: virginiaradialista @gmail.com

e comunicação. Uma vez que os processos midiáticos são os articuladores entre suportes, técnicas e linguagens, nas interações que se realizam no mundo e que por eles são mediadas. Desta forma, é importante definir logo no início o que são os processos midiáticos, para que, a partir da definição, se possa traçar os pontos de reflexões aqui levantado.

Gilberto Pedro Gomes (2019), entre as obras recentes sobre o tema, tensiona os processos midiáticos na obra “Dez perguntas para produção de conhecimento em comunicação”, onde pontua que tratam-se de lógicas e estratégias comunicacionais que transformam a sociedade, acompanhando os modos de produção, circulação e consumo dos bens culturais e sistemas de significações, realizando assim, de certa forma, a mola dos processos de produção de sentido. Assim, o autor acredita que os processos midiáticos são o sistema nervoso central e elemento importante na construção de uma ambiência midiaticizada.

O conceito aponta para uma transformação em curso no que diz respeito aos estudos de comunicação no Brasil e no mundo, que passa pelas significações produzidas pela experiência humana, traduzidas nos processos midiáticos. Não são os objetos e as técnicas ou puramente, os “receptores” isolados, que constroem pesquisas em comunicação, mas sim, um conjunto de elementos – conceitos entrelaçados e relacionados entre si - que desenham o que se configura como essa processualidade.

Analisar, portanto, os processos midiáticos, é identificar as marcas dessas experiências e perceber que a comunicação não é uma ciência de dados “secos”, isolados, mas, uma ciência de processos e em processo. E como processo se entende a forma como as coisas são produzidas.

Compreender essas diferenças, nem sempre visíveis, é tarefa do comunicólogo pesquisador atual. Uma vez que, durante muito tempo, as pesquisas locais – brasileiras – focaram os olhos nos objetos, nas técnicas e nos estudos desses rastros deixados pelo uso das mídias na sociedade. Enfatizando-se as investigações feitas com foco ou nas técnicas ou no uso dos veículos (mídias, plataformas, instrumentos, dispositivos) ou nos resultados atribuídos a ela (à comunicação, enquanto mídia), devido sua mediação ou nos “efeitos” sobre os “receptores”.

De certa forma, pensar essa processualidade, em seu devido tempo e contexto de descobertas históricas, não está errado, mas, é possível perceber que fechar os ângulos das pesquisas apenas por essa perspectiva, é apequenar os estudos em comunicação, tendo em vista se estar em uma sociedade em midiatização e em processo de construção de uma nova

Assim, cabe abandonar os objetos, que se podem entender como os desvios momentâneos necessários, para ingressar no que se considera o *processo midiático*. Cabe perceber que os vínculos e produção de sentidos construídos por eles, não são criados de modo aleatório, mas, exteriorizados pela técnica e que, ainda que seja importante perceber a trajetória histórica desses descobrimentos e estudos, onde se passou por diversas instâncias – pintura, escrita, som – até chegar ao estado em que vivem os hoje - não se deve perder de vista que ainda não se chegou ao porto seguro (ou alegre), mas há uma transformação em curso. E é ela que se precisa perceber. Para isso, porém, é preciso seguir um caminho já percorrido até aqui, a partir das chaves de leituras e conceitos que construíram o “estado da arte do conhecimento atual” sobre o processo midiático

### **1.1- Processos midiáticos em processo de tensionamento e estudo**

Falar de processos midiáticos é falar da experiência humana. O que não se trata de abstrações, mas, de perceber ou descobrir, chaves de interpretações nos modelos de comunicação existente e nos que estão se configurando. É pensar de modo interpretativo subordinado a uma pergunta. Assim, tira-se a matriz comunicacional do centro, para se perceber os processos interpretativos. Ou seja, o estudo de recepção, formação de multidões, mercados, consumo, discurso, marcas linguísticas, os mediadores, a internet, são condensações da experiência humana, rituais de tecnologias que são transformados em meios. É perceber a transformação dos processos midiáticos clássicos para os atuais. E se debruçar sobre a complexidade do que representa a construção desses processos entre nós, esta é a tarefa do estudo dos processos midiáticos.

