

HAGIOGRAFIA(S) NO SÉCULO XXI: ALGUMAS LEITURAS, DIFUSAS “VISÕES” E BREVES INTERROGAÇÕES

LUÍS LEAL
UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA, CENTRO DE ESTUDOS DE HISTÓRIA
RELIGIOSA, PORTUGAL (UCP-CEHR)

<https://doi.org/10.21747/0873-1233/spi28a6>

lleal@ucp.pt

RESUMO: É consensual entre investigadores de múltiplas sensibilidades epistemológicas a afirmação de que a contemporaneidade, interpretada ora como *pós* ora como *hiper* modernidade, se manifesta marcada por um conjunto muito vasto de fenómenos socioculturais que não podem ser desconsiderados pelo olhar atento do historiador e/ou hagiógrafo, *latu sensu* considerados. Entre tais fenómenos, o advento da “Web 2.0/3.0” adquire particular relevo, concretamente no que tal significa no quadro das vivências e expressões da espiritualidade/religiosidade contemporâneas, cada vez mais enquadradas numa “religião (dita) digital”. Assim, adotando a presente reflexão uma focalização hagiográfica de tais fenómenos, pretende-se sublinhar tal influxo e aventar algumas possíveis consequências desta crescente imersão no “mundo digital” por parte do *homo religiosus* contemporâneo. Após uma inicial clarificação de conceitos tidos como fundamentais à análise proposta, e onde se invocam os contributos de Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky e Pierre Lévy, apresentam-se de seguida alguns “epifénomenos” – aqui considerados paradigmáticos – do referido influxo e que apontam a uma consideração mais aprofundada. A terminar, e embora de modo não exaustivo, elencam-se algumas das “interrogações” que o panorama descrito suscita, particularmente no quadro de análise hagiográfica aqui proposto.

PALAVRAS-CHAVE: santidade; hagiografia; contemporaneidade; cibercultura; ciberespaço; redes sociais; *media* social; santidade digital/virtual; canonizações.

ABSTRACT: There is a consensus among researchers of multiple epistemological sensibilities that contemporaneity, sometimes interpreted as post-modernity or as hiper-modernity, manifests itself as marked by a very wide range of sociocultural phenomena that cannot be disregarded by the attentive eye of the historian and/or hagiographer, *latu sensu* considered. Among such phenomena, the advent of the “Web 2.0/3.0” acquires particular importance, specifically in what it means in the context of experiences and expressions of contemporary spirituality/

religion, increasingly framed in a “(so-called) digital religion”. Thus, adopting the present reflection a hagiographic focus on such phenomena, it is intended to underline such influx and to suggest some possible consequences of this growing immersion in the “digital world” by the contemporary *homo religiosus*. After an initial clarification of concepts considered fundamental to the proposed analysis, and where the contributions of Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky and Pierre Lévy are invoked, some “epiphenomena” – here considered paradigmatic – of the referred influx and which point to further consideration are analyzed. Finally, and although not exhaustively, some of the “questions” that the described panorama raises are listed, particularly in the framework of hagiographic analysis proposed.

KEYWORDS: sanctity; hagiography; contemporaneity; cyberculture; cyberspace; social networks; social media; digital/virtual sanctity; canonizations.

0. Palavra prévia

Não se considere de todo concluída a reflexão a que as seguintes linhas apontam. Com efeito, elas resultam, outrossim, e *grosso modo*, da adaptação de algumas “notas de investigação” que serviram de base à exposição apresentada na sessão ocorrida a 12 de maio de 2021, sob título similar, do Seminário Permanente “A Hagiografia antes e depois de Trento”, organizado pelo CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória», nas pessoas das Doutoradas Paula Almeida Mendes, Maria João Oliveira e Silva e Marta Sofia Costa (e cujo gentil convite muito agradeço). Por isto mesmo se impõe esta ressalva inicial que não só sublinha a intrínseca provisoriidade de qualquer esforço de sistematização de problemáticas como as que aqui se invocam, mas também – e sobretudo – pretende apontar ao *leitmotiv* que orienta e, em certa medida, justifica as presentes considerações: o de não se poder confundir estas linhas com umas “conclusões acabadas” sobre a questão aqui aludida mas que devem antes ser compreendidas como um ressoar de algumas “provocações e desafios” que os espaços e contextos epistemológico-hermenêuticos aqui trazidos à colação me parecem suscitar. Deste modo, e esclarecendo o título proposto, cumpre dizer que o mesmo exprime aqueles elos principais da “espinha dorsal” – temática e metodológica – da reflexão aqui proposta.

1. “Hagiografia(s) no século XXI”: clarificando horizontes

Assim, a expressão “hagiografia(s) no séc. XXI” encerra, por si só, uma não despidianda complexidade conceptual. Com efeito, as constantes (e sobremaneira acentuadas) mutações registadas no sentir e viver religiosos no quadro da contemporaneidade significam e exigem, a quem se abeira da problemática hagiográfica, um crescente esforço de análise cada vez mais transdisciplinar¹, também em virtude da sua concretização multifacetada: a variedade de figuras, paradigmas, categorias, textos e de todas as demais expressões espirituais correlativas assim o atestam. Se o mister do *hagiographos há-de ser, latu sensu*, o de identificar, (re)conhecer, discutir, aprofundar a compreensão das “coisas santas” nas suas multiformes concretizações epocais, então, nesta contemporaneidade densamente marcada por «*uma midiatização altamente individualizada ou individualizante de práticas religiosas através da internet [em que] é possível ouvir pregações ao vivo de religiosos através das redes sociais como Facebook, ou ainda assistir a testemunhos ou pregações a partir do canal YouTube*»², este novo *habitat* deverá ser necessariamente tido em conta para que tal percepção não peque por se posicionar num terreno dramaticamente distante da realidade concreta que se visa analisar e conhecer. Esta será, portanto, a consideração de fundo da qual se arranca para a presente análise: o *homo religiosus* contemporâneo, quer dizer, aquele que é simultaneamente autor e protagonista, recetor e “consumidor” do “religioso”, continua a ser igualmente o “construtor” e o “destinatário” das “narrativas da santidade” contemporânea; e se a *internet* é já um dos espaços da sua vivência e concretização relacional e societal (também em âmbito religioso, como veremos), então este âmbito – dito digital ou “cibernético” – não poderá ficar arredado da análise do *hagiographos*, nem se deverão ignorar os desafios que tal diálogo/debate coloca³.

2. “Algumas leituras”

Por conseguinte, e como que significando um primeiro estádio da análise

¹ Com efeito, a denominada “religião digital” surge aqui como um universo mais abrangente de descrição e análise destas mesmas interseções entre as instâncias religiosas e os *media* digitais. CAMPBELL, Heidi A.; EVOLVI, Giulia - *Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies*. «Human Behavior and Emerging Technologies», 2, n. 1 (2020): 6, <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>.

² MIKLOS, Jorge - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010, p. 62. Dissertação de Doutoramento em Comunicação e Semiótica apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

³ Cfr. BELLOTTI, Karina Kosicki - *Desafios teóricos para os estudos de Religião, Mídia e Cultura na contemporaneidade*. «Espaço e Cultura», n. 43 (18 de Junho de 2018), p. 7ss.

aqui sugerida, o subtítulo desta exposição começa precisamente por invocar umas "leituras". Usa-se aqui este termo num duplo sentido: em primeiro lugar, faz-se referência àquilo que se entende ser o universo, por assim dizer, das "leituras necessárias" ou seja, daquelas leituras "de contexto" que permitem identificar e compreender os contornos conceptuais essenciais e as perspetivas hermenêuticas em questão, mormente quando se trata de entrar neste interessante mas deveras complexo debate em torno das problemáticas que se podem abrigar debaixo do tríptico "religião-*internet*, redes digitais e contemporaneidade".

São, de facto, vastas e muito diferenciadas as ramificações epistemológicas a ter presentes neste debate, com correlações e influências (mais adiante arriscar-se-á o termo "contaminações") mútuas de configurações e consequências cada vez mais difíceis de identificar/sistematizar. Da Filosofia à Literatura, da Sociologia (Religiosa) às Ciências e Filosofia da Comunicação, da Semântica e Semiótica ao Marketing Digital e à Arquitetura, da Teologia (Fundamental, Eclesiológica, Sacramental ou Espiritual) à História das Ideias e do Pensamento, da Antropologia (Cultural) à Geografia (Cultural ou da Religião), da Pintura e Escultura à Música, múltiplos e dispersos (no sentido de não imediatamente correlacionados) são os âmbitos em que a presente discussão hoje acontece: «*A denominação de pós-modernidade, aplicada ao final do século XX e à transição do segundo milénio para o terceiro, tornou-se património comum a múltiplos âmbitos da cultura e da sociedade. Por isso mesmo, torna-se extremamente difícil uma caracterização precisa deste conceito*»⁴. Por conseguinte, este sempre necessário (e ainda que breve e necessariamente limitado) "ponto de situação" e de clarificação conceptual se revela não apenas útil como essencial, se queremos evitar que a mensagem se perca por qualquer problema de identificação do "comprimento de onda" usado para a transmitir. É, pois, neste sentido muito próprio que aqui se apela a este universo de "leituras necessárias", que visa abranger os "instrumentos mínimos" à compreensão do que a seguir se dirá. Não se pretende, contudo, um aprofundamento pleno dos mesmos, de todos os contextos de reflexão a que remetem nem do máximo alcance a que apontam; este é tão-só um ponto de partida – metodológico e conceptual – básico que merece, em si e por si mesmo, uma prévia ponderação.

2.1. "Pós-modernidade" e "hipermodernidade"

O primeiro dos conceitos cuja menção e clarificação se apresenta oportuna é o de "pós-modernidade" e o seu correlativo "hipermodernidade". Sem aprofundar

⁴ DUQUE, João Manuel - *Dizer Deus na pós-modernidade*. Lisboa: Livraria Alcalá, 2003, p. 5.

termos já muito debatidos (o atrás citado estudo de João Duque é exemplo de esforço de sistematização filosófico-teológica desta problemática), registem-se aqui, em rápida e panorâmica síntese, as reflexões do sociólogo polaco Zygmunt Bauman, quando define a (atual) sociedade pós-moderna como fluida, líquida, de profunda individualização, e assente numa lógica de consumo⁵, na esteira da já clássica análise de Baudrillard⁶, segundo a qual «*O consumo tornou-se, assim, a gramática da nossa linguagem, o "jogo de linguagem" que determina a cultura actual*»⁷, e isto também ao nível da própria ética. Concomitantemente, e sem de modo algum obnubilarmos quaisquer das nuances conceptuais deste termo, poderemos, com o também sociólogo francês Gilles Lipovetsky, falar de "hipermodernidade"⁸, expressão com que, ao juntar o prefixo *hiper* ao noema *modernidade*, quis assim apresentar um novo contexto em que

*Através da excrescência dos produtos, das imagens e da informação, nasceu uma espécie de hipercultura universal que, transcendendo as fronteiras e confundindo as antigas dicotomias (económica/imaginário, real/virtual, produção/representação, marcalarte, cultura comercial/alta cultura), reconfigura o mundo em que vivemos e a civilização por vir [...] um mundo em que a cultura, não se separando mais da indústria mercantil, exhibe uma vocação planetária e infiltra-se em todos os setores de atividade*⁹.

Recorrendo à síntese proposta por Jefferson Rodrigues de Oliveira¹⁰ e Eurico José Gomes Dias¹¹, aos termos "pós-modernidade" ou "hipermodernidade" corresponderá um período epocal, mas sobretudo uma mundividência, carac-

⁵ BAUMAN, Zygmunt - *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001; BAUMAN, Zygmunt - *Tempos Líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007; BAUMAN, Zygmunt - *A Sociedade Individualizada. Vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008; BAUMAN, Zygmunt - *Vida para Consumo. A transformação das pessoas em mercadoria* (trad. Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

⁶ BAUDRILLARD, Jean - *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.

⁷ DUQUE, João - *Cultura Contemporânea e Cristianismo*, Nunc 1. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2004, p. 117.

⁸ LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien - *Os tempos hipermodernos* (trad. Mário Vilela). São Paulo: Editora Barcarola, 2004; VELIQ, Fabiano - *Religião e personalização. Lipovetsky e a sociedade hipermoderna*. «Espaço e Cultura» 0, n. 43 (18 de Junho de 2018), p. 21–37; OLIVEIRA, Jefferson Rodrigues de; DIAS, Eurico José Gomes - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. «REVER - Revista de Estudos da Religião», 19, n. 3 (2019), p. 61; LIMA, Paulo Afonso Dias de - *Religião e mídias sociais: des(re)territorializações no ciberespaço*. «Espaço e Cultura». *Rio de Janeiro*, n. 42 (2017), p. 44–61.

⁹ LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean - *A cultura-mundo. Resposta a uma sociedade desorientada* (trad. Maria Lúcia Machado). 2ª reimp. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 7–8.

¹⁰ OLIVEIRA, Jefferson Rodrigues de - *O on e o off da fé na hipermodernidade: a religião e as novas interfaces do sagrado na era 2.0. O exemplo no Vale do Paraíba (SP)*. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2017, p. 38ss. Dissertação de Doutoramento em Geografia.

