

USOS CATÓLICOS DO CIBERESPAÇO: ALGUMAS REFLEXÕES

CATHOLIC USES OF CYBERSPACE: SOME REFLECTIONS

Brunella Lago Velloso¹

Resumo: Este estudo traz a discussão da utilização da internet como recurso de comunicação católico. A partir de um levantamento bibliográfico que identifica as formas como o catolicismo tem ocupado os espaços das novas mídias, levando em consideração os esforços da Igreja e também de seus seguidores, analisamos os modelos de usos e apropriações do ciberespaço pelos católicos. O trabalho objetiva perceber se há transformações nos protocolos das sociabilidades, ritualidades e materialidades do sagrado e refletir sobre as mudanças que os usos do ciberespaço potencializam para uma nova vivência do religioso por parte dos fiéis da Igreja Católica. Além de destacar autores dos estudos da sociologia da religião, a metodologia se ancora principalmente na revisão bibliográfica de artigos escritos em língua portuguesa, que abordam exemplos de como seguimentos católicos tem utilizado a internet para mediar suas vivências religiosas. Optamos por dar destaque a pesquisas recentes, como forma de percebermos as tendências acadêmicas atuais no que tange às pesquisas sobre religião e os meios de comunicação digitais. Como resultado, este trabalho visa fazer a ponte entre dois campos que fundamentalmente precisam dialogar, contribuindo para as discussões atuais comuns às ciências das religiões e da comunicação.

Palavras-chave: Ciberespaço; Igreja Católica; Materialidades do sagrado; Ritualidades; Sociabilidades.

Abstract: This study discusses the use of the Internet as a Catholic communication resource. The goal is to see if there are transformations in the protocols of sociability, rituality and materiality of sacred. We analyse the models of uses and appropriations of cyberspace by the Catholic Church and its followers. We reflect on the changes in religious experience of Catholic Church followers caused by the uses of cyberspace. The methodology is a bibliographical review of articles written in Portuguese that address examples of how Catholics have used internet to mediate religious experience. We have chosen to deal with recent investigations to highlight its current trends. This work aims to stimulate the dialogue between these two fields, communication and religion, and to contribute to the debate of its common themes.

Keywords: Cyberspace; Catholic church; Materialities of the sacred; Ritualities; Sociabilities.

Artigo submetido em 28/1/2018. Aprovado em 11/03/2019.

¹ Mestranda em História e Cultura das Religiões, pela Universidade de Lisboa (Portugal). Jornalista, graduada em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (Brasil, 2014). E-mail: brunellaveloso@gmail.com



Introdução

Este estudo visa refletir sobre as típicas transformações que religiões tradicionais vivenciam ao buscar adaptarem-se à modernidade, como é o caso da Igreja Católica (HERVIEU-LÈGER, 2005), mais especificamente no que diz respeito à comunicação midiática. Para tanto, o trabalho pretende demonstrar alguns dos “usos católicos” do ciberespaço. Como metodologia, realizamos um levantamento bibliográfico de artigos escritos em língua portuguesa, que abordam alguns exemplos de como seguimentos católicos tem utilizado a internet para mediar suas vivências religiosas.

Entre as experiências escolhidas para este artigo estão a bíblia online (AOKI; MACHADO, 2010; VECHIO, 2013), as velas (ANDRADE, 2007; LOPES, 2009), as capelas (ANDRADE, 2007; SBARDELOTTO, 2011, 2016) e os altares virtuais (LOPES, 2009), além dos grupos *onlines* para discussão de assuntos religiosos (SOUZA, 2017). Também vamos abordar brevemente o uso das redes sociais pelo Papa e por organismos católicos como forma de aproximação dos fiéis.

Pretende-se discutir as alterações que os usos do ciberespaço proporcionam para a vivência do católico, analisando as transformações e readaptações de alguns elementos da experiência religiosa, tais como: as sociabilidades, as ritualidades e as materialidades do sagrado. Para compreendermos como este assunto tem sido abordado no campo científico, pretendemos averiguar, nos artigos que citamos, quais os assuntos mais tratados e em que campo de pesquisa esses estudos estão situados.