Para realizar um processo empírico de primeiras observações dentro do projeto de tese, a fim de encontrar o lugar na pesquisa do processo midiático, propõe-se neste trabalho um exercício de aproximação, relacionando-se os estudos propostos pela tese em fase inicial de pesquisa: “*Quando o vírus atinge a célula - A midiatização da fé e o catolicismo, em meio a pandemia da COVID-19: Análise da Campanha da Fraternidade 2021, CNBB*”.

Para isso, escolheu-se o lançamento da Campanha da Fraternidade 2021, realizado através do canal do Youtube da CNBB, devido ao contexto pandêmico, a fim de tentar perceber não os usos de meios ou mídias ou formas de recepção – *Como usaram? De que forma? O que causou?* – mas, avançar no que diz respeito a identificação do que seriam os Processos Midiáticos deste evento. Quais complexidades emergem desses “rituais de tecnologias” que se configuram em meios e formas de apropriação? Busca-se aqui,

portanto, a partir do universo de temas transversais que constroem os processos midiáticos, pontuar o que se identifica evidências que emergiram durante esta observação ainda primária, mas importante para se prosseguir.

## ***2- Processos midiáticos e as possibilidades nos estudos sobre mídia e religião – o problema no processo e o processo no problema.***

O percurso desenvolvido aqui, deu-se com base em nove pontos conceituais. Eles apresentam conceitos-chaves de leitura para os processos midiáticos e a partir deles, pretende-se pontuar as abordagens feitas, com aproximações ou distanciamentos com a pesquisa proposta.

O princípio dessa trajetória foi o conceito de “Processos Midiáticos: perspectivas teóricas-conceituais”. Para ele, trazemos Gomes (2017), Martin-Barbeiro (2012) e Sodré (2013). Com eles, se busca apresentar a gênese dos estudos em comunicação, no Brasil e a saga dos pesquisadores da área de comunicação, que tentavam, naquele contexto, perceber os princípios dessa ciência pura e híbrida.

MARTIN-BARBERO (2012) propõe se perder o objeto para ganhar o processo, e é nesta perspectiva, que, ao se analisar os processos midiáticos não se busca centrar no meio ou na mídia em si, ancorando no objeto, mas, se abrir para os estudos dos processos. Esse processo midiático, dá abertura para os estudos de mediação, que em SODRÉ (2013), possui seus primeiros tensionamentos, quando ele propõe a existência de um *Socius* comunicacional.

É importante aqui deixar delimitado que existe uma diferença entre processo midiático e processo de mediação. Esse último, o processo de mediação, é caracterizado pela vivência da experiência humana a partir das mídias, incidindo diretamente na produção de sentidos e construção de sociabilidades. Os processos midiáticos, por outro lado, tornam possível o processo de mediação e para isso, porém, não se dão de forma imediata ou postas ao mesmo tempo. Como o nome remete, trata-se de um processo, que ocorre mediante camadas que coexistem. Para perceber, portanto, os processos midiáticos, é necessário compreender essas camadas – esses conceitos.

No caso dos objetos na interface comunicação e religião, significa perceber os

vários processos que envolvem esta processualidade. Não a apropriação da comunicação ou dos meios, mas, em que medida, esta comunicação é posta como elemento que define, ou traduz ou vai configurando, novas práticas sociais-religiosas.