¹¹ OLIVEIRA, Jefferson Rodrigues de; DIAS, Eurico José Gomes - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 61ss.

terizados por:

. extremado individualismo¹²: assente numa auto-referencialidade absoluta, em que é o indivíduo, os seus sonhos, aspirações, necessidades e ideias a orientarem as suas opções e atos; a primeira consequência (visível) desta atitude é a diluição do sentido do “bem-comum”, social e/ou político;

. (consequentemente) uma permanente busca do *self* (“meu-eu”, do “verdadeiro-eu”): ignorando ou pretendendo esquivar-se dos enunciados (e respetivas consequências, quer epistemológicas quer mesmo éticas) do esquema freudiano, esta incessante indagação, conjugada com o referido individualismo, exprime, tal como este, o predomínio de uma visão solipsista e narcisista de toda a realidade humana e social. Não deixa, contudo, de ser curioso registar que é este mesmo solipsismo, se projetado *ad absurdum*, a desembocar num intrigante paradoxo: embora faça desta busca (de interioridade) uma quase obsessão, é na revelação pública dessa interioridade que as identidades (e as relações) ganham significatividade. Sintetizando a reflexão levada a cabo por Zygmunt Bauman a este respeito, a expressão «sociedade confessional»¹³ seria uma forma breve, mas certa, de exprimir este dualismo paradoxal:

*Os adolescentes equipados com confessionários eletrônicos portáteis são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver numa sociedade confessional- uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separava o privado e o público, por transformar o ato de expor publicamente o privado numa virtude e num dever públicos, e por afastar da comunicação pública qualquer coisa que resista a ser reduzida a confidências privadas, assim como aqueles que se recusam a confidenciá-las.*¹⁴

. predomínio da estética sobre a ética: dá-se, aqui, como que a inversão do adágio popular que tem Pompeia como protagonista: “*A mulher de César, vale mais parecer séria do que ser séria*”. Tudo é divulgável, partilhável, visível, “transparente”, se possível de forma imediata, instantânea, “Instagramável”: é o *Instagram* e as suas *hashtags* que estabelecem as novas “redes de similitude” e de interconexões (imagéticas... e mesmo de “comunidade”) pois “ligam” de forma imediata aqueles que as utilizam para identificar as suas fotos ou “pensamentos/partilhas”;

¹² LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean - *A cultura-mundo. Resposta a uma sociedade desorientada*. Ob. cit., p.46–56.

¹³ AZEVEDO, Bonnie Moraes Manhães de; FERREIRA, Raphael da Silva - *Redes sociais e religião: A Igreja Católica diante da sociedade imagética conectada*. «Numen: revista de estudos e pesquisa da religião» (Juiz de Fora) 21, n. 1 (2018), p. 65.

¹⁴ BAUMAN - *Vida para Consumo*. Ob. cit., p. 9–10.

. lógica da hipervisibilidade (*hipershow*): tudo é (deve ser) fantástico, fabuloso, estritamente espetaculoso e, se possível, conjugando “múltiplas dimensões” dos sentidos (experiências “3D”, experiências “imersivas”): «Na contemporaneidade, a exposição virtual é uma forma de comunicar-se ao mundo, de existir, de criar identidade, e identidade real. Pois “há mais coisas na vida além da mídia, mas não muito... na era da informação, a invisibilidade é equivalente à morte”¹⁵;

. predomínio da ótica de mercado em progressão geométrica, *standardizada* e fixa, previsível e (por isso) maleável: a realidade económico-social (e, com ela, a cultural e idiossincrática) é como que reduzida, por abstração, a uma grande “folha de *excel*” onde tudo está identificado, seriado, agrupado, calculado e previsto. Por outras palavras, é o advento do “nominalismo económico” que tem, segundo alguns teóricos da Ciência e Pensamento Económico, predominado nos últimos setenta anos¹⁶.

Para o contexto particular da presente reflexão, o elemento fundamental a reter reside no facto de que nesta pós-modernidade (ou “hipermodernidade digital”) se opera uma mistura (nem sempre articulada) entre “arcaico” e “tecnológico”:

[...] é a partir das tecnologias que vemos ressurgir a importância daquilo que é nossa raiz: o mistério, a fantasia e o lúdico. No limite, percebemos [que é] com as redes digitais [que se dá] um retorno do sagrado como um elemento do estar-junto contemporâneo. Nesses espaços, o importante acima de tudo é estar em conexão, religar-se não só com o transcendente, mas também com o outro. [...] o conteúdo desses ambientes pouco importa, o que está em jogo é esse potencial de religação. Os espaços sagrados virtuais – múltiplos e heterogêneos – são habitares atópicos nos quais se vive também a religiosidade pós-moderna. Imerge-se nesses espaços em busca do sagrado que, fora do controle das religiões institucionais, não tem contorno nem conteúdo preciso. Os próprios trajetos ou percursos por esses espaços sagrados são o elemento chave dessa nova religiosidade¹⁷.

Estamos, portanto, diante de uma nova configuração do *homo viator*, logo, do *homo religiosus* e, por consequência também, de todo um novo ambiente de

¹⁵ AZEVEDO, Bonnie Moraes Manhães de; FERREIRA, Raphael da Silva - *Redes sociais e religião: A Igreja Católica diante da sociedade imagética conectada*. Art. cit., p. 65.

¹⁶ Cfr. KANITÉZ, Stephen - *Nominalismo Económico: Por Que a Ciência Económica Não Funciona Abaixo Do Equador?*. *Blog Para Se Pensar* (blog), 20 de Maio de 2017.

¹⁷ MAFFESOLI, Michel - *Imaginaire et postmodernité: synergie de l'archaïsme et du développement technologique*. Paris: Ed. Manucius, 2013. A tradução e transcrição é de Carlos Eduardo Souza AGUIAR, *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. «Sessões do Imaginário», 18, n. 30 (2013), p. 104.

compreensão do fenómeno da santidade.

2.2. “Rede social” e “*media social*”

O segundo conceito-chave (ou, melhor, minigrupo de conceitos) a ter presente será o de “rede social” e de “*media social*”. Convirá, de facto, distinguir os enunciados: por “rede social” entende-se o agrupamento de “atores” (pessoas, grupos ou instituições, ou seja, os “nós” da rede) e as suas conexões (interações ou laços sociais)¹⁸. Concretizando com alguns exemplos: é de “redes sociais” que falamos quando nos referimos ao *Orkut*, *Facebook*, *Snapchat*, *Youtube*, *Twitter*, *Tumblr*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Flickr*, *Google+*, etc., onde interagem os respetivos *users*, nos seus “perfis”, “contas” ou “muraís”. Por sua vez, o “*media social*” / “*new media*” designa «um formato de Comunicação Mediada por Computador (CMC) que permite a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais de relevância social de forma descentralizada, colaborativa e autónoma tecnologicamente»¹⁹. Ou, de forma mais simples, «[um] grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UGC)»²⁰. Um ponto importante a reter a este respeito consiste na verificação de que, aqui, o sujeito/ indivíduo não é nunca um mero espectador/recetor/destinatário de mensagens/ conteúdos, mas antes participante, integrante, elo (fundamental?) na/da “rede” pois nela (inter)age como verdadeiro autor-ator, promotor e «provedor de conteúdos digitais»²¹.

2.3. “Cibercultura”, “ciberespaço”

Finalmente, um terceiro e último universo de conceitos-chave que se nos impõe aqui considerar gravita em torno da ideia de “cibercultura” e “ciberespaço” (ou “mundo cibernético”), propostos pelo filósofo francês Pierre Lévy²². Quanto ao neologismo “cibercultura”, ele especifica aqui o conjunto de «*técni-*

¹⁸ MIKLOS, Jorge - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., 89.

¹⁹ SILVA, Cristiomar da; NALINI, Lauro Eugénio Guimarães - *Religião e Mídias Sociais: a disseminação do discurso religioso no Facebook*. «Revista Panorama - online», 5, n. 1 (2016), p. 68. {\vi}Revista Panorama - online} 5, n. 1 (2016

²⁰ SILVA, Cristiomar da; NALINI, Lauro Eugénio Guimarães - *Religião e Mídias Sociais: a disseminação do discurso religioso no Facebook*. Art. cit., p. 68. {\vi}Revista Panorama - online} 5, n. 1 (2016

²¹ SILVA, Cristiomar da; NALINI, Lauro Eugénio Guimarães - *Religião e Mídias Sociais: a disseminação do discurso religioso no Facebook*. Art. cit., p. 68. {\vi}Revista Panorama - online} 5, n. 1 (2016

²² Cfr. LÉVY, Pierre - *Cibercultura* (trad. Carlos Ireneu da Costa). 1ª ed; 1ª reimp. São Paulo: Editora 34, 1999, p. 17.

cas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço»²³. Quanto a “ciberespaço” (a que é por vezes aposto o conceito de “rede” como sinónimo) é definido pelo mesmo autor como

o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo»²⁴.

Este conceito aparece muitas vezes desdobrado em múltiplos seus correlativos, destilados a partir da aposição do prefixo *ciber-* a um termo já existente. São disto exemplos as noções (para o presente estudo, deveras relevantes) de:

. “ciber-religião”²⁵, uma «nova categoria de religião emergente»²⁶, que aparece definida como o «conjunto das experiências religiosas que utilizam as tecnologias comunicacionais e que se dão no espaço da rede»²⁷. Esta “ciber-religião”, ao resultar do processo de transferência para o espaço cibernético de todas (ou, pelo menos, das principais) experiências religiosas/espirituais do sujeito (independentemente dos motivos que possam ser invocados para tal transferência) significaria, em suma, que se «aboliu o corpo físico e o espaço material, promovendo a desmaterialização e o sacrifício do corpo. Sai o corpo e entra a imagem»²⁸. O novo púlpito desta “ciber-religião” é agora a câmara de vídeo do computador ou *smartphone*²⁹, convertidos estes não já em meros “apêndices tecnológicos” a que recorreremos esporadicamente, mas antes em portas de acesso essenciais ao novo *habitat* (digital) em que estamos submergidos. E é nesta submersão (mais ou menos consciente) que se dá o maior “perigo” (ou paradoxo): atendendo a que a experiência do *re-ligare* e da transcendência não são possíveis a partir de um ritual em que o corpo e o espaço não são convocados (ou seja, sem a

²³ Cfr. LÉVY, Pierre - *Cibercultura*. Ob. cit., p. 17.

²⁴ Cfr. LÉVY, Pierre - *Cibercultura*. Ob. cit., p. 17. Ver igualmente, a este respeito e no mesmo sentido: JACOBS, Stephen - *Virtually Sacred: The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces*. «Journal of Computer-Mediated Communication», 12, n. 3 (Abril de 2007), pp. 1105–8.

²⁵ CAMPBELL e EVOLVI - Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies. Art. cit., p. 6–7; LÖVHEIM, Mia - *Rethinking Cyberreligion: Teens, Religion and the Internet in Sweden*. «Nordicom Review», 29, n. 2 (1 de Novembro de 2008), pp. 206ss.

²⁶ CAMPBELL, Heidi A. - *Religious Communication and Technology*. «Annals of the International Communication Association», 41, n. 3–4 (2 de Outubro de 2017), pp. 228.

²⁷ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 88.

²⁸ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 120.

²⁹ SILVA e NALINI - *Religião e Mídias Sociais*. Art. cit., p. 74.

imanência que a invoque), esta anulação da corporeidade e da espacialidade que lhe é correlativa parece eliminar, em si mesma, a própria hipótese do “evento religioso” *in se* e *per se*. Por outras palavras:

*Sem o lugar da imanência, abolido pela ciber-religião, a experiência religiosa converte-se em consumo e não resulta em transcendência, mas apenas em consumo de imagens (iconofagia). [...] A ciber-religião sacrifica, silenciosamente, o religare, a transcendência e o humano que há em todos os que buscam o encontro com o sentido maior*³⁰.

No fundo, também aqui reside um paradoxo de difícil (senão mesmo impossível) resolução: embora invocando uma (suposta) facilitação e estreitamento das “redes de contacto” entre os sujeitos (mediante o esbatimento das barreiras físicas/geográficas existentes), o fenómeno da “ciber-religião” «*promove, sobretudo, a in-comunicação, pois a comunicação não é mera transmissão de informação: é conexão! As máquinas conectam-se... mas os seres humanos veiculam-se. Comunicação é vínculo, é desejo, é busca e é encontro de alteridade(s)*»³¹, constatação que desemboca numa consequência-limite para o próprio conceito aqui em análise;

“ciber-teologia”, conceito que pode ser aqui entendido em duplo sentido. Numa primeira hipótese, associando-o à análise sistemática do modo como as autoridades eclesíásticas (em particular as católicas) foram refletindo, enquadrando e atuando a respeito da crescente evolução tecnológica verificada no âmbito dos meios e tecnologias de informação e comunicação. Neste quadro, falamos de uma “ciber-teologia da comunicação”, que, historicamente, tem a sua génese no Decreto *Inter Mirifica* do II Concílio do Vaticano, perpassa os textos pontifícios de João Paulo II e Bento XVI (mormente as respetivas “mensagens” alusivas às celebrações anuais do “Dia Mundial das Comunicações Sociais”), e que chega até nós pelas recentes intervenções a este respeito do atual Papa Francisco³². Num segundo sentido, poderemos falar da “ciber-teologia” enquanto horizonte e exercício de reflexão, de ordem estritamente teológico-fundamental e/ou dogmática, que visa, de acordo com a proposta do jesuíta Antonio Spadaro³³, promover uma integração (ou, pelo menos,

³⁰ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 118.

³¹ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 121.

³² Ver uma proposta de análise desta evolução em: GONÇALVES, Kelber Pereira - *Cyber comunidades e comunicação católica na era da internet 2.0: notas e perspectivas*. «Espaço e Cultura», 0, n. 44 (16 de Dezembro de 2018), pp. 53–57.