1. Religiões e as novas mídias

Se na segunda metade do século XX assistimos à chegada das grandes religiões ao rádio e à TV, no contemporâneo é nas mídias sociais que as instituições religiosas tem focado. Atualmente, por exemplo, textos sagrados de grandes religiões encontram-se disponíveis em dispositivos online, alterando assim os protocolos de leituras estabelecidos pelos leitores de dentro das instituições religiosas as quais fazem referência, e interferindo na sacralidade das materialidades.

Os livros religiosos considerados sagrados, o são por conterem informações primordiais que regulam determinadas doutrinas. Para Durkheim (1989), o que a sociedade



cultua como sagrado são as suas coerções construídas pelas interações sociais. Desta forma, podemos inferir que, assim como no caso do totem (DURKHEIM, 1989), o livro sagrado também é uma expressão material do Deus cultuado, ao mesmo tempo em que simboliza o grupo que o cultua.

A sacralidade dos livros religiosos é estabelecida em sua totalidade, conteúdo e materialidade. Por isso, a transposição das páginas impressas para a digitalidade não acontece sem alguns conflitos e variações de significação para a vivência do sagrado.

Como exemplo desta questão, podemos citar o trabalho de Vecchio (2013), que comparou os discursos atribuídos por quatro leitores religiosos das versões digitais de seus respectivos textos sagrados, a saber, Bíblia, Livro dos Mórmons, Corão e Torá. Em resumo, ela afirma que:

As entrevistas demonstram que, para o leitor da Bíblia e para o leitor do Livro de Mórmon, não há um caráter sagrado relacionado ao suporte que contém a obra. Entretanto, o primeiro argumenta que há práticas que são mais eficientes se forem feitas no papel, e ambos demonstram preocupações ligadas ao futuro do livro, especialmente sobre a relação que as novas gerações terão com as tecnologias impressas. O leitor do Alcorão enfatiza que a versão considerada sagrada é apenas a impressa e em árabe, mas ele manifesta grande aceitação pelas versões digitais, argumentando que possibilitam, entre outras coisas, maior disseminação da religião. O leitor da Torá aceita e usa versões digitais, no entanto estabelece uma hierarquia, afirmando que o livro impresso será sempre superior à versão digital, a qual servirá tão somente como uma ferramenta adicional à leitura do texto impresso, não como um substituto.

(VECCHIO, 2013)

No caso do Corão, segundo Vecchio (2013, p. 133), mesmo que se possa consumir o conteúdo do livro a partir de plataformas digitais, é proibido reciclar ou deitar fora no lixo as obras impressas, “como solução alternativa, as cópias devem ser enterradas ou queimadas de uma maneira respeitosa”, o que reforça a valorização atribuída ao suporte material. O entrevistado cristão, embora negando a ritualidade ao lidar com o suporte material da Bíblia, fala de uma eficiência ligada ao papel que não se repete na digitalidade, mas isto não o impede de considerar muitas vantagens na utilização em meio digital, como a facilidade de navegação de seu extenso conteúdo, o que contribui para a qualidade de seu estudo.

Também chamada Bíblia Virtual, a disponibilização do conteúdo bíblico em ambiente online, incide “num recurso digital que apresenta o texto sagrado na forma de hipertexto com sistemas de busca de citações, temas ou termos” (AOKI; MACHADO, 2010) e consiste em



manifestações visuais e mecânicas do modo de leitura não linear, que já era comum aos protocolos de leitura da Bíblia impressa, tanto no ambiente litúrgico quanto no ambiente privado, nos quais o católico pode escolher ler apenas um trecho da obra.