Avançando na linha de raciocínio, FAUSTO NETO (2015) e GOMES (2019), em “Dos processos midiáticos aos processos de mediatização”, vão falando de que maneira compreende-se o processo de mediatização dentro dos processos midiáticos. Para isso, FAUSTO NETO fala sobre a possibilidade dos estudos da mediatização a partir dos estudos de autonomização do campo da comunicação, postulado por Adriano Rodrigues e de como o autor (Rodrigues) pisa no solo da mediatização sem ainda entendê-la. Assim, a sociedade midiática foi uma fase no processo de mediatização e a mediatização é uma processualidade em curso que se expande. Com ela, surge, por exemplo, novas zonas de contato, definidas antes pelos campos sociais, que ganham outros espaços, onde não há mais emissor, receptor ou meio. E onde por afetações se entendem as interferências que elas podem causar (GOMES, 2019).

Assim, em “Campos, meios, processos e circuitos”, são uma dessas camadas importantes, onde BRAGA (2012) postula que na sociedade em mediatização, está a articulação dos conceitos de circuitos versus campos sociais. O conceito de campos sociais de Bourdieu passa a ter uma configuração diferente nos processos sociais, não mais delimitados de forma clara, mas, no processo midiático atual, ele passa a ser configurar em circuitos, ligados não mais por campos puros de conhecimento e saber, mas, já perpassados em seus poros pela comunicação e suas transformações causadas nos campos.

É como RODRIGUES (2000) aponta, que, no mundo moderno, onde a experiência humana é mediada por tecnologias de comunicação, o campo dos media, passou a ser um campo imbricado aos demais, visto que todos em grande ou pequena medida – ou total – se conectam pelos meios de comunicação. Por isso e nesse sentido, SILVERSTONE (2002), ao escrever o clássico “Por que estudar a mídia”, descreve como importante pelo fato de ser a mídia o espaço de experiência do homem moderno.

Foi assim que se avançou da “sociedade dos meios” à “sociedade em mediatização”. Assim, com o auxílio de VATTIMO (1992) e VERÓN (2013a; 2013b), colocamo-nos em contexto com relação ao eixo histórico da comunicação e os acontecimentos importantes para refletir sobre isso. A era da comunicação começa, portanto, a estudar os meios, depois, segue no estudo das mediações, avança pelo campo da comunicação e desemboca nos processos midiáticos. Outros campos se preocupam com os meios, mas é no da comunicação que se dá poder perceber os processos midiáticos. O campo da comunicação tem, portanto, um lugar de fala, que é o dos processos midiáticos.

Este, por sua vez, se diferencia, não pelo ato de estudar o objeto comunicacional (as ciências sociais fazem isso; a saúde; a educação; outros campos já fazem isso), mas, no método de pesquisar a questão. E que por isso, ele sempre precisa ir além de uma simples descrição do objeto, devendo se configurar em um texto sólido, baseado na percurso do processo. No que ganha tangibilidade em seu mover e não na descrição estática.

Assim, VATTIMO (1992) traz como colaboração a busca da “chave de leitura” do processo midiático, para além da comunicação. Que é perceber, por exemplo, os desdobramentos históricos de outros campos, que reverberam em ondas, até chegar à comunicação. Perceber a “chave de leitura” e especificidades dos processos em comunicação seria, por exemplo, entender em que momento essas ciências ou outros campos se cruzam nos fenômenos observados e quando cada uma tangencia a comunicação.

Para isso, por exemplo, VATTIMO (1992) fala sobre o conceito de sociedade transparente e pontua que a ideia de que a sociedade seja transparente, devido ao acesso à comunicação, não é verdadeiro. Isso se dá porque fluxo e transparência são conceitos diferentes. Nos fluxos transportam-se conceitos e ideologias, que não são neutros. Assim, nos processos midiáticos, pode-se perceber os grandes conceitos como o capitalismo e o modernismo e identificar como eles desembocam na comunicação, seguindo no fluxo. Esses conceitos são exemplos, mas dentro deles ou além deles, existem também muitos outros que são perceptíveis quando alguém se debruça para investigar a chave de leitura dos processos midiáticos.