³³ SPADARO, Antonio - *A Igreja e o desafio das redes sociais*. *Secretariado Nacional da Pastoral da Cultura*, 29 de Julho de 2021, https://snpcultura.org/a_igreja_e_o_desafio_das_redes_sociais.html.

uma consciencialização teórico-pastoral) da «*reforma mentis*»³⁴ que este novo contexto da “era da internet” provoca no *homo religiosus* contemporâneo. Neste quadro, a reflexão “ciber-teológica” propõe, como primeiro passo da concretização do seu plano, efetuar uma revisão (ou mesmo depuração) de toda a linguagem “cibernética”, na tentativa de nela se identificarem os pontos de contacto com o “espírito” do *kerygma* cristão. O resultado imediato de tal exercício consiste no surgimento de novas metáforas (teológicas, eclesiológicas, sacramentais, litúrgicas, etc.) que conjugam tal novi-linguagem e o “mistério” a que se pretende, através dela, apontar.

Mediante estes conceitos (e de outros seus correlativos a que aqui poderia apelar³⁵), torna-se perceptível que «*A pós-modernidade líquida e a cibercultura estão [como que mutuamente] incluídas*»³⁶. Regressando a Pierre Lévy, vemos como «a Internet traz benefícios inexoráveis para a espécie humana na medida em que o formato *descentralizado da rede possibilita às pessoas conectadas construir e partilhar a inteligência coletiva sem submeter-se a qualquer tipo de restrição politico-ideológica*»³⁷. Não obstante, esta visão “utópica” (diria mesmo “romântica”) da realidade cibernética, que vê a *internet* como um «agente democrático e humanitário», promotor de uma «nova ecologia cognitiva», uma «inteligência coletiva» de mais intensa «*cidadania por meio do exercício da tecnodemocracia*» que acontece agora num verdadeiro «*ágora virtual*»³⁸, não colhe a aceitação total dos teóricos destas questões.

Na verdade, esta «visão redentora da cibercultura» proposta por Pierre Lévy encontra o seu contraponto diátrófico em autores como Paul Virilio, arquiteto francês que, no seu livro *Cibermundo: a política do pior*³⁹, percebe a cibercultura como «*uma cultura de controle (apropriação por parte do poder instituído por grandes empresas, classes militares e o Estado)*», defendendo que, uma vez mais, foi o capital a «*tragar*» e a «*apropriar-se*» dos efeitos tecnológicos positivos potenciados pela cibercultura⁴⁰. Por conseguinte, e aplicando aqui as lógicas do mercado (uma opção metodológica partilhada com Lipovetsky e Serroy⁴¹), defende que tudo é busca de lucro, tudo é transacionável, tudo é indústria;

³⁴ Cfr. SPADARO, Antonio - *Ciberteologia. Pensar o cristianismo na era da internet*. Prior Velho: Paulinas, 2013, pp. 21. 24.

³⁵ “Cibertemplos”, “ciberatedrais”, “ciberguias”, “ciberpáscoa”, “ciber-rituais” são outros exemplos a merecer atenção. Cfr. CAMPBELL, Heidi - *Religion and the Internet*. «Communication Research Trends», 25, n. 1 (2006), pp. 5–6.

³⁶ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 81.

³⁷ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 81.

³⁸ Cfr. MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 81–82.

³⁹ VIRILIO, Paul - *El Cibermundo, la política de lo peor* (trad. Mónica Poole; Colección Teorema). Madrid: Ediciones Cátedra, 1997.

⁴⁰ Cfr. MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 82.

⁴¹ LIPOVETSKY e SERROY - *A cultura-mundo*. Ob. cit., p. 33–68.

a rapidez e velocidade, sobremaneira patentes e exacerbados no universo das operações comunicativas, são prova da “eficiência” dos processos. Como conclui Virilio: «Na cibercultura, a velocidade é o próprio poder»⁴². E não é de considerar estranho que este novo poder – “dromocracia” –, provoque a aparição de uma nova lógica relacional – a “dromologia” – assente nas “dromoaptidões” dos agentes e estruturas nela imersos e por ela sustentados, potenciadora esta, por si mesma, de novas formas de exclusão social⁴³. Qual “sistema de castas 3.0”, de um lado estão agora as elites *high tech*, dotadas dos meios técnicos e dos conhecimentos (teórico-práticos) necessários ao “domínio” da “rede”, à plena compreensão do seu funcionamento e ao aproveitamento das suas potencialidades; e, do outro, os “dromoexcluídos”, os “dromoinaptos”, os que padecem de “iliteracia digital”, os “infoexcluídos”, ausentes – *ergo* inexistentes – em relação a esse novo *habitat* onde “tudo (o que importa?) acontece”: «A virtualidade mediática devora a realidade. O que não está nos “media” não existe»⁴⁴. Como que paradoxalmente, esta novi-realidade é, ela própria, expressão evidente das consequências nefastas geradas pela onnipotência da comunicação em rede – «*mimiofagia*»⁴⁵. Percebe-se melhor agora a citação de Ralph Waldo Emerson com que Zygmunt Bauman abre a sua reflexão acerca da *Vida líquida*: «Quando se patina sobre o gelo fino, a segurança está na nossa velocidade»⁴⁶.

É requerida ainda uma palavra a respeito do horizonte mais amplo da presente análise, desta feita no que concerne à noção de religião aqui em presença. Partirei, portanto, da dupla (e clássica) conceptualização proposta por Émile Durkheim⁴⁷ e por Max Weber⁴⁸. Acompanharemos Durkheim quando define religião através da ideia de articulação e permanente (re)construção entre espaço/tempo sagrado e espaço/tempo profano. Tendo tal conceptualização como pano de fundo, será possível compreender melhor as mutações que se intuem estar em curso no que respeita à “transferência espaço-espiritual” (e correlativa fruição) dos fenómenos e vivências religiosos. Do mesmo modo, as considerações de Weber que apresentam o fenómeno religioso como resposta/proposta de sentido servir-nos-ão como “pano de fundo” para compreender a

⁴² Cfr. VIRILIO - *El Ciber mundo, la política de lo peor*. Ob. cit., p. 18.

⁴³ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 59-60, 77.

⁴⁴ MARDONES, José Maria - *Homo Cyberneticus: Predomínio da imagem e pobreza simbólica*. In *Deus no século XXI e o futuro do cristianismo*, 1ª ed. Porto: Campo das Letras, 2007, p. 145.

⁴⁵ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 64.

⁴⁶ Cfr. BAUMAN, Zygmunt - *Vida Líquida* (trad. Carlos Alberto Medeiros). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007, p. 7.

⁴⁷ DURKHEIM, Émile - *Las formas elementales de la vida religiosa* (trad. Ramon Ramos). Madrid: Akal Editor, 1982.

⁴⁸ WEBER, Max - *Sociología de la Religión*. Buenos Aires: Editorial La Pléyade, 1978, p. 5; MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 52.

permanência e transversalidade temporal destas problemáticas, não obstante a pluralidade de configurações epocais pelas mesmas assumidas.

Assim, parece-me ser notório que vivemos um momento epocal em que se dá uma nova correlação entre hipermodernidade, religião e sociedade (dita) de consumo / do espetáculo:

1. «o homem religioso na hipermodernidade não apenas possui suas características e práticas tradicionais do viver e sentir o sagrado [...] *mas também apresenta novas práticas de vivência da fé a partir dos meios de comunicação e o ciberespaço, ou seja, uma prática religiosa virtual, imaginária e simbólica*»⁴⁹;

2. a hipermodernidade não se compreende apenas como uma hiperbolização/ aceleração/intensificação do já existente, mas como uma verdadeira recriação de tudo o que é essencial à existência humana: novos valores, nova cultura, novas vivências, novas relações⁵⁰;

3. cria-se, assim, uma nova compreensão da dimensão política-pública do ato crente, passível de ser analisada através da *internet* e das tecnologias da informação (cibercultura, ciberteologia, religião virtual, mídias sociais, redes sociais, entre outros...) ⁵¹ e que, como tal, não pode ser ignorada ou menosprezada à hora de tentar compreender as dinâmicas, os espaços e os conteúdos com/em que o fenómeno religioso (onde se inclui a questão hagiográfica) se inscreve e reveste na atualidade;

4. as tradicionais unidades de expressão pessoal e inscrição societária (família, paróquia, bairro, associação...) deram lugar a experiências (virtuais) fora das fronteiras físicas a que estas tradicionalmente se viam confinadas. Tal mutação, quando analisada sob o prisma da vivência religiosa, exige reconhecer quer a expansão quer a rarefação do «polo hierofânico» existencial/espiritual do homem e mulher contemporâneos⁵², característica de valor não despiendo no quadro da problemática aqui em questão;

5. «*A internet tornou-se uma poderosa semântica, constituindo uma interatividade livre, de difícil controle e que estabelece distintas direções do processo de comunicação (um-para-todos, todos-para-todos, todos-para-um, um-para-um) com formas mais próximas ou mais distantes em relação às mídias tradicionais*»⁵³. Por conseguinte, a difusão da fé (v. g. católica) no período hipermoderno, outrora marcada por uma “unidireccionalidade autorizada e autoritária”, ocorre agora em dois sentidos/planos:

⁴⁹ OLIVEIRA e DIAS - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 64.

⁵⁰ SILVA e NALINI - *Religião e Mídias Sociais*. Art. cit., p. 67.

⁵¹ OLIVEIRA e DIAS - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 65.

⁵² OLIVEIRA e DIAS - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 67.

⁵³ SILVEIRA, Emerson José Sena da - *Devoções, catolicismo e mundo cibernético: semântica nova ou antiga permanência?*. «Espaço e Cultura», n. 44 (16 de Dezembro de 2018), p. 37.

a) difusão através dos *media* (TV, rádio, internet, plataformas digitais, redes sociais, etc...), com a não desprezível novidade de que os próprios leigos podem ser agora, também eles, “promotores de doutrina(s)” (e isto sem a possibilidade de um efetivo controlo da autoridade eclesiástica);

b) através da absorção/contaminação da “lógica mercantilista” pelo universo e agentes religiosos: as celebrações/encontros cedem espaço a *shows* e “eventos” de (por vezes duvidoso) conteúdo religioso, a que se cola a imagética dos *mega-shows* e/ou mega-eventos multitudinários (sejam estes realizados em modo *online* ou *offline*)⁵⁴. Um outro sinal desta crescente “contaminação” reside na constatação de que são cada vez mais numerosos os padres (ou outros ministros sagrados) que ao seu tradicional múnus pastoral acrescentam uma faceta de cantores, escritores ou mesmo protagonistas na TV, rádio e demais *media* sociais, seja no papel de comentadores da atualidade (não só religiosa) quer como “*digital influencers*”⁵⁵. Alguns destes são mesmo (auto)denominados “*e-priests*” (“padres virtuais”)⁵⁶, ou seja, aqueles que, de certo modo, não se limitaram a complementar as suas estratégias/instrumentos pastorais com o recurso às redes e ferramentas digitais (do “velho” *Facebook* aos mais recentes *Tik-Tok*⁵⁷ ou *Clubhouse*⁵⁸) mas antes “transferiram” muito do seu labor pastoral para o próprio ambiente digital, disponibilizando/garantindo parte dos seus “serviços” através dos *media* (missas através do *Youtube*, confissões *online*, etc...). Neste grupo se incluem ainda aqueles que, por via de alguma mediatização de algum aspeto particular da sua personalidade/atributos/ação pastoral (o padre-escritor, o padre-motoqueiro, o padre-humorista, o padre-cantor/músico, o padre-surfista, etc...) colhem particular atenção dos *media*... e usam tal atenção para captar ainda mais atenção (sobre si... e/ou sobre a mensagem/ministério que representam...). Outro exemplo desta “contaminação mercantilista” reside na proliferação de bandas religiosas de música *rock*, *pop* ou de outros estilos musicais em que, sob a capa da “(primeira) evangelização”, pouco mais são do que estruturas e organizações comerciais, devidamente articuladas e organizadas

⁵⁴ OLIVEIRA e DIAS - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 67.

⁵⁵ ALVES, Martha - *Influenciadores da fé superam famosos ao usar canais digitais para atingir milhões de fiéis*. «Folha de São Paulo (online)», 21 de Fevereiro de 2021, sec. Viva Bem, <https://f5.folha.uol.com.br/viva-bem/2021/02/influenciadores-da-fe-superam-famosos-ao-usar-canais-digitais-para-atingir-milhoes-de-feis.shtml>.

⁵⁶ NICOT, Yves Bernardo Roger Solís - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0*. YouTube. «Intersticios Sociales», n. 10 (Setembro de 2015), p. 21.

⁵⁷ DE PECHPEYROU, Charles - *TikTok e evangelização: Oportunidades, riscos e desafios do novo continente digital* (trad. Rui Jorge Martins). «L'Osservatore Romano», 26 de Maio de 2021, https://www.snpcultura.org/tik_tok_e_evangelizacao.html.

⁵⁸ RAVAGNANI, Alberto - *Um padre na nova rede social que está a dar que falar* (trad. Rui Jorge Martins). «L'Osservatore Romano», 23 de Fevereiro de 2021, https://www.snpcultura.org/um_padre_na_nova_rede_social_que_esta_a_dar_que_falar_clubhouse.html.

de acordo com os critérios e princípios atuais, apenas visando o lucro e a disseminação da sua influência enquanto tal (e não como referência a um qualquer projeto estrita e assumidamente evangelizador).

6. Os *media* passam a ser um (senão mesmo o principal) horizonte de compreensão das novas relações sociais:

[sendo] *um sistema complexo que envolve não mais simplesmente os meios, mas o sujeito, os meios (artefatos), as organizações de mídia com as suas várias combinações e articulações: publicidade, marketing etc. [...] é nele que o homem contemporâneo se move, se articula, se alimenta, produz, consome e 'satisfaz' seus desejos, através da variedade e diversidade das ofertas sempre em crescente inovação; com isso, [...] para as novidades que poderiam atrair e despertar as necessidades, reais ou imaginárias, dos consumidores". Como também já vaticinara Roger Silverstone (2002, 09): nós não podemos escapar da mídia: ela "está presente em todos os aspectos da nossa vida cotidiana"*⁵⁹.