Engana-se quem pensa que as novas experiências com o sagrado terminam por aí. Ao contrário disto, podemos citar a ampla utilização, por parte das igrejas e de seus adeptos, das mídias sociais. Assim como quando chegaram ao rádio e a TV, as grandes instituições religiosas repetem na internet a tentativa de aproximação popular, seja para ampliar ou garantir a fidelidade de seus seguidores. Neste estudo vamos investigar o caso da Igreja Católica. No próximo tópico começaremos a falar sobre os usos católicos do ciberespaço.

2. Novas mídias, novas evangelizações

Foi a partir dos anos 1960 que o termo *comunicação social* começou a ser empregado pela Igreja Católica para designar os então chamados *mass medias* (SOUSA; SOUSA e MAIA, 2010). No contexto do Concílio Vaticano II foi promulgado em 1963 o decreto *Inter Mirifica*, dedicado a pastoral da comunicação. Com a publicação deste decreto a Igreja começou a celebrar o “dia mundial das comunicações sociais”, com o objetivo de ensinar os deveres dos fiéis para com os meios de comunicação (ESTEVÃO, 2016).

Esta iniciativa de reconhecer a importância dos meios estava atrelada às investidas católicas de inovação diante da crise religiosa provocada pelas transformações culturais contemporâneas. A chamada “Nova Evangelização” (HERVIEU-LÈGER, 2005) proposta por João Paulo II para atualizar a Igreja nas tendências modernas, abarcou a comunicação social como uma das suas principais frentes de ação, na busca de garantir inovações nas mediações entre o fiel e a Igreja.

Atualmente a Igreja Católica utiliza-se das mídias sociais para interagir com seus fiéis, com uma proposta que tem como um dos principais trunfos os perfis do seu atual Papa, que fala ao público por mensagens, em textos, fotografias e vídeos. O pontífice, que assumiu seu cargo em 2013, adotando o nome de Francisco, reforçou a comunicação social como um mecanismo para fortalecer a relação da igreja com seus fiéis.

Em 27 de junho de 2015, o Papa criou novas alternativas de aproximação reformulando o setor interno de comunicação do Vaticano. Instituiu a Secretaria para a Comunicação (ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO, 2015) estabelecendo novos organismos, incluindo o serviço de administração digital: Pontifício Conselho das Comunicações Sociais; Sala de Imprensa da



Santa Sé; Serviço Internet Vaticano; Rádio Vaticano; Centro Televisivo Vaticano; L'Osservatore Romano; Tipografia Vaticana; Serviço Fotográfico; Livraria Editora Vaticana (ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO, 2015).
(MUSACHIO; OLING, 2017)

Antes de Francisco, o Papa anterior já havia inaugurado o uso pessoal das mídias sociais. Bento XVI foi o primeiro a utilizar um perfil pessoal em um site de relacionamento chamado Twitter. Criado em 2012, o perfil pessoal do Papa é vinculado a oito contas de idiomas diferentes que veicula a tradução do mesmo conteúdo. O recurso foi desenvolvido por uma agência de comunicação espanhola chamada 101 (SBARDELOTTO, 2016).

Tanto Bento quanto Francisco retomam a proposta de João Paulo II, o primeiro Papa da modernidade com reconhecida habilidade para utilizar os meios de comunicação de massa a favor de sua publicidade. Na época, devido ao investimento em sua imagem na mídia, ele chegou a ser apelidado de *o Papa pop*. Foi durante seu papado, por exemplo, que o Vaticano passou a transmitir as missas dominicais pelo seu site oficial (ANDRADE, 2007).

Enquanto os papas da Modernidade execravam os novos tempos por tentarem emancipar o homem de Deus e também a ciência por insuflar a novidade que poderia infectá-lo “de tudo o que recorde o antigo”, a tendência religiosa atual, incentivada por João Paulo II, que soube como nenhum outro utilizar a mídia em favor da propaganda fides, é aliar o digital e o espiritual em busca de espaços onde as expressões de fé não atuem apenas no campo simbólico e ritualístico como nas igrejas, mas como poderoso coadjuvante no dia a dia do crente, atuando como um lenitivo nas horas onde não se pode contatar um adjunto real. (Grifos no original).