É preciso, portanto, ter acesso! E aqui, ao falar sobre acesso, não se entende, como “acesso ao dispositivo”, mas ao discurso, o discurso é o acesso. Por isso, é pertinente perguntar-se ao se investigar os objetos de estudo em comunicação: Há transformações nesses acessos? Essas construções de acesso se complexificam? Que tipos de sentidos são produzidos com esses acessos? Tendo-se em vista que, esses sentidos não são abstrações, mas, resultam de trabalhos, práticas sociais, histórias, que disputam hegemonia. A hegemonia, portanto, é sintoma de uma luta que os atores sociais e as instituições buscam na forma de discurso dominante.

Caminha-se, portanto, em direção ao esclarecimento importante, “Dos processos midiáticos aos processos de midiatização”, SERRES (2013) convida a uma reflexão sobre como a forma de ver o mundo mudou a partir do processo de “acesso” à internet na vida dos alunos. Na obra “Polegarzinha – uma nova forma de viver em harmonia, pensar as instituições, de ser e de saber”, o autor francês traz a problemática de pensar no novo ser

humano que “se criou” a partir da forma de relacionamento que a sociedade estabeleceu com os meios de comunicação.

O contato com esses meios alterou não apenas a forma como o homem ganhou a possibilidade de aprender a mexer em novos equipamentos, mas, fez com que esses equipamentos alterassem a forma desse homem se relacionar, pensar, sentir, ser e estar no mundo. Que é o que se dá no processo de midiaticização. Essas formas, podem ser complexificadas, por exemplo, quando se pensa na “Formação de coletivos (massas, audiências, fãs) e transformações nos vínculos sociais”. FRANÇA (2020) e WESHENFELDER (2019), usam os antigos conceitos de massas, audiências e fãs, e como eles se reconfiguram no que se entende como coletivo. Isso se dá desde a construção midiática das personalidades políticas, como na forma como pessoas comuns ganham “rosto” no engajamento em causas no ambiente digital.

É importante, porém, observar que a formação dos coletivos é um dos movimentos do processo midiático desses agrupamentos de pessoas na internet, mas, também, há outras reverberações da presença dos grupos nesse ambiente, que são as “formas de vigilância e controle dos espaços público e privado nas sociedades dos meios e de midiaticização”. Assim, BRAGA (2016) ao abordar o alcance do processo e da palavra e MATELLART (2015a;2015b), ao postular sobre a liberdade e expansão do controle devido à internet, refletem sobre o outro lado da mesma moeda de presença das pessoas ou dos coletivos nas redes. E isto é importante de se guardar, pois, falar em internet, é falar em pontos de ligação entre pessoas. É falar de novos agrupamentos e formas de estar no mundo.

A discussão sobre os processos midiáticos também engloba a questão das “discursividades sociais”, que BEHS (2017) e ROSA (2020) abordam ao tratar sobre como os discursos dentro do ambiente digital podem ter repercussões fora da rede, em desdobramentos não controláveis pelo ponto difusor do discurso. Questão, também, específicas e somente possíveis pela dinâmica atual da ambiência digital.

E por fim, discutiu-se os “Processos midiáticos em transformações”, com texto de FERREIRA (2020) trazendo a questão dos algoritmos, com uma proposta teórico-metodológica para investigação das afinidades eletivas. Os algoritmos entram como elemento que configura a transformação dos processos midiáticos, inclusive, tema emergente nos estudos dos últimos anos nos programas de pós-graduação do País e do mundo.