7. O universo do "ciberespaço" acaba por replicar os espaços e temas das lutas religiosas, concretizando assim uma preocupante transposição/deslocalização da violência religiosa (luta de domínio/influência ou mesmo aniquilamento) para o ambiente digital⁶⁰.

Num segundo sentido, as "leituras" aqui invocadas adquirem uma interpretação de ordem "histórico-teológica": é à "leitura de alguns sinais dos nossos tempos", quer dizer, de alguns "epifenómenos cibernético-religiosos" relacionados com o tema de fundo aqui em análise que aqui se pretende trazer à colação. E é neste contexto que se compreendem e se inscrevem as "difusas visões" que o título do presente artigo enuncia e que agora se concretizam nestes que serão alguns dos (novos) epifenómenos desta "religiosidade virtual(izada)".

3. "Difusas visões"

Enumerem-se, por conseguinte, alguns desses epifenómenos, correlacionados em maior ou menor grau com aquilo que tradicionalmente se considera ser uma pesquisa de teor hagiográfico, para ilustrar o "ambiente ideológico-religioso" atual a que, em meu entender, devemos estar particularmente atentos. Certo de que os mesmos suscitam uma reflexão que se exige aprofundada e sistemática tanto quanto possível, reserva-se, para o apartado final do artigo, o esboço de algumas linhas da dita.

⁵⁹ OLIVEIRA e DIAS - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 68.

⁶⁰ OLIVEIRA e DIAS - *Geografia, religião e mídia: novas interfaces do sagrado na era hipermoderna*. Art. cit., p. 69.

3.1. "Visitas virtuais"

O clássico tema das peregrinações (e respetivos relatos) poderá ser aqui invocado pelas chamadas "visitas virtuais" a templos/espços arquitetónicos sagrados, propostas hoje cada vez mais comuns no ambiente digital. Assinalando a variedade destes espaços cuja visita se nos torna possível através dos atuais meios cibernéticos, registre-se, a título de exemplo (e sobretudo pelas questões de hermenêutica sócio-religiosa e espiritual que suscita), o Muro das Lamentações (Jerusalém) como um desses espaços sagrados em que, além da tradicional visita *in situ*, se promove no seu "sítio *online*" uma miríade de hipóteses de "presença/ inscrição/fruição" do sujeito crente/religioso face à "espacialidade sagrada" em causa. Com efeito, através do endereço eletrónico <https://www.aish.com>, é proporcionada a possibilidade a qualquer "internauta" de (1) realizar uma "visita virtual" ao dito Muro, (2) o envio remoto de orações/desejos/pedidos (via e-mail), que depois são impressas e deixadas no Muro por estudantes judeus, bem como (3) a visualização "panorâmica", em "360º", e "em direto" do Muro e dos seus visitantes/peregrinos. Ultrapassando, deste modo, as dificuldades geradas pelas distâncias geográficas (a que não são alheias relevantes questões económico-financeiras, bem como condicionalismos de ordem securitária), a "visita virtual" permite ao *homo religiosus ciberneticus* (ou mero "turista" ou "curioso") uma fruição, tão "imersiva" quanto tecnologicamente (lhe) for possível, daquele espaço e respetiva envolvimento, além de lhe permitir inscrever, digitalmente, a sua "marca" pessoal, através da referida submissão, via *e-mail*, de orações/petições pessoais. Que estas últimas sejam, após validação dos estudantes judeus para tal designados, impressas e depositadas no Muro (físico), não é pormenor de sobras: a "atualização" da vivência espiritual que aqui (aparentemente) se pretende potenciar acontece não por substituição mas por complemento àquela que é a dinâmica ritual "tradicional". Com efeito, poder-se-ia concluir que o Muro das Lamentações nunca se converterá (pelos menos para os autores-gestores desta página *online*) num mero "mural de queixumes"; a transposição do "real" para o "virtual" não parece ser, aqui, totalmente desejada: os estudantes, encarregados pela receção, validação, impressão e depósito das orações enviadas via *e-mail* pelos "internautas", parecem desempenhar um papel (tão simbólico quanto literal) tradicionalmente atribuído à *auctoritas* religiosa – controlar e vigiar a "validade" do "rito" em causa. Curiosamente, convirá assinalar que este "controlo" não se verifica na versão "tradicional" da visita/peregrinação, o que permite intuir que a sensação de que estes novos recursos digitais proporcionam um nível superior de "democratização do acesso" a este tipo de espaços é questão que, no caso presente, se revela, no mínimo, problemática, senão mesmo apenas aparente, o que exige particular cuidado na

afirmação de uma direta correlação entre estes dois fatores.

3.2. “Peregrinações virtuais”

Um segundo exemplo, em tudo similar ao anterior, mas simultaneamente diverso, porque esvazia por completo a possibilidade de uma perspetivação de ordem estritamente turística, seria o das denominadas “peregrinações virtuais”. Podendo aqui repetir-se o que atrás se referiu acerca da multiplicidade (geográfica, tipológica, etc.) dos espaços religiosos/sagrados em questão no ponto anterior, permita-se-nos reorientar aqui a análise para um universo deveras novo e que concretiza, com ainda maior acuidade, a problemática a que aqui se pretende apontar.

Refira-se, por conseguinte, a existência de uma plataforma *online* denominada “*Second life*”⁶¹ que, entre a miríade de possibilidades que proporciona aos seus *users*, permite a quem nela esteja inscrito que possa fazer uma “peregrinação virtual a Meca” (*Hajj*)⁶². Com efeito, foi em 2020, e como forma de dar resposta às dificuldades criadas pela situação pandémica a nível global, que a empresa Bigitec Studio, sediada na Alemanha, criou uma experiência digital interativa do *Haje*. Apelidado de “Muslim 3D”, esta “experiência virtual” pode parecer um jogo de vídeo, mas é antes uma viagem, uma “peregrinação” (virtual) pelo estilo de vida, história e rituais islâmicos. Mediante a criação de um *avatar* – espécie de “alter-ego”, totalmente imaginado e criado pelo utilizador e com um grau infinitamente variável de proximidade imagética em relação ao sujeito pessoal real seu “criador” e que, desse modo, se converte na «*most conspicuous on-line manifestation of people’s desire to try out alternative identities or project some private*

⁶¹ O “*Second Life*” é definido pelo seu próprio manual de utilização como «“a virtual environment in which almost all of the content is created by users—people like you. You are the one who determines what Second Life means to you. Do you enjoy meeting people online, talking to them and doing things together in real time? Welcome to Second Life. Do you enjoy creating stuff and making it come alive? Welcome to Second Life. Do you enjoy running a business and making money—real money? Welcome to Second Life. The list of possible Second Life activities is as long as you can imagine” (Rymaszewski et al., 2007)» - Apud KABURUAN, Emil et al. - “*Let’s Meet in Holy Land*”: *The Pilgrimage in Virtual Worlds* (International Conference on Religion and Spirituality in Society, University Center, Chicago, USA, 2011), <https://www.researchgate.net/publication/215541328>. Neste sentido, “*Second Life*” «is not just a virtual playground. It’s a place where people can enhance their real-life possibilities on an economical, a social life as well as in a religious level» - KABRUAN, Emil R.; CHEN, Chien-Hsu - *Play and pray: Spiritual enlightenment in virtual worlds*, em *2013 IEEE International Games Innovation Conference (IGIC)* (2013 IEEE International Games Innovation Conference (IGIC), Vancouver, BC, Canada: IEEE, 2013, p. 97, <https://doi.org/10.1109/IGIC.2013.6659171>. O panorama dos mundos (e jogos) virtuais *online* tem-se alargado desde então com o surgimento de outras propostas mais ou menos semelhantes, tais como: THERE (<https://www.prod.there.com/>), MOOVE (<http://www.moove.com/>), Active Worlds (<https://www.activeworlds.com/>), Dreamworld (<https://dreamworld.space/dream-world-1/vr/>), entre outros.

⁶² AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 99; TAGLIACOZZO, Eric TAGLIACOZZO; TOORAWA, Shawkat M. - *The Hajj: Pilgrimage in Islam*. Cambridge University Press, 2015; ARJANA, Sophia Rose - *Pilgrimage in Islam: Traditional and Modern Practices*. Simon and Schuster, 2017.

aspect of them (Hemp, 2006)»⁶³-, o utilizador da plataforma pode assim cumprir, em ambiente virtual, todos os passos da dita peregrinação e ver cumpridas as suas obrigações rituais.

Trago este exemplo à colação por dois motivos substanciais: em primeiro lugar, por esta proposta significar uma migração de um preceito/obrigação religiosa da ordem do “real” para o espaço “virtual”, migração esta que foi validada pela autoridade religiosa em causa. Por outras palavras: o “*Haje* virtual” aqui proposto foi efetivamente reconhecido como espiritual e religiosamente válido pelas autoridades islâmicas enquanto cumprimento/concretização deste que é um dos cinco pilares-preceitos do Islão. Tal validação, que já mereceu abundante atenção também por académicos⁶⁴, não pode deixar de suscitar interessantes questões a outras sensibilidades e universos religiosos que partilhem as mesmas (ou no mínimo semelhantes) dinâmicas de vivência/expressão ritual-espiritual, questões a que aludirei num terceiro momento desta reflexão. Em segundo lugar, o carácter incomum da proposta em si, pelo menos no contexto de uma análise comparativa que incida sobre outros espaços de peregrinação de diferentes sensibilidades e tradições religiosas⁶⁵. De facto, e não querendo ser exaustivo, permita-se-me assinalar que nenhum outro local de peregrinação igualmente “clássico” (v. g. o atrás citado Muro das Lamentações, a Basílica de São Pedro⁶⁶, a Basílica de Santo António em Pádua⁶⁷ ou de S. Francisco em Assis⁶⁸, a Catedral de Santiago de Compostela⁶⁹, o templo budista Mayadevi, em Lumbini - Nepal⁷⁰, os Santuários marianos de Lourdes⁷¹ ou de Fátima⁷²) apresenta uma qualquer espécie de proposta similar, apesar da grande aposta na virtualização dos seus espaços físicos (e de alguns “recursos”/dinâmicas espirituais) patente nos respetivos endereços digitais e nas várias plataformas

⁶³ Apud KABURUAN et al. - “*Let’s Meet in Holy Land*”. *The Pilgrimage in Virtual Worlds*. Art. cit.

⁶⁴ SCHLOSSER, Dominik - *Digital Hajj: The Pilgrimage to Mecca in Muslim Cyberspace and the Issue of Religious Online Authority*. «Scripta Instituti Donneriani Aboensis» 25 (2013), pp. 35–49; KABURUAN et al. - “*Let’s Meet in Holy Land*”. *The Pilgrimage in Virtual Worlds*; KABURUAN e CHEN - *Play and pray*. Art. cit.; DENG, Boer - *The Controversy Over a Virtual Hajj for Muslims*. «Slate Magazine» (blog), 7 de Outubro de 2014, <https://slate.com/technology/2014/10/digital-hajj-how-religion-feels-using-mecca-3d-second-life-virtual-worlds-and-online.html>.

⁶⁵ J. Zaleski, no seu livro *The soul of cyberspace: How technology is changing our spiritual lives*. San Francisco: HarperSanFrancisco, 1997, foi o primeiro autor a apresentar «the first comparison of Internet use within different religious traditions, covering Judaism, Islam, Christianity, Buddhism, and Hinduism as well as new cyber-religions» - CAMPBELL - *Religion and the Internet*. Art. cit., p. 12.

⁶⁶ https://www.vatican.va/various/basiliche/san_pietro/index_it.htm

⁶⁷ <https://www.santantonio.org/>

⁶⁸ <https://www.sanfrancescoassisi.org/html/ita/index.php>

⁶⁹ <http://catedralsdesantiago.es/>

⁷⁰ <https://whc.unesco.org/en/list/666>

⁷¹ <https://www.lourdes-france.org/>

⁷² <https://www.fatima.pt/pt/>

onde os mesmos estão presentes.

3.3. “Orações virtuais/online”

Um terceiro fenómeno que merecerá a nossa atenção é o da partilha de “orações virtuais / orações *online*”: o sujeito religioso é convidado a “partilhar”, num “mural” público, a sua “oração/pedido/agradecimento/gracia recebida”, mediante registo (ou de forma livre), assegurando-se assim a “divulgação” da sua “prece” por toda a “comunidade” virtual⁷³. Sem que, neste caso, este movimento promova, de forma evidente/declarada, a substituição de outras práticas tradicionais de oração por esta, ele acaba, não obstante, por alargar o “especto de possibilidades” (e sobretudo o da “comunhão”) entre os que “partilham” da mesma “prece”, algo nem sempre valorizado/conseguido nos referidos ambientes/métodos/espacos habituais de oração comunitária.