(VEIGA, s/d)

Assim como com seus antecessores, o investimento midiático para divulgação da imagem de Francisco aparentemente tem respondido com retorno positivo. Uma rápida análise dos conteúdos partilhados pelos perfis do atual Papa, demonstram um esforço de interação, no qual fiéis comentam os conteúdos postados pelo religioso, além de pedirem orações e muitas vezes serem respondidos pelo sacerdote (STARDELOTTO, 2016).

Essa metodologia de aproximação com o fiel, estreia uma modalidade de comunicação mediática que é exclusivamente proporcionada pelas potencialidades da internet como meio e mediação. Embora o computador associado à internet abrigue formatos já vocacionados por outros meios, como os vídeos (TV) e o áudio (rádio), desencadeando uma variedade de apelos sensoriais e significados acumulados e absorvidos das tecnologias mais antigas, sua inovação consiste na construção de um ambiente virtual com novos espaços sociais.



Além do Vaticano, diversos organismos institucionais católicos do Brasil e de Portugal podem ser citados como atuantes em suas páginas na internet, por exemplo, CNBB, Conferência Episcopal Portuguesa, Movimento Focolares, Renovação Carismática Católica, Rede Vida, Canção Nova, entre outros. Essas páginas católicas reproduzem conteúdos diversos, tanto ao estilo dos que já eram veiculados pela meios mais antigos como informações e transmissões de eventos ao vivo, até modelos mais complexos, conforme veremos mais adiante neste estudo.

Além da evangelização a funcionalidade desses conteúdos revela-se diversa. Em pesquisa sobre os websites religiosos brasileiros, entre eles os católicos, Andrade (2007) classifica-os em três funções - informativos, comerciais e de ajuda espiritual - os quais podem fazer uso de mais de uma funcionalidade ao mesmo tempo.

3. Novas mídias, novas vivências

Tanto a estratégia de utilizar-se de uma linguagem mais pessoal focando numa comunicação institucional personalizada na figura no Papa, como a busca de disponibilizar conteúdos diversos em sites de organismos institucionais católicos, visam a manutenção da relação do fiel com a religião. Como recursos católicos, além das versões online da Bíblia (já citada neste estudo), é possível encontrar orações disponíveis na internet, orientações online com líderes religiosos e também programas, missas e palestras em áudio e vídeo, dentre muitas outras opções (SBARDELOTTO, 2011).

Porém, existem outros formatos de comunicação católica na internet, com apelos diversos e que vão além da recepção de mensagens evangelizadoras. Como exemplo desta modalidade, podemos citar portais católicos que abrigam uma variedade de recursos que proporcionam e reconfiguram no ambiente virtual as muitas ritualidades já existentes na prática católica.

Os ritos proporcionam interações próprias de seu contexto, as chamadas interações rituais, que podem ser definidas como atos e práticas de fé:

Desenvolvidas pelo fiel por meio de ações e operações de construção de sentido em interação com o sistema comunicacional religioso da Internet para a busca de uma experiência religiosa. Nessas interações, realiza-se um conjunto de ações (do sistema) que levam a outras ações (do fiel).

(SBARDELOTTO, 2011, s/p)



Sbardelotto (2011) descreveu modalidades de interações rituais em sites católicos brasileiros ao analisar o caso do site A12, interessante formato de *capela virtual*, que propõe um ambiente digital para realizar as ritualidades comuns das igrejas. Entre os recursos rituais reproduzidos neste site está o das *velas virtuais*, remodelamento da tradição de acender velas para oração, agora no ambiente virtual. Neste recurso, o usuário preenche seus dados, apresentando um pedido de oração.

Na sua versão digital, o fiel, acessando o link específico das velas, preenche seus dados pessoais em um formulário online e inclui seu pedido de oração. No caso do link “Vela Virtual” do site A12, após o preenchimento de um formulário, o fiel escreve sua mensagem, sua intenção ou prece e a envia ao sistema. Em seguida, uma mensagem automática do sistema, em uma janela pop-up, confirma o acendimento da vela durante sete dias, seguindo o padrão das tradicionais velas de cera usadas em grande parte dos templos, além de informar o código de acesso à intenção.