Assim, resgatando os conceitos abordados que atravessam e constroem os estudos sobre Processos Midiáticos, foi possível perceber aproximações referentes ao problema de



pesquisa proposto: *de quemaneira, o lançamento nacional da Campanha da Fraternidade 2021, realizada em modo remoto, aponta para a atualização dos processos midiáticos que atravessam a função institucional da Igreja Católica do Brasil, representado pela CNBB. Que processos midiáticos são esses e como se configuram?*

Os processos midiáticos estão presentes nessa problemática no que diz respeito às alterações contextuais que fizeram com que o lançamento da CF fosse feito de forma híbrida, mas, também, na forma como se percebeu que dentro do circuito católico de comunicação – apontado aqui como a comunicação em rede, no sentido de na internet (os atores e grupos que se colocaram dentro deste processo midiático) da Igreja e não necessariamente entendendo o circuito como sistema comunicacional oficial da Instituição. Embora esse precise fazer parte da análise.

A seguir, pontua-se os tensionamentos feitos a partir dessa proposta de análise dos processos midiáticos presentes.

### **3- Processos midiáticos na área de mídia e religião, catolicismo – Campanha da Fraternidade 2021, CNBB e o contexto pandêmico**

Entre os estudos de mídia e religião é comum o uso do conceito de mediatização da fé, contudo, os processos midiáticos tendem a ser ignorados. Assim, essa proposta inicial de estudos sobre o tema, pretende contribuir, com a identificação da evolução dos processos midiáticos da Igreja, fugindo da abordagem funcionalista e tecnicista, tirando o foco dos meios e do objeto empírico, mas, a partir dele, identificar elementos que apontam os processos midiáticos e que ainda não foram problematizados.

Não pretende-se, nesse momento, visto que se trata de uma pesquisa em estado inicial, realizar análises empíricas. O que se fará aqui é apontar os indícios teóricos percebidos como percurso possível dessa pesquisa. Por isso, não será feita descrição do que seria a Campanha da Fraternidade, nesse momento, nem seu mapa de execução, visto que são etapas posteriores e que requererão outro arcabouço teórico e especificamente metodológico. O que se fará é apontar, a partir da teoria apresentada, a identificação dos elementos possíveis a ser analisados, seguindo o que foi proposto.

A título de contextualização, porém, a CF 2021, foi uma campanha ecumênica, que acontece quadrienalmente reunindo membros de todas as igrejas que compõem o Conselho Nacional das Igrejas Cristãs do Brasil, CONIC e teve como tema: “Fraternidade e diálogo: compromisso de amor”.



A campanha foi marcada por ter coincidido com o contexto pandêmico, vivido no Brasil desde o ano de 2020 e por polêmicas relacionadas aos temas propostos (temas controversos a princípios basilares dos Dez Mandamentos, por exemplo, fundamentais para os católicos). O lançamento, que, em geral, acontece de modo presencial e em cada estado do Brasil, na quarta-feira de cinzas, ocorreu por uma LIVE nacional (05/12/2021) o que permitiu todos os Estados brasileiros acompanharem.

Após o lançamento da CF, campanha que culmina com arrecadação de verbas para missões, no domingo de Ramos, que antecede a Páscoa, surgiu nas redes sociais um movimento contrário a CF 2021, deflagrado pelo Centro Dom Bosco (associação de fiéis católicos), que argumentavam que pautas não-católicas e de viés progressista estavam presentes na CF 2021. Para isso, o Centro Dom Bosco fez uma LIVE, no dia 05/12/2021, com o tema “Saiba quem está por trás da Campanha da Fraternidade!”. Este é o evento midiático escolhido como análise e dele surgem as inferências sobre os estudos de processos midiáticos aqui propostos.

Entende-se que, apesar da Igreja Católica ter precedido a própria ciência da comunicação a respeito dos estudos dos meios, há de se pontuar que após o surgimento dos programas de pós-graduação e do desenvolvimento da comunicação enquanto ciência, a Igreja, também, acabou se fechando nesses estudos, enveredando pelas pesquisas apenas nos meios e nas suas funcionalidades e afetações.

Percebe-se que os processos midiáticos são elementos chave de mudança de abordagem nos estudos em comunicação. E que, no entanto, os estudos relacionados à midiaticização da religião, mantêm atenção nos meios e nas formas de apropriações dos fiéis ou das instituições. Sem tangenciar os estudos sobre estes processos.