Sem pretender interromper este apartado de carácter “descritivo”/explorativo com uma reflexão que se impõe ser devidamente sistematizada, permita-se que se coloque desde já uma questão de fundo que atravessa toda esta dinâmica. Concretamente: que motivos interiores/profundos justificam este desejo/necessidade de publicitação “virtual/cibernética” destas que são manifestações de espiritualidade/religiosidade intrinsecamente pessoais? A pertinência desta questão justifica-se pela necessidade de perceber qual o mecanismo (endógeno ou exógeno ao sujeito) que lhe desperta/impõe o recurso a um (canal/instrumento) intermediário (o suporte digital) para algo que o dito sujeito pode, efetivamente, concretizar mesmo sem dispor de tal recurso (a sua oração pessoal à entidade divina/sagrada em que acredita). Formule-se a questão na sua crueza: para quê escrever/partilhar orações (ditas) “pessoais” via *Twitter* (ou *Facebook* ou outra rede qualquer)? Significará isto (e sem qualquer ironia, pois a questão é profundamente “teo-lógica”, como acertadamente assinala Rachel Wagner⁷⁴) que Deus – assumido aqui este termo em qualquer das suas aceções religiosas – tem que “abrir conta” nessas “redes/plataformas sociais” para poder “ouvir” – e atender a – tais pedidos? Se não é assim, então porque não dirigir-lhe a palavra

⁷³ Não me refiro aqui à possibilidade, apresentada por inúmeros *sites* de santuários/lugares de peregrinação, de os internautas submeterem, através de *e-mail* ou de formulário especificamente preparado para tal, uma “oração particular” a ser impressa e depois depositada junto da imagem ou túmulo do santo da sua devoção (como é o caso, a título de mero exemplo, da proposta existente na página da Basílica de Santo António em Pádua - <https://www.santantonio.org/it/invia-una-preghiera>). Como adiante se verá, a tipologia oracional é aqui diversa, tal como o são as questões (teológico-espirituais) que a mesma suscita. Um interessante exemplo das possibilidades de análise e questões que este fenómeno suscita pode ser encontrado em AP SIÓN, Tania - *The Church of England's pray one for me intercessory prayer site : a virtual cathedral?*. «Journal of Beliefs & Values» 37, n. 1 (2016): 78–92, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13617672.2016.1141531>.

⁷⁴ WAGNER, Rachel - *Godwired: Religion, Ritual and Virtual Reality*. Londres: Routledge, 2012; NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 7.

«em segredo», se não é ele um deus que «*vê o oculto*» (cfr. Mt 6, 6)?

Simplificando, o que aqui se intui acontecer é uma espécie de justaposição/transposição das metodologias/recursos/manifestações devocionais e espirituais tradicionais para o espaço/ambiente cibernético, mediante uma espécie de reconfiguração das ferramentas de transmissão/partilha devocional⁷⁵ em que o principal elemento de atratividade parece ser o notório alargamento do “espaço/horizonte de escuta” (e, através deste, da referida “maior comunhão”) de sentimentos/invocações espirituais entre o sujeito crente e os demais “ouvintes” da sua “prece”. Não parece, portanto, estar aqui em causa aquele vínculo essencial e “vertical” do *re-ligare* (Homem-Deus-Homem) mas antes a ânsia/necessidade (inata ou provocada, é questão disputável) da “visibilidade partilhada” (e o correlativo “eco” desejosamente comunitário) da prece individual.

Para complementar este elenco, registre-se ainda um processo passível de ser considerado como um movimento de concentração num só dispositivo (computador e/ou *smartphonetablet*) das “potencialidades espirituais” tradicionalmente atribuídas aos objetos sacros/sacralizados/“benzidos”. É o que acontece, por exemplo, no amplo universo dos “Terços (rosários) virtuais”. Tenham estes a configuração/formato de ficheiros de áudio passíveis de serem “descarregados” para um qualquer dispositivo eletrónico pessoal (como é o caso da proposta feita, por exemplo, pelo *site* português do movimento Opus Dei⁷⁶), sejam estes “terços eletrónicos/digitais” como os que se podem



encontrar à venda numa conhecida loja *online* (Figura 1) ou ainda “aplicações” para *smartphone* disponíveis para instalação em qualquer dos sistemas (*Android* ou *Apple*), parece intuir-se aqui uma espécie de “obsolescência” (não programada, logo, algo inesperada) de certos objetos religiosos tradicionalmente conectados com uma dimensão particular da vivência espiritual/devocional a que urge prestar maior atenção.

Figura 1: *Electronic Rosary Digital Voice Talking (E Rosary)*” (Produto à venda em www.amazon.com)

⁷⁵ Uma interessante análise, em perspetiva durkheimiana (em torno das noções de espaço sagrado e espaço profano) de tal processo de reconfiguração, tomando como exemplos uma igreja virtual cristã e um templo virtual hindu, pode ser encontrado no estudo de JACOBS, «Virtually Sacred».

⁷⁶ Cfr. <https://opusdei.org/pt-pt/article/audios-terco-em-portugues/>.

3.4. “Memoriais”, “velas” e “obituários” virtuais

O universo da morte e do morrer sempre constituiu uma caixa de ressonância de enorme qualidade à hora de perscrutarmos as notas mais elementares do sentir religioso de um indivíduo, de uma comunidade e/ou de uma época. Com efeito, a morte e o morrer são elementos tão fundamentais do existir humano que é mesmo possível reconstruir toda a história da humanidade, da cultura e das múltiplas tradições religiosas tendo este universo como ponto de partida⁷⁷. Assim sendo, acaba por ser com alguma naturalidade que se regista, também aqui, a ocorrência de fenómenos a merecer uma particular atenção na análise aqui proposta. Assim, são disto exemplo os memoriais dos devotos apresentados no *site* do Santuário de Nossa Senhora da Aparecida⁷⁸ (Figura 2);

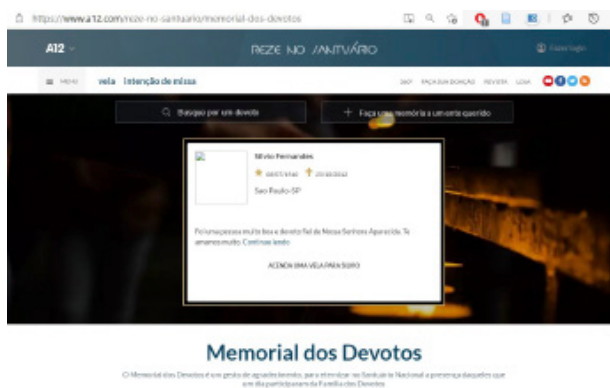


Figura 2: Página do “Memorial dos Devotos” (Site oficial do Santuário da Aparecida - Brasil)

do mesmo modo e fazendo parte do mesmo universo, contabilizem-se os inúmeros *sites* que disponibilizam um espaço onde se podem “acender” “velas virtuais”, mediante (ou não) um donativo monetário⁷⁹ (Figuras 3 e 4) ou que permitem enviar “*bouquets virtuais*”⁸⁰ (Figura 5).

⁷⁷ Cfr. AZCÁRATE, Juan Luis de Léon - *La muerte y su imaginario: la historia de las religiones*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2007. Disponível em: < <http://site.ebrary.com/id/10741592>>.

⁷⁸ Cfr. <https://www.a12.com/reze-no-santuario/memorial-dos-devotos>.

⁷⁹ Cfr. <http://www.acendaumavela.org/>; <http://senhorsantocristo.com/new/campaigns/velas-virtuais/>. A estes dois exemplos, podemos somar os anteriormente citados *sites* do Santuário de Nossa Senhora de Lurdes, da Catedral de Santiago de Compostela, da B

⁸⁰ Cfr. <https://www.rememori.com/>.



Figura 3: "Acenda uma Vela" (Página oficial da Fundação AIS)



Figura 4: "Velas Virtuais" (Site oficial do Santuário do Senhor do Santo Cristo dos Milagres - São Miguel, Açores)

Finalmente, aluda-se à existência de "obituários virtuais" que apresentam igualmente a possibilidade de transmissão *online* das celebrações do "Dia de Finados"⁸¹. De um ou outro modo, e salvaguardadas as especificidades de cada proposta, poderemos concluir que igualmente aqui se verifica uma espécie de transposição, para o ambiente virtual, daqueles gestos e manifestações

⁸¹ No endereço <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=5Htu797TbOc> é possível visualizar um desses encontros/cerimónias religiosas.



Figura 5: Exemplo de “Bouquet virtual” (www.rememori.com)

relacionados com a morte e o morrer, também de acordo com as múltiplas sensibilidades culturais-espirituais neles concretizados.

Poderiam, certamente, ser aqui invocados outros “epifenómenos” que, no caso presente, ajudariam a ilustrar a ideia essencial aqui defendida: a de que se encontra em rápida afirmação uma nova “territorialidade espiritual” em que as estruturas e contextos (espaciais-geográficos, arquitetónicos e simbólicos) tradicionais de convivialidade, pertença e partilha da fé são como que “deslocados” para o ambiente digital/virtual. Por isso, não se deve considerar estranho que o sujeito crente nosso contemporâneo, imerso neste ambiente cibercultural, proclame que *«o mundo virtual é a minha paróquia»*⁸², ou, parafraseando o poeta António Gedeão, que *«minha ligação à rede é todo o mundo / todo o mundo me pertence»*. Quer concebamos o nosso mundo como “aldeia global” (Marshall McLuhan) ou como “cidade electrónica” (Joshue Eddings)⁸³, estou em crer que, com os exemplos aqui elencados, se tornou mais compreensível não apenas o espectro da análise aqui proposta mas a acuidade do tema e da discussão que ela suscita.

3.5. A promoção online da santidade

Não obstante o que atrás se referiu (e concluiu, ainda que de forma “provisória”), parece-me haver ainda um outro aspeto para o qual será oportuno chamar a atenção: o da relação que se regista, porventura igualmente

⁸² MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Art. cit., p. 95.

⁸³ Cfr. RAHMAN, Fazlul - “Cyberising” God: *A Theo-Phenomenological Investigation of Religion Online and Online Religion*. «DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies» 1, n. 3 (Dezembro de 2016), p. 296.

problemática, entre esta era da “Web 3.0” e os processos de canonização⁸⁴.

Neste contexto mais circunscrito (e mais diretamente relacionado com o tema desta análise), vemos, com Rachel Wagner, que os utilizadores/sujeitos/protagonistas desta “religião virtual” (já não estão preocupados com a questão de se a hierarquia católica reconhece ou não esses meios/experiências como válidas⁸⁵. O mesmo significará concluir que as

global information technologies undermine traditional forms of religious authority because they expand conventional modes of communication, open up new opportunities for debate and dispute, and create alternative visions of what religion is, how it should operate, and how it should answer to the larger society’ (Possamai and Turner 2012: 199)⁸⁶.

Por seu lado, outros autores, como Heidi Campbell, defendem que

the changing media environment, and particularly the possibilities of the new media technologies, strengthens and confirms the structures of established organizations at the same time. Not only individual actors, but in particular representatives of the Churches, use the new social space as a platform to communicate and position themselves⁸⁷.

A mesma autora sublinha, inclusive, que o tradicional “controlo da autoridade” não só não deixou de existir como até se manifesta de forma bem evidente. Exemplo disso é o facto de quer o *site*⁸⁸ quer o canal de notícias do Vaticano⁸⁹ restringem (ou mesmo impossibilitam) a hipótese de os internautas comentarem e/ou “avaliarem” as respetivas publicações/partilhas/notícias⁹⁰.

Não obstante, os defensores de ambas perspetivas reconhecem que a «*Internet, que nace como um espacio sin Dios, sin Iglesia, totalmente laico, empieza a representar para los creyentes un espacio para vivir su fe y compartir sus creencias*»⁹¹. Por conseguinte, e centrando o foco no contexto que mais interessa

⁸⁴ Cfr. NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 4–5.

⁸⁵ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 11.

⁸⁶ Apud RADDE-ANTWEILER, Kerstin; GRÜNENTHAL, Hannah; e GOGOLOK, Sina - “*Blogging Sometimes Leads to Dementia, Doesn’t It? The Roman Catholic Church in Times of Deep Mediatization*.” In *Communicative Figurations. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*, 2018, p. 269.

⁸⁷ Apud RADDE-ANTWEILER, GRÜNENTHAL, e GOGOLOK - “*Blogging Sometimes Leads to Dementia, Doesn’t It? The Roman Catholic Church in Times of Deep Mediatization*.” Ob. cit., p. 270.

⁸⁸ <https://www.vatican.va/content/vatican/pt.html>.

⁸⁹ <https://www.youtube.com/c/VaticanNewsPT/about>.

⁹⁰ Cfr. RADDE-ANTWEILER, GRÜNENTHAL, e GOGOLOK - “*Blogging Sometimes Leads to Dementia, Doesn’t It? The Roman Catholic Church in Times of Deep Mediatization*.” Ob. cit., p. 271.

⁹¹ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 18.

à presente reflexão, vislumbra-se aqui a razão pela qual a Igreja Católica vê no uso (apropriação) destas novas tecnologias comunicacionais uma etapa normal no processo de desenvolvimento/evolução/*aggiornamento* das próprias atividades e dinamismos eclesiais e pastorais⁹². Este apoio/investimento, facilmente verificável quer em variados documentos doutrinários quer em múltiplas iniciativas de que a hierarquia e as demais estruturas eclesiais são promotoras, não deixa de constituir uma realidade algo paradoxal: a Igreja Católica, uma das estruturas institucionais (ditas) mais conservadoras (dentro e fora do espectro estritamente religioso), propõe e pratica uma utilização "refletida" dos ditos meios (e isto em toda a amplitude da sua estrutura organizativa, desde os seus microgrupos paroquiais/comunitários ao próprio Papa) demonstrando, deste modo, um evidente esforço de *upgrade* permanente em relação às potencialidades tecnológicas que tais recursos significam. No fundo, a Igreja Católica passou a utilizar esses instrumentos, sobretudo num esforço de renovação e atualização das linguagens (e não tanto de transformação profunda/interna dos conteúdos). Com efeito,

*O culto aos Santos e à Virgem Maria promovidos por grupos e movimentos populares católicos e, da mesma forma pela hierarquia da Igreja Católica, foi, por esta última, elemento essencial no domínio político-religioso, tornando-se um dos exemplos mais acabados de crença sem pertença. Por isso, analisar a atuação da dimensão religiosa do culto aos Santos e à Virgem Maria no mundo virtual é uma tarefa complexa pela própria volubilidade, inconstância, velocidade e multiplicidade das informações que atravessam a rede, constantemente feitas.*⁹³

Ora, é reconhecendo tais dificuldades que a mesma Igreja (isto é: leigos e hierarquia, teólogos e pastores) não se coíbe de identificar e clarificar os limites de tais "ferramentas" e de preservar aqueles que entende serem os "valores fundamentais" a respeitar no âmbito do seu uso. Uma ocasião muito propícia para tal reflexão têm sido as já atrás referidas celebrações anuais do "Dia Mundial das Comunicações Sociais" (que, em 2021, vai na sua 55ª edição) a que os Papas em exercício têm dedicado muito interessantes "Mensagens". Alguns analistas sublinham até que a própria forma como a Igreja Católica organizou a sua estratégia comunicativa releva a sua própria constituição e organização

⁹² Para uma análise comparativa deste processo, na perspetiva dos *webdesigners*, em relação com outras sensibilidades religiosas, ver: NOOMEN, Ineke; AUPERS, Stef, e HOUTMAN, Dick - *IN THEIR OWN IMAGE?: Catholic, Protestant and Holistic Spiritual Appropriations of the Internet*. «Information, Communication & Society», 14, n. 8 (Dezembro de 2011), p. 1097–1117.