(SBARDELOTTO, 2011, s/p)

No mesmo site, outro recurso semelhante é a apreciação da imagem de “Nossa Senhora Aparecida”, que fica localizada na Basílica de Aparecida, em São Paulo (Brasil). O recurso consiste em um vídeo que mostra outros fiéis rezando e contemplam a imagem no santuário. A ideia é estimular a sensação do usuário, como se este estivesse no local.

Essas interações propostas pela Igreja Católica, mesmo a que se apresentam em um tom mais pessoal e personalizada na figura do Papa, constituem-se em comunicações institucionalizadas, sendo oriundas da organização da Igreja Católica enquanto instituição. Mas, também é possível notar uma atuação católica no ambiente virtual que não é ligada ao institucional da Igreja, embora sigam os parâmetros da fé católica. Este é o caso dos “altares virtuais”, que surgiram no ciberespaço nos fins da década de 1990. Este fenômeno está ligado a práticas religiosas populares desinstitucionalizadas, ou seja, que não possui organização institucional direta da Igreja, algo muito comum no âmbito da modernidade e que facilmente visualizamos no cenário da cultura católica brasileira.

Ao investigar o histórico dos altares virtuais, Lopes (2009) verificou as distinções entre seus estilos, caracterizando-os em três fases: o início desta prática marca a primeira onda, a qual surgiu no contexto das novas devoções em torno dos chamados “santos da crise” ; a segunda onda é caracterizada pela inclusão de elementos combinados de outras práticas religiosas, “que incluem representações mediúnicas, influências afro, indígenas, orientais,



holísticas ou ecológicas, entre outras”; já a terceira onda tem o formato de altares privados, espaços nos quais proliferam-se imagens pessoais dos próprios devotos e familiares.

Nos primeiros altares,

Os devotos podiam inscrever pedidos aos santos, orações, agradecimentos por graças alcançadas e acender velas virtuais, além de obter informações sobre a hagiografia dos mesmos santos. [...] A partir dessas primeiras inserções, uma série de modificações foi se instalando nos altares virtuais, resultantes de processos de interação, configurando uma mediação cada vez mais interativa entre a tecnologia e os devotos.

(LOPES, 2009, p. 233)

A imagética dos santos é algo intrinsecamente ligado a transmissão da fé católica. Os altares virtuais e seus apelos estéticos reproduzem a dedicação de conferir rosto e materialidade à essa fé, típica das devoções tradicionais. Quando os altares católicos são descolados para o ciberespaço, no qual há uma pluralidade de manifestações religiosas, percebemos que as mediações tecnológicas ampliam sua difusão e a possibilidade dessas devoções criarem raízes onde existem outras religiões (Lopes, 2009). A tendência aberta da internet é que faz com que se possa “incluir sentidos públicos diversos” (Lopes, 2009) aos conteúdos que exteriorizam uma manifestação particular de fé.

Outro exemplo de quando a particularidade da fé se torna pública por meio das novas mídias, são os fóruns de discussão religiosa e comunidades criadas no ambiente online. A exemplo disto, Souza (2017) observou grupos de peregrinos e simpatizantes do Caminho de Santiago de Compostela, a funcionar no website Facebook. Como resultado, o autor identificou que as adesões à midiatização da ritualidade peregrina são complexas e variadas, incluindo desde perfis críticos da relação entre experiência religiosa e mídia (apesar de fazerem parte da mesma comunidade online) até aqueles que se utilizam abertamente das mídias para construírem as suas vivências.