Dessa forma, identifica-se, a priori, como Processos Midiáticos presentes no estudo proposto, a forma como a Igreja atuou durante a pandemia causada pela COVID-19, percebendo que para além das apropriações midiáticas, houve um processo de mudança relacional sobre os meios de comunicação, que passaram a ser utilizados, não mais como veículos de transmissão de mensagens, mas como espaços de interação entre os fiéis e de maneira única na história, dos fiéis com os próprios sacramentos. Fazendo com que, o que antes era o excepcional, virasse habitual. Como foram os casos das transmissões das celebrações das missas.

Nesse movimento, também, é possível perceber que os coletivos católicos presentes no fenômeno estudado, apontam para questões ainda não abordadas ou não percebidas pela comunicação. Questões como a política intramuros da Igreja, para além da velha discussão

posta pela mídia, do duelo entre Teologia da Libertação (TL) x Renovação Carismática Católica (RCC). O que se evidencia, quando o vídeo da LIVE de resposta à abertura da CF2021, ganha mais de meio milhão de acesso e aponta para pautas presentes, acusando-as de ideológicas.

Com o “aparecimento” de um tipo de fiel pouco “comum” nas redes sociais (em geral, a presença dos pentecostais católicos ligados à RCC eram mais notados), como os do CDB, vem à baila a visão de um novo perfil de fiel católico. Ao mesmo tempo em que, o “acesso ao discursos” aprenhado pelos integrantes do Centro Dom Bosco, mostra existem novos elementos a serem estudados dentro do “catolicismo x comunicação”, para além da Teologia da Libertação (TL) e a RCC. Fenômenos que por si só, já aparecem como um processo midiático dentro da Igreja, onde se sai da sociedade mediada para a sociedade midiática, em que a Igreja: admite pós-Concílio que os meios são importantes para a instituição; sai do lugar de busca da mídia secular para propagar a mensagem dafé, para ter seus próprios veículos de comunicação e sistemas. E sendo parte do processo midiático, integra um processo maior de midiatização ao longo da história, que não se limita ou não pode ser enclausurado à apropriação de mídias por ela.

Assim, nesse trabalho, acredita-se que essas mudanças significativas e explosivas de ações propostas no Concílio Vaticano II (CVII), a partir do documento *Inter Mirífica* - dada como marco dos estudos e abordagens de comunicação da Igreja - são, na verdade, parte do processo de midiatização que se configura como algo maior, e anterior ao CVII.

A perspectiva de análise dessa tese, propõe que, da mesma forma que ocorreu coma Comunicação, onde as descobertas de outras áreas e campos, desembocaram no surgimento de estudos sobre a área; da mesma forma, na Igreja, o processo de midiatização é anterior ao CVII e passa por tensionamentos advindos de processos de mudanças teológicas, filosóficas, sociais e políticas, que tangenciaram no processo midiático. Áreas que se percebe não estão afastadas da religião, e nem podem ser compartimentadas, pois estão interligadas como parte da própria cultura e dos elementos constituintes do ser humano.

Dessa forma, justifica-se, dentre os conteúdos das unidades estudadas, que para o desenvolvimento dos objetivos, problema, quadro teórico-metodológico deste artigo proposto com fins de se iniciar uma pesquisa, os que se considera pertinente para os estudos pontuados aqui, são: O conceito de processo midiático (GOMES, 2017) e como ele se apresenta nos estudos de pós-graduação no Brasil. Busca apontar onde está o processo midiático estudado, e também, identificar essas formas de contato estabelecidas dentro do processo identificado (FAUSTO NETO, 2015).

Outro elemento que se pretende, é levantar a questões de “acesso” discursivo (VATTIMO, 1992), o problema comunicacional problema (SERRES, 2013), e também, identificar, dentro dessas camadas do processo midiático, quem é esse “fiel” católico, desse ambiente e de que maneira se pode, diante do contexto atual, perceber sua forma de compreender o mundo para que haja interação com proposta da instituição. Que aspectos novos da comunicação emergem?