⁹³ SILVEIRA - *Devoções, catolicismo e mundo cibernético*. Art. cit., p. 37.

hierárquica⁹⁴. Nestas análises, é sublinhada a configuração “piramidal” de tal estrutura comunicativa⁹⁵, que supõe e explica um rigoroso “controlo” dos “tempos” e dos “modos”, da “forma” e do “conteúdo” da mensagem que (não) deve ser comunicada.

Regressando ao filão essencial desta reflexão, não deixa, ainda assim, de ser «*sorprendente el poco control de los perfiles y páginas de los Santos del Canon de la Iglesia Católica*»⁹⁶. Seria, no mínimo, expectável que, assim como a hierarquia manifestou sempre uma preocupação muito forte (e mesmo pró-ativa) no controlo das questões da doutrina e do seu ensino, também neste que é o universo da promoção daqueles que constituem as figuras modelares para a vida e crescimento espiritual dos crentes houvesse o mesmo desígnio disciplinador, particularmente no período pós-tridentino⁹⁷. Claro está que, no que ao processo de canonização propriamente dito diz respeito, sempre coube à autoridade eclesiástica a competência de declarar, *urbi et orbi*, o grau de santidade reconhecido a uma figura tida como particularmente modelar para o *sensus fidelium*. Não obstante, que aos mesmos fiéis seja (pelo menos aparentemente) concedido um nível tão elevado de liberdade para recolherem, compilarem e divulgarem as informações que considerem relevantes acerca daquelas personagens cujo percurso vital lhes signifique um particular testemunho de fidelidade ao Evangelho e que por isso merecem ser contabilizados no cânone católico é facto que aqui me parece merecer algum relevo.

Concentrando-nos agora no contexto português no que à promoção da santidade diz respeito (ou seja: a partir dos processos de canonização em curso nas Dioceses e da respetiva “pegada digital” dos mesmos), o panorama encontrado é deveras pluriforme.

Assinala-se, desde logo, uma grande variação nas tipologias e mesmo “qualidade” da “aposta efetiva” de tais estruturas (dioceses, congregações/institutos religiosos ou outros) na promoção das suas figuras/modelos de santidade no universo digital. Com base em algumas rápidas pesquisas (a merecer, também estas, outra sistematização e aprofundamento) constata-se que

⁹⁴ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0*. YouTube, p. 19.

⁹⁵ Cfr. NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0*. YouTube, p.20.

⁹⁶ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0*. YouTube, p. 20.

⁹⁷ Vide, a este respeito, MENDES, Paula Almeida - “Vidas”, “Histórias”, “Crónicas”, “Tratados”: sobre a escrita e a edição de hagiografias e de biografias devotas em Portugal (séculos XVI-XVIII). «Lusitania Sacra», 2013, p. 176-86; MENDES, Paula Almeida - *Modos de fazer “santos”: a escrita de “vidas” de varões e mulheres “ilustres em virtude” em Portugal (séculos XVII-XVIII)*. In *Modos de Fazer = Ways of Making*. Porto: Universidade do Porto. Faculdade de Letras. CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória, 2020, p. 483-85.

estão atualmente em curso 31 processos de canonização (independentemente do “estádio” – diocesano ou “romano”) de personagens portuguesas na Congregação para a Causa dos Santos, sendo que apenas três (das 21) dioceses concentram 16 (51%) destes processos: Porto (6), Braga (5) e Lisboa (5). No que diz respeito aos perfis destas personagens, 24 são “santos do século XX” (considerando a data do seu *dies natalis*); quanto à sua “inscrição eclesial”, são figuras assim divisíveis: doze são religiosos, nove são sacerdotes, quatro são bispos e outros tantos os leigos (com a particularidade de, entre estes últimos, serem três as mulheres) e duas são crianças. Quanto à referida “pegada digital” de tais processos, e se nos ativermos apenas a estes últimos 24 processos, poderemos descrever do seguinte modo o nível de “mediatização hagiográfica” que lhes é dedicado:

- oito destas figuras não têm sequer um *site*/página/*blog* institucional dedicado e/ou com referência explícita e dados concretos (embora mínimos) sobre o respetivo Processo de Beatificação/Canonização;

- dos 16 restantes (com *site*/página institucional dedicada), são oito (50%) a dispor de um “Boletim”/ brochura digital (e/ou também em versão papel) divulgativa do estado do Processo, enquanto apenas três disponibilizam a possibilidade de envio de pedidos/relatos de graças obtidas/a obter via *online*;

- registre-se finalmente que a “qualidade” (leia-se: atratividade gráfica, interatividade no uso/navegação, etc.) de cada uma destas páginas/sites é aqui deveras variável, também reveladora dos recursos (tecnológico-financeiros) colocados ao dispor para este propósito/dinâmica comunicacional e *a fortiori*, da capacidade organizativa (para não referir o empenho aplicado em tal propósito) da entidade promotora que lhes subjaz.

Como facilmente se conclui, e não obstante a constatação desta apropriação/integração – porventura incipiente – destas novas linguagens e ferramentas na divulgação/promoção das figuras em questão e dos seus respetivos processos de canonização, ainda não é possível afirmar-se que tais recursos estejam a ser ampla e efetivamente aproveitados nem pelas entidades promotoras de tais processos nem pelos demais interessados em tal promoção. Certamente que serão múltiplas as razões para tal constatação: do desconhecimento da sua existência à falta de meios – humanos/materiais/tecnológicos – para os implementar, também não será de excluir a hipótese de existir igualmente alguma “resistência” à adoção de tais metodologias, questões que só a citada análise mais profunda e sistemática poderá futuramente esclarecer.

4. “Breves interrogações”

Feito este breve périplo em torno dos conceitos e epifenómenos espirituais-devocionais que parecem atestar uma emergente “espiritualidade digital”, é chegado o momento de, sem prejuízo das questões já apontadas, concretizar algumas linhas de reflexão que se desejam provocadoras de um aprofundamento mais abrangente e sistemático a respeito das consequências que este novo panorama poderá significar para a análise hagiográfica presente e futura.

4.1. Um novo habitat comunicacional-relacional-hermenêutico?

Assim, parece-me evidente constatar que esta (nova) religiosidade na (era da) *internet* levanta múltiplos problemas de ordem teórico-conceitual, histórico-cultural, teológica, sociológica, etnográfica, linguística, entre outras⁹⁸, questões que o *hagiographus* atento não poderá iludir. Com efeito, jogando-se o tema da hagiografia no campo da “relacionalidade comunicativa” – quer no âmbito do *religare* estritamente religioso quer no antropológico e societalmente configurado – de uma exemplaridade (ético-espiritual), convirá atender ao carácter paradoxal que reveste estas novas linguagens, ferramentas e ambientes comunicacionais: diante da «*promessa de redenção*»⁹⁹ operacionalizada através da reaproximação entre as pessoas feita pelos “novos sacramentos e sacramentais” pós-modernos que os novos *media* propõem (tecnologias e aparatos “em rede”), a realidade concreta por eles inaugurada revela antes uma mera operacionalidade e conexão estritamente técnicas de tais aparatos e estruturas, sem que a prometida (e suposta) reaproximação religiosa (horizontal ou verticalmente considerada) se verifique efetivamente. Pelo contrário, no dizer crítico de Serge Moscovici, citado pelo mesmo Jorge Miklos, «*A cibercultura tornou-se numa máquina de fazer deuses*»¹⁰⁰ e não tanto aquele desejado horizonte de maior e mais plena percepção/experiência de relacionalidade com os (já) existentes.

Outro aspeto deveras problemático refere-se à percepção de que este novo *habitat* parece inaugurar uma cosmovisão religiosa segundo a qual “fora da tecnologia não há salvação”, expressão máxima de uma verdadeira «*sacralización de la realidad virtual y de nuevos medios de comunicación*»¹⁰¹, concretizada através da apropriação absoluta dos atributos divinos. O “deus-rede” será o «*novo-Deus que irá conduzir e guiar a sociedade/humanidade*»; os tecnofóbicos são «*os novos*

⁹⁸ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 18.

⁹⁹ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 120.

¹⁰⁰ MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 120.

¹⁰¹ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 18.

hereges da pós-modernidade), a quem o «*Novo-Deus impurá a eliminação pura e simples, a exclusão social*»¹⁰².

Assim, a constatação desta profunda mutação (que começa por ser simbólica mas que, em virtude da dimensão ética do religioso, rapidamente deriva para uma práxis com ela concertada) não pode deixar de suscitar particulares cuidados hermenêuticos ao hagiógrafo à hora de tentar compreender estes fenómenos e as motivações/condicionantes históricas, culturais e espirituais que os sustentam.

4.2. O fenómeno da desterritorialização do religioso

Subjacente a esta crescente “virtualização” de certas expressões e vivências religiosas encontramos o que se pode designar como um movimento de “desterritorialização do religioso”, expressão que pode adquirir vários sentidos, que passo a concretizar.

Uma primeira hipótese de interpretação consiste em vislumbrar aqui uma espécie de “evangelização global” (isto é, sem considerações fronteiriças) de uma qualquer mensagem religiosa. Neste caso, quase poderíamos dizer que esta desterritorialização corresponde à permanentemente invocada “catolicidade” (universalidade) da mensagem cristã, na medida em que esta, fiel ao mandato evangélico (cfr. Mc 16, 15), não se pode confinar a uma só latitude/longitude, mas antes se deve alargar a toda a urbe e a todo o homem e mulher, uma vez que, como já reconhecia o apóstolo Pedro, «*Deus não faz distinção de pessoas, mas que, em qualquer povo, quem o teme e põe em prática a justiça, lhe é agradável*” (Act 10, 34-35). A *internet* seria, neste caso, o *habitat* onde estaria já em gestação/florescimento este “novo povo”, uma espécie de nova “aldeia religiosa global”, composta pela «*congregação de fiéis dispersos no globo*»¹⁰³, em que a “mensagem” circula de forma livre, direta, imediata e sem que quaisquer “fronteiras” (espácio-temporais ou outras) se possam mais erigir entre emissor e recetor. Ainda que deveras apelativa, será igualmente fácil identificar nesta conceção “redentora” várias questões problemáticas, entre as quais estas a que se aludiu anteriormente.

Uma segunda hipótese consiste em reconhecer aqui um movimento de transição/deslocamento/deslize dos espaços sagrados para as redes e plataformas digitais. Neste quadro, seria necessário registar que tal movimento apresenta, certamente, algumas vantagens, entre as quais se destaca a relativização – ou mesmo eliminação – dos obstáculos impostos pela espacialidade física,

¹⁰² MIKLOS - *A construção de vínculos religiosos na cibercultura: A ciber-religião*. Ob. cit., p. 120.

¹⁰³ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 101.

permitindo quer o «*acesso a lugares até então acessíveis com grande sacrifício físico*»¹⁰⁴, quer a partilha, tão imediata quanto “interativa”, de experiências, reflexões, dúvidas e demais vivências religiosas. Contudo, tais vantagens não devem obnubilar a formulação de importantes interrogações quanto a possíveis perigos que o mesmo movimento implica. De forma sucinta, poderíamos agrupar essa miríade de questões debaixo do chapéu hermenêutico provocado pelo aparecimento deste novo “habitar” religioso que se nos apresenta como «*um habitar místico cujo sentido supera as formas físicas do espaço*» e, por isso, necessariamente «*atópico*», expressão e concretização de uma «*espacialidade pós-geográfica interactiva e proteica* [no sentido de multifacetada] *cuja definição, assim como a sua própria percepção, resultará sempre temporária e derivada de uma interação sujeito-interface-informação-território*” (Di Felice, 2009, p. 238)¹⁰⁵.

Com efeito, não será correto considerar que estas questões tenham tido aí a sua génese: foi muito antes que se deu início a este «*crescente processo de deslocamento dos espaços sagrados para as redes*»¹⁰⁶. Enquanto processo, em vez de procurarmos fixar uma data para o seu eclodir, talvez seja preferível registar que o mesmo se verifica, *grosso modo*, através e a partir do atrás referido surgimento destes novos “espaços sagrados virtuais”, destas novas “arquitecturas digitais”. O novo passo hermenêutico-prático a dar, quer pelas instâncias de autoridade religiosas quer pelos investigadores interessados nestas matérias, será o de reconhecer que estas «*arquitecturas digitais podem ser entendidas como espaços sagrados, pois estes também são reproduzidos digitalmente. [...] Se a abertura de novas espacialidades mediáticas nunca é neutra, os novos espaços sagrados apontam para mudanças significativas no imaginário místico*»¹⁰⁷ cujo esforço de compreensão terá, necessariamente, que ser alargado a estes novos contextos, sob pena de deixar escapar uma vertente tão relevante ao sentir-viver religioso atual.