Tanto no sentido de expor na internet imagens e relatos pessoais da experiência peregrina, quanto ao utilizar as mídias para cumprir o caminho da peregrinação através de aplicativos e recursos como os mapas online, é percebido que a lógica do consumo das mídias proporciona novas construções de sentidos ancoradas na subjetividade. Ou seja, além da experiência religiosa em si, a análise das comunidades online demonstrou um apelo a outras dimensões, como o turismo e a autoajuda (SOUZA, 2017), que apresentam um distanciamento dos contornos tradicionais da religião católica.



4. Entre o novo e o antigo, o efetivo e o imaginado, o público e o particular

No que diz respeito a relação dos fiéis com o deslocamento do sagrado para o ambiente virtual, percebemos diversas análises. Nos exemplos citados neste texto, vimos uma série de reproduções das ritualidades tradicionais sendo deslocadas para o ciberespaço. Independente de maiores ou menores adaptações dessas práticas ao realocarem-se na internet, destaca-se que não citamos nenhum ritual inovador. Ou seja, não observamos a criação de novas ritualidades, mas sim a transposição das práticas antigas.

Outra questão que podemos perceber é que, assim como as experiências no ciberespaço propostas pela Igreja refletem uma tentativa de manutenção da permanência dos adeptos e de concorrência com outras religiões para adesão de novos fiéis (MIKLOS, 2012), as investidas no ciberespaço realizadas pelos católicos leigos também parecem refletir uma tentativa de manutenção de seus espaços simbólicos.

Os fiéis promovem uma espécie de povoamento dos espaços virtuais, demonstrando a busca de exercerem a fé cristã a partir das ferramentas das novas mídias. No limiar entre o particular e o público, a demonstração pública da fé pode ganhar no ciberespaço a configuração de uma exteriorização da fé particular, como vimos em casos como o da iniciativa de fiéis de aderirem a fóruns e grupos de discussão online de temática religiosa e como também pode-se notar na construção dos altares virtuais particulares.

A prática de se manter um espaço de oração em casa, muitas vezes em formato de altar com imagens de santos, velas e outros aparatos simbólicos, configura em si uma busca de individualização da prática religiosa, a partir da reafirmação da importância das materialidades do sagrado. Os altares particulares foram popularizados na modernidade com o aumento da quantidade de bens materiais religiosos oferecidos no mercado e tornaram-se no modo de vida contemporâneo no qual se busca a preservação do espaço individual e particular também no quesito religioso.

Já a prática de se manter um altar particular virtual pode indicar a mesma necessidade de manter a particularização de sua fé ao mesmo tempo em que pode denotar uma necessidade de partilhar suas convicções religiosas pessoais. Porém, precisamos levar em consideração que a exposição e manifestação imagética na internet de uma fé particular não



garante uma interação ou partilha com outros fiéis, como a sociabilidade tradicional vivenciada em um templo católico proporcionaria.

Do mesmo modo que os altares, as capelas virtuais promovem uma individualização da experiência religiosa. Andrade (2007) observa que recursos como as capelas virtuais dos sites institucionais associam-se muito mais ao avanço do individualismo religioso e à desregulamentação institucional vivida pelas religiões na contemporaneidade.

Além das possibilidades que citamos sobre os sentidos de exteriorização da pessoalidade da fé e a individualização da vivência religiosa, vemos que as experiências católicas no ciberespaço apresentam muitas inovações na relação da Igreja com seus adeptos. Apesar dos recursos religiosos usados pelos fiéis na internet abrangerem diversas formas de interação que aparentemente as conectam à Igreja, a experiência dos usuários do ciberespaço pode estar muito mais centrada em sua própria fé e até distanciada da instituição.

No caso, por exemplo, das mídias sociais do Papa, o apelo mais íntimo e pessoal de proximidade é uma novidade vivenciada pelo fiel. Apesar da sensação de estreitamento da relação do católico com seu sumo sacerdote, não é possível garantir que essa interação é mais direta e menos mediada.