Por fim, propõe-se perceber as “discursividades sociais” BEHS (2017), presentes no evento midiático que se demarcou nacionalmente devido ser a primeira CF lançada por meio do ambiente digital, devido ao contexto pandêmico e também, por estar nesse ambiente, sofreu, pela primeira vez na história, retaliações de “coletivos” católicos WESHENFELDER (2019).

#### 4- Considerações finais

Pretende-se, a partir dos tensionamentos propostos, dar continuidade a este artigo, em forma de pesquisa, considerando que é possível ampliar a visão sobre os estudos, sobretudo no que diz respeito a questão dos processos midiáticos.

Entra-se nesse rio de descobertas, com o respeito de quem desbrava o novo. Não se pretende aqui ter a certeza de um velho pescador, que já sabe o que encontrará durante a pesca, pois já identificou os lugares e os fenômenos por onde passa. Entra-se nas correntezas do percurso dessa pesquisa, como quem não tem certezas sobre o objeto, mas espera descobrir o que ele tem a dar.

Afasta-se aqui a visão de viés funcionalista da comunicação e pretende-se desbravar a correnteza interpretativa do processo. Que ao chegar na nascente, compreenda-se que tudo volta a ser novo, mas que o caminho percorrido segue sendo válido para outros ou para os mesmos pescadores e para novas descobertas.

#### Referências

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. IN: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder.; JACKS, Nilda Aparecida. **Mediação e Mídiação**: Livro Compós 2012. Salvador/Brasília. UFBA/COMPÓS, 2012. p.31-52.

BEHS, Micael V. **Disrupções e regulações entre circuitos e circulações difusas**: a construção do caso sobre o boato da Bruxa de Guarujá, 2017. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017. Disponível em <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6639/Micael%20Vie>

r%20Behs\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em 01 de jul/2021.

BRAGA, José Luiz. Vigilância, o alcance do processo e da palavra. In: CASTRO, Paulo César (org). **Vigiar a Vigilância**: uma questão de saberes? Maceió: EDUFAL, 2016. p. 85-97.

COMPÓS. **Programas**. Site da Associação Brasileira de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: <https://compos.org.br/>.

FAUSTO NETO, Antônio. Pisando no solo da mediatização. In: SÀÁGUA, João; CÁDIMA, Francisco Rui. (Org.). **Comunicação e linguagem**: novas convergências. Portugal: FCSH – Universidade Nova de Lisboa, 2015. p. 235-254.

FRANÇA, Vera Veiga; MEDEIROS, Fernanda; ALMEIDA, Maria Lúcia. As celebridades nas eleições 2018: posicionamentos e ênfases discursivas. In: PRADO, Denise; TAVARES, Frederico; TAVARES, Michele. (orgs.). **Mídia, tempo e interações sociais** [livro eletrônico]: conceitos em circulação. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2020. p. 239-260. Disponível em <https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/publicacao/midia-tempo-e-interacoes-sociais/> Acesso em 01 de jul/2021.

HENN, Ronaldo Cesar. Construção de si, jogos interacionais e performatividade nos sites de redes sociais. In: FERREIRA, Giovandro Marcus [et.al.] (org). **Das semióticas**: desafios, problemas e potencialidades. Salvador: EDUFBA, 2020. p.79-92. Disponível em [https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/33227/3/das-semioticas\\_desafios-problemas-e-potencialidades.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/33227/3/das-semioticas_desafios-problemas-e-potencialidades.pdf) Acesso em 01 de jul/2021.

FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (orgs). **10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. 2.ed. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2019. p.131-143  
FERREIRA, Jairo. Mediatização, Comunicação e Algoritmos: uma proposta teórico-metodológica para investigação das afinidades eletivas. In: FERREIRA, Jairo [et.al] (orgs). **Redes, Sociedades e pólis**: recortes epistemológicos na mediatização. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2020. p.269-299. Disponível em <https://www.midiaticom.org/redes-sociedade-e-polis/> Acesso em 01 de jul/2021.

GOMES, Pedro G. Os processos midiáticos. In: GOMES, Pedro G. **Dos meios à mediatização**: um conceito em evolução. São Leopoldo: UNISINOS, 2017. p.35-62

GOMES, Pedro Gilberto. Como o processo de mediatização (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; MARTÍN-BARBERO, Jesús. De la comunicación a la cultura: Perder el “objeto” para ganar el proceso. In: **Signo e Pensamiento**, vol.XXX, n.60, jan-jun/2012, p.76-84 Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/860/86023575006.pdf> Acesso em 01 de jul/2021.

MATERLLART, Armand.; VITALIS, André. Introducción: las libertades a expensas del control. In: MATERLLART, Armand.; VITALIS, André. **De Orwell al cibercontrol**. Barcelona: Gedisa, 2015. 31pp

MATERLLART, Armand.; VITALIS, André. La condición postorwelliana: cibercontroles invisibles y móviles. In: MATERLLART, Armand.; VITALIS, André. **De Orwell al cibercontrol**. Barcelona: Gedisa, 2015. 18pp

RODRIGUES, Adriano. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, Raimundo Monteiro (org). **Reflexões sobre mundo contemporâneo**. Teresina: Revan, 2000. p.189-215.

SERRES, Michel. **Polegarzinha**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar as mídias?** São Paulo: Ed. Loyola, 2002. (Capítulos. 1, 2, 3, 13 e 16)

SODRÉ, Muniz. O *socius* comunicacional. In: VERÓN, Eliseo; FAUSTO NETO, Antonio; HEBERLÊ, Antonio Luiz O. **Pentálogo III**: Internet: viagens no espaço e notempo. Pelotas: Editora Cópias Santa Cruz, 2013. p.241-252

VATTIMO, Gianni. Pós-moderno: uma sociedade transparente? In: VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente**. Lisboa: Relógio D'água, 1992. p. 7-17; - p. 19- 33.

VERÓN, Eliseo. Seguimos en contacto? In: VERÓN, Eliseo. **La semiosis social 2**. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013. p.261-276.

VERÓN, Eliseo. La revolución del acceso. In: VERÓN, Eliseo. **La semiosis social 2**. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013. p.277-287.

WESCHENFELDER, Aline. Cenários e conceitos: dos olímpianos/públicos às celebridades/coletivos. In: WESCHENFELDER, Aline. **Manifestações da midiatização transformação dos atores sociais em produção e recepção**: o caso Camila Coelho. 2019. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019. Disponível em [http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/7970/Aline%20Weschenfelder\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/7970/Aline%20Weschenfelder_.pdf?sequence=1&isAllowed=y) Acesso em 01 de jul/2021.

RÊGO, Ana Regina. Sobre los problemas de nuestro tiempo: de la percepción temporal en la pandemia a la democracia. Entrevista com Roger Chartier. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación** – ALAIC, ano XX, n.36, Jan-abr,2021. p.180-193. Disponível em <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic> Acesso em 01 de jul/2021.

ROSA, Ana Paula. Quando os olhos não piscam, nem param: da imagem operação à ascensão ao fluxo. In: FERREIRA, Jairo; GOMES, Pedro Gilberto; FAUSTO NETO, Antônio; BRAGA, José Luiz; Rosa, Ana Paula (Orgs.). **Redes, sociedade e polis**: recortes epistemológicos na midiatização. 1. ed. SANTA MARIA: FACOS-UFSM, 2020. p. 201-225. Disponível em <https://www.midiaticom.org/redes-sociedade-e-polis/> ABNT 6023.