Ora, se adotarmos uma perspetiva positiva diante de tais mudanças, então poderemos considerar que «*Esses novos espaços sagrados não são um propriamente um “não lugar” ou um mero simulacro*»¹⁰⁸ [dos lugares a que remetem/estão ligados... nem da própria “experiência/fruição” que estes visam potenciar/proporcionar]; com maior rigor (e apelando ao atual “contexto existencial”, já muito densa e inapelavelmente imerso no “digital”), esses novos espaços sagrados poderão ser antes considerados como um «*outro ecossistema forjado*

¹⁰⁴ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 101.

¹⁰⁵ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 102.

¹⁰⁶ Cfr. AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 101.

¹⁰⁷ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 99.

¹⁰⁸ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 102.

pelas [...] interações entre tecnologias informativas e territorialidades, [... ou seja] o contemporâneo espaço efêmero da manifestação do sagrado, uma hierofania atópica»¹⁰⁹. Eis, porventura, o elemento central da questão fenomenológico-religiosa aqui em presença: o de compreender e compaginar estas novas noções de espaço com aquelas categorias tradicionais em função dos quais toda a experiência religiosa tem sido compreendida.

Creio até que a atual situação pandémica e o respetivo confinamento geral a que muitos crentes (de todas as sensibilidades e tradições religiosas) foram forçados poderá constituir um contexto particularmente fértil à hora de identificar a necessidade de empreender os esforços transformadores que esta nova reflexão e a compreensão destes fenómenos impõe. Com efeito, à proibição/ impedimento de reunião comunitária decretada pelas autoridades políticas e/ ou sanitárias, responderam as comunidades, grupos e instituições religiosas com uma miríade de propostas *online* (celebrações, missas, orações, rosários, vigílias, encontros de “partilha”, formações, assembleias, etc.) que, embora não “substituindo” o modo “tradicional” – presencial – da sua concretização (e parece haver algum consenso a respeito da compreensão e assumpção dos limites que tais propostas significam, sejam estes de teor teológico-dogmático, sejam da ordem da própria “psicologia/sociologia dos grupos/comunidades”), acabaram por conseguir “preencher um vazio” no que concerne à vivência espiritual, simultaneamente pessoal e comunitária, dos crentes a elas ligados. São múltiplos, de facto, e muito numerosos os testemunhos (lidos *online* nas páginas/sites das referidas comunidades ou escutados “ao vivo” no contexto dos referidos encontros) que, de forma positiva, avaliam tal esforço na manutenção de alguma espécie/forma de “presença” e de “ligação-relação” que mantenha (ou reponha) alguma “normalidade” na vivência-experiência religiosa “anormal” que a situação pandémica provocou. Não obstante tais apreciações positivas, resta – pelo menos – a dúvida acerca da capacidade (não) revelada pelas mesmas comunidades/grupos/autoridades religiosas de provocarem e potenciarem a necessária reflexão (teológico-espiritual e pragmático-pastoral) em torno dessa mesma problemática e dos desafios que esses “sinais dos tempos” consigo transportam. No fundo, permanece a questão de se saber se todo este contexto foi, também ele, visto e compreendido como meramente “provisório” (e, com ele, as questões/interrogações que suscitou), logo, de “resolução automática” mediante o natural transcurso temporal; ou se tais questões, mais do que “circunstanciais”, foram enfrentadas como oportunidade (provocadora mas certamente enriquecedora) para uma reflexão mais profunda em torno da

¹⁰⁹ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 102.

compreensão destas novas vivências e expressões espirituais aqui apresentadas à colação.

4.3. O permanente problema da “autenticidade”

Não recusando a positividade das potencialidades atrás sumariamente apresentadas, parece-me, ainda assim, ser preferível, neste contexto, a adoção de uma atitude que me atrevo a apelidar de “sabiamente cautelosa”: rejeitando quer bacocas imprudências quer medrosos passadismos, situa-se esta num “meio termo” cujo equilíbrio será sempre difícil de atingir mas que poderá ser a que melhor poderá dar uma resposta teológico-prática mais consentânea com a densidade existencial visada por estes novos desafios.

Com efeito, creio que todos compreenderemos bem os motivos pelos quais as principais “tradições religiosas” mantêm, *grosso modo*, e não obstante algumas iniciativas aqui invocadas, um “olhar cético” diante das (ditas) novas tecnologias. No fundo, é a questão, sempre controversa, quer entre crentes quer entre académicos, da “autenticidade”:

*A ideia de vivenciar a religiosidade em territórios digitalizados [...] é vista com ceticismo. Essas experiências são consideradas como mera simulação ou reprodução de algo real e, portanto, inautênticas. É muito comum em fóruns ou grupos em redes sociais ligados à espiritualidade encontrarmos discussões acerca da validade e eficiência das experiências religiosas on-line, um debate também presente no mundo teológico e académico. É natural que se questione se a citada peregrinação no Second Life a Meca para realizar um hajj virtual teria a mesma autenticidade que a peregrinação presencial*¹¹⁰.

Simplificando, poderemos dizer que, do lado dos defensores destes “novos universos religiosos” – verdadeira “*Galáxia da Internet*” descrita por Manuel Castells¹¹¹ – a ideia-argumento fundamental é a de que

*“a virtualidade não é uma simulação, uma imitação, uma mimese de realidade, mas o ingresso em outra dimensão, por assim dizer, ontologicamente diferente.” (Perniola, 2005, p. 47). [Por conseguinte,] O virtual – entendido não como o oposto do real, mas como outra natureza – sugere que essas experiências, antes de serem meros simulacros, inauguram uma nova vivência religiosa, nem melhor, nem pior, simplesmente de outra natureza e que pode ser carregado de significado místico e religioso*¹¹².

¹¹⁰ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 99.

¹¹¹ CASTELLS, Manuel - *A Galáxia Internet: Reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. 2ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.

¹¹² AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 100.

E, para sustentar esta posição, alguns autores invocam até um muito forte argumento: o da própria “vivência-experiência” da *Via-Crucis* católica¹¹³. A formulação é feita nestes termos: sendo a *Via Crucis* «*uma prática que simula simbolicamente o trajeto seguido por Jesus Cristo carregando a cruz desde o pretório até o calvário*», então, podemos considerar toda a peregrinação como algo intrinsecamente «*variável conforme a tradição religiosa –, é algo negociável, podendo ser concebida, como é o caso da via crucis, como uma prática alegórica e virtual*» onde, apesar disso, a autoridade/tradição religiosa reconhece que «*o fiel [que nela participa] é merecedor de benefícios espirituais*»¹¹⁴. Com este argumento, abrem-se assim «*precedentes para estabelecer a autenticidade das peregrinações nas redes. A experiência que já é simbólica por natureza não teria perdas qualitativas com seu deslocamento para as redes, só aumentaria um grau a mais o nível de abstração*»¹¹⁵. Não obstante, os mesmos autores reconhecem uma lacuna intransponível pelo ambiente digital (na medida em que o mesmo a contraria/anula quase em absoluto) e que é fundamental à compreensão e vivência “tradicional” (no sentido de real, efetiva) da peregrinação: a de esta se concretizar necessariamente através de uma deslocação espacial-temporal do sujeito, deslocação esta que requer real esforço (físico, económico...), a que muitas vezes (senão quase sempre) se associam práticas penitenciais/ascéticas cuja realização as redes digitais não podem nem poderão nunca proporcionar.

Com efeito, são múltiplas e muito relevantes as observações críticas que este panorama nos suscita: são estas “peregrinações virtuais” a “evolução” (para o) digital (e, por isso, inapelável, necessária até) das peregrinações tradicionais ou a sua “subversão”/“esvaziamento”? Estarão elas votadas a um eterno combate por protagonismo/significado espiritual para o crente ou será possível equacionar uma “convivência pacífica” e mutuamente enriquecedora e complementar entre ambas (tal como propõem alguns teóricos com a citada “Religião Digital”¹¹⁶)?

Para resolver este dilema, poderíamos ser levados a aceitar que o virtual não é mera simulação nem simples imitação do real; o virtual será antes uma “outra

¹¹³ Note-se que também no “*Second Life*” é proporcionada a hipótese de “experiência virtual” desta “peregrinação”. Ver, a respeito, a análise (também aos testemunhos de utilizadores) feita em KABURUAN e CHEN - *Play and pray*. Ob. cit., p. 98ss.

¹¹⁴ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 100.

¹¹⁵ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 100.

¹¹⁶ «In contrast to previous framings, digital religion sees online religious practices and beliefs as integrated into offline religious communication and communities and vice versa, rather than online and offline religion being seen as separate or competing entities. The embeddedness of the Internet into the everyday life of many religious practitioners means that digital culture and technologies often bridge, connect, and/or extend online religious practices and spaces into offline religious contexts. [...] Current studies of digital religion increasingly pay particular attention to how religious actors and groups negotiate their relationships and spiritual activities between the multiple spheres of their online and offline lives». – CAMPBELL - *Religious Communication and Technology*. Art. cit., p. 229.

dimensão” do (mesmo) real. A questão, portanto, já não se coloca em termos de espacialidade (um espaço diferente do outro), nem de “representação imagética” (uma realidade que é/pretende ser mero espelho/reflexo/duplicação “digital” da outra) mas estritamente *ontológica*: é como se o “mundo cibernético” fosse algo “constituente/constitutivo” do mundo real, como que resultante de um “novo olhar” (meta-holístico) sobre o mesmo. Um bom exemplo desta nova forma “meta-holística” de “ver” e “compreender” a realidade é encontrado na descrição das potencialidades que a tecnologia “5G” parece querer inaugurar:

- um mundo da “WEB 3.0”¹¹⁷ em que o utilizador-consumidor passa também a ser produtor-promotor de conteúdos/serviços, assumindo um papel ativo no processo de manutenção e alimentação da própria “máquina”;

- neste mundo “cibercultural”, tudo é “inteligente”: dos telemóveis aos carros, da roupa aos eletrodomésticos e às próprias cidades, a *internet* deixa de ser apenas uma “plataforma logística” potenciadora de ligações entre dispositivos para passar a ser a “*internet* das coisas” o novo “ambiente” (virtual, claro está) em que “tudo acontece”;

- esta “inteligência” é, não obstante, paradoxalmente definida como “artificial”, pois exprime essa capacidade das máquinas poderem pensar como seres humanos: aprender, perceber e decidir quais caminhos seguir, de forma racional, diante de determinadas situações¹¹⁸;

- neste “Admirável mundo novo” (para citar a utopia negativa de Aldous Huxley) da “*Web 3.0*”, a “realidade” é (até) “aumentada”(!): tudo habita/existe no mesmo “ecossistema” (real-mundano), mas agora permanentemente interconectado na mesma “rede” (*inter-net*), em “partilha” (comunhão)

¹¹⁷ Yves Nicot resume deste modo a evolução registada neste âmbito: «Con la web 1.9 se tuvo acceso a Internet en 1992 y 2005, los usuarios visitaban páginas diseñadas por expertos en programación. [...] La Web 2.0 es mucho más interactiva y permite la experiencia individual sin tener que pasar por un experto o tecnócrata para generar contenido. El avance tecnológico la movilidad, el acceso vía teléfono o tabletas a Internet, permiten a los usuarios mayor facilidad y accesibilidad. La Web 2.0 incluye sitios que permiten la creación de contenido por parte de los usuarios como Youtube, redes sociales, sitios de microblogging, mundos virtuales y juegos en línea. También ha abierto la puerta a videobloggers o noticieros informales [...]. La Web 3.0 es la utilización de inteligencia en Internet para hacer más efectivos los buscadores con la idea de lograr una experiencia más dirigida al usuario de acuerdo con sus preferencias de búsqueda, a las imágenes y vídeos favoritos». NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, p. 18–19, notas 41, 42, 43.

¹¹⁸ «Até então, os computadores precisavam de três grandes pilares evoluir da computação simples para a atual, de inteligência artificial: Bons modelos de dados para classificar, processar e analisar; Acesso a grande quantidade de dados não processados; Computação potente com custo acessível para processamento rápido e eficiente. Com a evolução desses três segmentos, a inteligência artificial tornou-se finalmente possível com a fórmula: big data + computação em nuvem + bons modelos de dados. Podemos dizer que a IA aprende como uma criança. Aos poucos, o sistema (a depender do objetivo para o qual ele foi criado) absorve, analisa e organiza os dados de forma a entender e identificar o que são objetos, pessoas, padrões e reações de todos os tipos». COSSETTI, Melissa Cruz - *O que é inteligência artificial? «Tecnoblog (blog)»*, 15 de Outubro de 2018, <https://tecnoblog.net/263808/o-que-e-inteligencia-artificial/>.

simultânea e permanente de informação. Os *bits* são como que os novos átomos (enquanto unidades básicas e irredutíveis) da nova matéria de que é feito este mundo simultaneamente real e virtual:

*O átomo é o passado. O símbolo da ciência para o próximo século é a rede dinâmica. Enquanto o átomo representa uma clara simplicidade, a rede canaliza o poder confuso da complexidade. A única organização capaz de crescimento sem preconceitos e aprendizagem sem guias é a rede. Todas as outras topologias são restritivas. Um enxame de redes com acessos múltiplos e, portanto, sempre abertas de todos os lados. Na verdade, a rede é a organização menos estruturada da qual se pode dizer que não tem nenhuma estrutura [...]. Nenhum outro esquema – cadeia, pirâmide, árvore, círculo, eixo – consegue conter uma verdadeira diversidade funcionando com um todo. (KELLY, Kevin - *Out of Control: The Rise of Neo-biological Civilization*, Menlo Park, CA: Addison-Wesley, 1995, p. 25-27)¹¹⁹.*

Em suma, este é um (novo) mundo em que as relações de subsistência-convivência mais não são do que o resultado das “conexões bem-sucedidas” entre os “dispositivos” em presença. Poder-se-á contrapor que, em bom rigor, todo o processo comunicacional-relacional obedece a esta mesma lógica: a “falha” de um dos elementos (dispositivos) envolvidos no processo é razão suficiente para o “falhanço” de todo o dito processo. No entanto, uma das questões de fundo é a de perceber até que ponto é que, neste mundo da “*Internet* das coisas”, os ditos processos ocorrem sob controlo/por vontade/decisão humana ou se de forma meramente “automática”/“autómata”, sem qualquer controlo para além daquele que a “programação/formatação” inicial impõe.