Nesta perspectiva, mesmo com o apelo interativo das novas mídias, ainda muito se discute sobre a efetividade desta interação e a possibilidade de ser uma pseudo interação. Outra forma de avaliar esta interação é não questionando sua efetividade, mas refletindo sobre sua dimensão. Nesta perspectiva, podemos levar em consideração que a interação virtual é uma interação efetiva, que atua em uma dimensão diferenciada em relação a interação “extra virtual”.

De maneira geral, podemos inferir que as novas mediações continuam alterando os protocolos de vivência do religioso. Porém, mesmo tendo em vista que a Igreja busca se fazer presente nos diversos ambientes comunicacionais no qual o fiel circula, não podemos afirmar de maneira segura que isto possa gerar necessariamente um retorno aos espaços sociais religiosos que não são os virtuais.



5. Observações sobre a revisão bibliográfica

Além dos trabalhos citados ao longo deste estudo, a respeito das velas, altares e capelas virtuais, no esforço da revisão bibliográfica encontramos outros tipos de pesquisas afins ao tema aqui abordado. Entre o material levantado, podemos citar alguns estudos que trazem análises de sites católicos específicos, como é o caso do trabalho de Silva (2013) sobre o site da diocese do Porto (Portugal); Matos (2008) sobre o site “paróquias de Braga” (Portugal) e Pires (2013) sobre os sites das arquidioceses do Brasil. Outros trabalhos também discutem a evangelização através das mídias digitais, sem analisarem especificamente algum exemplo (AGUIAR, 2012; MARTINS, 2017; ESTEVÃO, 2016).

Uma outra vertente de pesquisa que também pode ser observada é a que aborda a temática do consumo. Sobre este assunto, o trabalho de Jorge Miklos (2012) é uma boa referência, pois trata as práticas religiosas na internet como “ciber-religiões”, defendendo que estas são motivadas pela lógica de consumo dos indivíduos; ele também destaca o caso do catolicismo que visa preencher os espaços sociais para concorrer com outras religiões para a adesão de novos fiéis. Sobre midiatização e religião, o material encontrado é bem mais extenso e em geral é ligado aos estudos acadêmicos da Comunicação e conta com trabalhos que não se restringem a análise das experiências católicas; uma boa revisão bibliográfica com um resumo recente das pesquisas sobre este assunto pode ser encontrada em Souza (2017).

Considerações finais

Por meio da análise dos estudos existentes, este trabalho pode perceber que a atuação dos católicos no ciberespaço reproduz práticas antigas, transportando os símbolos para o ambiente virtual. Nessa transposição de linguagem, muitas vezes não se explora a totalidade de possibilidades que o ambiente virtual oferece. Ao contrário disso, é comum percebermos a reprodução de rituais tradicionais no ambiente virtual, com pouca alteração de seus elementos. Ou seja, ao referenciar o sagrado, alguns sites católicos utilizam o virtual apenas como canal de reprodução de símbolos e rituais já existentes ao invés de ambiente criador de novas mediações.

No âmbito das sociabilidades, encontramos uma utilização que aparentemente sugere alguma inovação para as relações estabelecidas entre os fiéis e a Igreja. A utilização das redes



sociais de internet por parte do Papa, busca despertar uma noção de aproximação entre o fiel e o pontífice ao indicar a possibilidade de interação, através das trocas de mensagens em textos e imagens. A interação também é proposta presente nos sites católicos analisados. No entanto, podem ser entendidas como pseudo interações, ou como interações próprias da dimensão virtual, posto que não se constituem na mesma forma que as interações ditas reais.

Podemos concluir que os objetivos analíticos deste estudo, que visavam investigar de que forma se configuram as sociabilidades, materialidades e ritualidades dos católicos nas mídias digitais foram alcançados ao longo do texto. Como resultado fica a reflexão sobre o quanto que as novas vivências religiosas no contemporâneo precisam continuar a serem investigadas com cautela e dedicação e, principalmente, a importância de se pesquisar a relação das novas mídias com a religião. Longe de sanar as dúvidas sobre as potencialidades e influências mútuas da relação supracitada, resta-nos a inspiração para continuarmos firmes nestes esforços investigativos.