Finalmente, e mais concretamente no que concerne ao papel e atitude dos estudiosos, surgem igualmente algumas questões relevantes: será válido continuar a utilizar as mesmas grelhas e critérios de análise até agora usados para uma compreensão dos fenómenos em torno da santidade e das suas manifestações tradicionais para compreendermos estes fenómenos aqui elencados (ou outros seus similares)? Não terá chegado aqui também a hora de, reconhecendo a mutação linguística-comunicativa-relacional aqui em presença (no que ao “dizer”/narrar/descrever e “partilhar” a experiência religiosa diz respeito), potenciar uma “saúdavel apropriação/integração” de tais termos/conceitos/dinâmicas hermenêuticas, de que é exemplo a citada proposta de Antonio Spadaro?

¹¹⁹ Apud CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Fernando Henrique - *A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1: A sociedade em rede*, 5ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001, p. 117–18, nota 87.

4.4. Haverá uma “santidade digital/virtual” emergente?

Mediante o exposto, parece possível dizer-se que «*a mística contemporânea é uma mística tecnológica*»¹²⁰. Tal significa, para aqueles que se dedicam à compreensão dos fenómenos a ela associados (historiadores, teólogos, hagiógrafos, pastores¹²¹ e demais interessados nas questões da espiritualidade) que não foram apenas as categorias tradicionais de análise deste fenómeno que se alteraram: são os métodos de identificação, recolha, e sistematização dos dados a ele respeitantes que necessariamente precisam de ser “atualizados”.

Com efeito, são vários e de diverso tipo os desafios criados por este novo “sentir”, “experimentar” e “viver” religioso na era da *internet*. Em primeiro lugar, e em concreto sobre a temática hagiográfica aqui em presença, regista-se que, na atualidade, a promoção das novas figuras de santos, mártires e beatos ultrapassa a simples vontade (“política hagiográfica”) institucional: «*La Iglesia católica como institución no há sido capaz de tener el monopolio de la creación y promoción de la santidad en las redes sociales a pesar de seguir teniendo el monopolio del nombramiento y reconocimiento oficial de los mismos*»¹²². Agora são os leigos/crentes quem se apropriam das novas figuras de santos, muitas vezes sem consultar nem recorrer à respetiva instituição/autoridade eclesíastica, e que tomam as rédeas da sua promoção. Ora, a existência desta “mobilização laical” pela promoção de figuras da sua particular devoção/proximidade espiritual deveria, porventura, ser melhor aproveitada (e mesmo orientada) pelas estruturas eclesiais, uma vez que tal permitiria corrigir certos “desvios”, medir sensibilidades e popularidades, bem como compreender com maior profundidade quais os “perfis de santidade” mais consentâneos com a época e contexto históricos em questão, não tanto nem unicamente por estarem “mais em voga” mas antes no sentido de se compreender melhor as relações e movimentos (de mobilização) dos processos de canonização promovidos ora pela hierarquia ora pelos fiéis, definindo-se assim, com maior objetividade e profundidade, o “perfil” de santidade em presença.

Do mesmo modo, verifica-se que o processo de transformação (sacralização) da *internet* (passagem de espaço originalmente laico em espaço profundamente religioso) está a ocorrer em função/como consequência das práticas dos fiéis, e não tanto por iniciativa das autoridades religiosas. Assim sendo, teremos que

¹²⁰ AGUIAR - *O imaginário Místico do Espaço Sagrado Virtual*. Art. cit., p. 98.

¹²¹ A título de exemplo, e também mostrando como estas questões são transversais às múltiplas sensibilidades/pertenças religiosas, refira-se a preocupação por compreender o grau e as consequências da utilização destas novas tecnologias no quadro do universo dos pastores/ministros da Igreja Protestante norte-americana que este amplo estudo regista: GRINTER, Rebecca E. et al. - *Technology in Protestant Ministry*. «Computer Supported Cooperative Work (CSCW)», 20, n. 6 (Dezembro de 2011), p. 449–72.

¹²² NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0*. YouTube, ob. cit., p. 3.

ter presente que este fenómeno não nos releva somente tais práticas, mas obriga igualmente uma nova atenção por parte dos historiadores/estudiosos destas matérias. Com efeito, esta proliferação de testemunhos (pessoais-comunitários) cuja compilação e sistematização se revela cada vez mais problemática acaba por indiretamente promover a revalorização das fontes documentais/arquivísticas, habitualmente consideradas para estes processos e análises. Assim, quer no que respeita aos documentos históricos que permitem reescrever as biografias dos personagens visados, quer aqueles outros que atestam o culto/devoção/relevância (popular) que a ele se rende(u), a presente evolução exige a todos os implicados uma maior atenção na análise de tais documentos, na sua contextualização e sistematização. Simultaneamente, o presente contexto aponta à necessidade de ampliação do acervo histórico-documental existente com arquivos e fundos particulares, ao mesmo tempo que apresenta os dados (e as experiências espirituais) partilhados na *web* como instrumentos/elementos de análise relevantes para a correta compreensão de todo o processo de “reconhecimento da santidade” das figuras em questão.

Do mesmo modo, revela-se cada vez mais urgente a adoção de novas metodologias de análise de tal perfil, agora voltado para a sua versão “cibernética”. Neste âmbito, talvez fosse útil:

- . unificar alguns elementos de análise dos estudos de caso já existentes: sendo este um campo hermenêutico em constante ebulição, a consideração sistemática e compaginada de diferentes estudos parcelares pode abrir perspetivas de análise e de resolução dos múltiplos problemas e questões em presença;

- . uma análise dos perfis/páginas do *Facebook* (ou outras do mesmo género) relacionados com a figura em questão, em que se identifique (e analise) a identidade do autor/criador da página (leigo? eclesiástico? instituição?), os dados disponíveis acerca do personagem, o tipo (e objetivos, assumidos ou intuídos) dos *posts*, qual o teor dos mesmos e que tipo/registo de linguagem utiliza, entre outros aspetos;

- . elencar e analisar outras páginas (*blogs*, páginas institucionais, etc...) e seus promotores, particularmente em sentido financeiro, pois, a par do trabalho e incumbências atribuídos ao postulador da causa, convirá reconhecer o relevo daqueles que «*financian o presionan a la autoridad eclesiástica para que se reconozca a un beato o a un santo*»¹²³;

¹²³ NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube*, ob. cit., p. 30. O autor inscreve precisamente neste contexto o tema “importante e polémico” dos «*apoyos financieros para promover la santidad*», questão recentemente abordada pelo Papa Francisco, mormente no que ela poderia significar quer enquanto fonte/ocasião de desigualdades/disparidades no “acesso à santidade”, quer no que à transparência em relação aos custos envolvidos nos ditos processos diz respeito. Cfr. NICOT - *De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales*:

. identificar as estratégias, quer técnicas quer pastorais, usadas pela instituição/autoridade eclesíástica (ou por seus representantes) no sentido de «domesticar as trajetórias dos fiéis-internautas ou usuários»¹²⁴;

. considerar como elementos úteis à análise os vídeos colocados no *Youtube* (ou outro tipo de informações/elementos noutros suportes) relacionados com a figura em questão, analisando-se em profundidade e com grelhas bem definidas o seu conteúdo, o número e “alcance geográfico” das respetivas visualizações, entre outros aspetos¹²⁵, de modo a posteriormente ser possível um exercício comparativo com outros casos de figuras/vídeos similares;

. rastrear, quer os elementos recorrentes, quer os distintivos acerca das representações gráficas difundidas nos diferentes portais/plataformas de divulgação hagiográfica, potenciando assim a compreensão das permanências (ou dissonâncias) entre a iconografia tradicional e a iconografia digital;

. analisar, em lapsos temporais mais alargados, o número de visitas de tais portais e páginas *web*, de modo a «determinar el éxito o fracaso de las narrativas»¹²⁶ neles propostas.

Certamente que, tal como já sucedia com os santos da Antiguidade ou da Idade Média, sempre se registará uma discrepância entre a biografia “real” (“vida vivida”) e a escritura/relatos (“vida narrada”) surgidos em torno da mesma, independentemente do “suporte” em que esta seja concretizada. Por isso, será porventura mais relevante analisar o nível e tipo de adesão dos fiéis a esses relatos à hora de reconstruir o perfil do santo em causa. Assim, e tal como no século XX se deu muito valor à dita história e tradições orais, o início deste século XXI parece estar a propor-nos uma particular atenção para esta nova forma de comunicação: o mundo das redes digitais. Sob este novo prisma interpretativo, talvez seja mais fácil de acomodar (no sentido de contextualizar, compreender, integrar) este “choque” entre o peso (da autoridade) da Tradição e as possibilidades (sempre problemáticas) que as novas redes e dinâmicas cibernéticas apresentam.

Contudo, e de acordo com a atitude/postura “sabiamente cautelosa”

la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube, ob. cit., p. 31.

¹²⁴ SILVEIRA - *Devoções, catolicismo e mundo cibernético*. Art. cit., p. 35.

¹²⁵ Quem é o responsável (individual ou institucional) pela sua autoria e disponibilização “online”? Qual a data de criação/disponibilização (e das possíveis “atualizações”/complementos posteriores) do mesmo? Em que termos é que descreve o vídeo? Em que categoria o inscreve/regista (de acordo com as regras e critérios do próprio canal)? O vídeo permite/procura algum tipo de “rentabilização” das respetivas visualizações (mediante a inserção de anúncios, por exemplo)? Estes são apenas alguns exemplos de critérios a considerar numa análise mais rigorosa dos ditos conteúdos, onde claramente se cruzam, também em perspetiva trans e interdisciplinar, outras ciências e saberes, nomeadamente relacionados com as Ciências da Comunicação, Marketing Digital, entre outros.

¹²⁶ NICOT, Yves Bernardo Roger Solis - *Hagiografías en la era de la Web 2.0*. «Historia y Grafía», Universidad Iberoamericana, Año 27, n. 54 (2020), p. 225–26.

atrás defendida, também será conveniente «*relativizar la transformación de la hagiografía vinculada con las nuevas formas de narrativas digitales*»¹²⁷. Neste sentido, haverá que ter presente que quer os meios de comunicação tradicionais (imprensa, rádio, televisão) quer o próprio cinema foram, desde muito cedo, utilizados pela autoridade eclesiástica (Santa Sé) como meios/instrumentos de evangelização, pelo que o momento atual não será tanto de “rutura” mas antes de “continuidade” em relação a uma já “antiga” tradição comunicativa-evangelizadora. Não obstante,

*Continuidade não significa imutabilidade, como afirma Hervieu-Léger (2008, p. 57), “em todas as sociedades, a continuidade é garantida sempre na e pela mudança”. A forma como a memória, os valores e as crenças religiosas institucionais são transmitidos sofreram rupturas. Não há transmissão sem crise da mesma transmissão, mas na modernidade, com o advento do pluralismo religioso e das esferas de valores e institucionais, com a secularização, a formação do Estado e dos mercados modernos, a herança religiosa sofrerá sucessivos abalos.*¹²⁸

O que hoje parece estar em causa é que «*as instituições nas quais se dava a continuidade da memória e dos valores entre as gerações perdem importância para uma sociabilidade da experiência partilhada, da comunicação direta e do engajamento pontual (HERVIEU-LÉGER, 2008)*»¹²⁹. Consequentemente, «*o culto aos Santos e à Virgem Maria, tradicionais práticas católicas, antes vividas nos contextos de sociabilização católicas das famílias e da sociedade, são vividas em novos contextos culturais, em particular o complexo mundo da comunicação mediada por computador ou internet*»¹³⁰.

Este novo panorama exige, da parte das diferentes instâncias e entidades interessadas na promoção da santidade, o desenho de novos instrumentos e novas metodologias que permitam um mais efetivo e eficaz intercâmbio entre o promotor da causa e os animadores/gestores das redes em que esta pretende ter presença e visibilidade. Aos estudiosos (historiadores, teólogos, hagiógrafos, sociólogos, entre outros) para quem este tema é alvo de particular interesse caberá o permanente esforço de acompanhamento atento destes dinamismos e da sua sempre desejada compreensão, algo para que as presentes linhas pretendem, a seu modo, contribuir.

Artigo recebido em 13/09/2021

Artigo aceite para publicação em 22/11/2021

¹²⁷ NICOT, Yves Bernardo Roger Solis - *Hagiografias en la era de la Web 2.0*. Art. cit., p. 225.

¹²⁸ SILVEIRA - *Devoções, catolicismo e mundo cibernético*. Art. cit., p. 34–35.

¹²⁹ SILVEIRA - *Devoções, catolicismo e mundo cibernético*. Art. cit., p. 35.

¹³⁰ SILVEIRA - *Devoções, catolicismo e mundo cibernético*. Art. cit., p. 35.