Referências

AGUIAR, Miguel. A. *Um padre na aldeia global: nova evangelização e novas tecnologias de informação e comunicação*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2012.

ANDRADE, P. Ciberespaços sagrados: as capelas virtuais no catolicismo contemporâneo. *Estudos de Sociologia*, UFPE: Recife, v. 13. n. 1, p. 175-194, 2007.

AOKI, Cíntia; MACHADO, Fátima. Acesso ao Divino: A Utilização de Recursos Digitais Para Práticas Religiosas Católicas. *REVER - Revista de Estudos da Religião*, PUC: São Paulo, p. 106-122, setembro de 2010.

DURKHEIM, Emile. *As Formas Elementares da Vida Religiosa*. 2ª ed. Traduzido por Joaquim Pereira Neto. São Paulo: Paulus, 1989.

ESTEVÃO, Antonio M. *A Evangelização através dos media à luz da Communio et progressio: fundamentação bíblico-teológica e implicações pastorais*. Dissertação (Mestrado Integrado em Teologia). Faculdade de Teologia. Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2016.



HERVIEU-LÈGER, Daniele. Catolicismo: A Configuração da memória. *REVER - Revista de Estudos da Religião*, PUCSP: São Paulo, n. 2, p. 87-107, 2005.

LOPES, José R. Devoções, ciberespaço e imaginário religioso Uma análise dos altares virtuais. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, PUCRS: Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 224-242, maio-agosto 2009.

MARTINS, Antonio J. G. *O uso da Rede Social Facebook na comunicação da Fé Cristã*. Dissertação (Mestrado Integrado em Teologia). Faculdade de Teologia. Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2017. 97 p.

MATOS, Patrícia F. *Igreja 2.0 - A Igreja Católica e a Internet em Portugal – Um estudo do caso: <http://paroquiasdebraga.org>*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Instituto de Ciências Sociais. Universidade do Minho, Braga, 2008.

MIKLOS, Jorge. *Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos no ciberespaço*. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.

MUSACCHIO, C.; OLING, J. M. Fronteiras da religião: a comunicação no Instagram entre o Papa Francisco e as mulheres. *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 80-92, jul./dez. 2017.

PIRES, Paulo V. *Comunicação midiática nas (arqui)dioceses do Brasil: possibilidades para ser igreja virtual*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática). Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2013.

SBARDELOTTO, Moises. *E o Verbo se fez rede: Uma análise da circulação do “católico” em redes comunicacionais online*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2016.

SILVA, Andreia R. *Divulgação online da Religião Católica Estudo de caso: análise do website da Diocese do Porto*. Dissertação (Mestrado em Marketing Digital). Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Instituto Politécnico do Porto, Porto, 2013.

SOUSA, Tamiris; SOUSA, Rodrigo; MAIA, Mauro. Novas Formas de Evangelizar: Igreja e Mídias Atuais no Mundo Religioso Pós-Moderno: Caminho Possível? *XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, setembro de 2010. INTERCOM: Caxias do Sul, 2010.



_____. Interações em rituais online católicos: uma análise da prática religiosa em tempos de internet. *Simpósio em Tecnologia digital e sociabilidades*, outubro de 2011. UFBA: Salvador, 2011.

SOUZA, Marco T. Mídiação e Peregrinação: uma proposta de pesquisa sobre o Caminho de Santiago. *XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial*, Pontifícia Universidade Católica – Campinas, agosto de 2017. Campinas: ECLESIOCOM, 2017.

VECCHIO, Pollyanna. Leitura religiosa e novas tecnologias: um estudo sobre o uso de versões digitais da Bíblia, do Alcorão, do Livro de mórmon e da Torá. In: *Texto livre: Linguagem e tecnologia*. Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte, vol. 6, p. 125-140, 2013.

VEIGA, Alfredo C. *Tecnologia e Espiritualidade: A arte religiosa na era virtual*. [S/d]. Disponível em:

<<http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao24/materia01/texto01.pdf>>.

