



# Desafios e oportunidades da evangelização nas plataformas digitais

Challenges and opportunities of evangelization  
on digital platforms

*Ariél Philippi Machado\**

PUCPR

*Luís Gustavo Conde\*\**

PUCMinas

Recebido em: 11/03/2024. Aceito em: 31/03/2024.

**Resumo:** *O fenômeno da internet está mais presente nos processos de evangelização. O Dicastério para a Comunicação orienta o uso e aplicação das plataformas digitais por meio de dois documentos significativos: “Igreja e Internet” e “Ética na Internet”. O presente artigo destaca que a privação das plataformas online não é o caminho mais adequado; ao contrário, é nesse ambiente que devem atuar aqueles que dão verdadeiro testemunho da vida em Jesus Cristo.*

\* Mestre em Teologia (Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, Curitiba, 2021). Especialista em Juventude, Religião e Cidadania (Faculdade Católica de Santa Catarina, Florianópolis, 2021). Especialista em Direito Educacional (Faculdade Unyleya, Florianópolis, 2019). Especialista em Catequese – Iniciação à Vida Cristã (Faculdade Católica de Santa Catarina, Florianópolis, 2018). Membro fundador da Associação Rede Lumen de Catequese. Catequista na Paróquia Santíssima Trindade, Arquidiocese de Florianópolis.

E-mail: [proff.ariel@gmail.com](mailto:proff.ariel@gmail.com).

\*\* Especialista em Direito Processual Civil (Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, 2017). [Especialização em andamento em Direito Bancário e do Mercado Financeiro (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais PUC-Minas, 2024 –)]. Aperfeiçoamento pós-graduado em Licenciatura plena (Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS, 2016). Bacharel em Direito (Centro Universitário Unifafibe, 2013). Tecnólogo em Gestão Empresarial (Faculdade de Tecnologia de São Paulo – FATEC, 2019). Advogado e professor de cursos técnico-profissionalizantes. Catequista na Catedral Metropolitana de São Sebastião, na Arquidiocese de Ribeirão Preto (SP), atuando na evangelização de jovens e adultos. Autor de artigos para o Portal de Formação da Canção Nova e articulista da Revista Paróquias.

E-mail: [luisguconde@gmail.com](mailto:luisguconde@gmail.com).

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2341-5502>

**Dossiê**





*Seu objetivo é colaborar para a formação contextualizada e crítica dos agentes de evangelização para uma postura positiva em relação à internet na evangelização. De cunho bibliográfico-documental, o artigo segue por três sessões, destacando a necessidade de captar e manter a atenção dos interlocutores no ambiente virtual; os desafios e as oportunidades presentes na internet e a reflexão feita pela Igreja em relação às plataformas digitais. Destaca-se, da conclusão, que a internet é um poderoso meio de comunicação e interação social, influenciando opiniões e comportamentos, possibilitando a inspiração da conversão no cumprimento da missão evangelizadora e não poder ser ignorado.*

**Palavras-chave:** *Evangelização; internet; desafios; oportunidades.*

**Abstract:** *The internet phenomenon is more present in evangelization processes. The Dicastery for Communication guides the use and application of digital platforms through two significant documents: “Church and Internet” and “Ethics on the Internet”. This article highlights that deprivation of online platforms is not the most appropriate path; On the contrary, it is in this environment that those who give true testimony to life in Jesus Christ must act. Its objective is to contribute to the contextualized and critical training of evangelization agents for a positive attitude towards the internet in evangelization. Of a bibliographic-documentary nature, the article follows three sessions, highlighting the need to capture and maintain the attention of interlocutors in the virtual environment; the challenges and opportunities present on the internet and the reflection made by the Church in relation to digital platforms. It stands out from the conclusion that the internet is a powerful means of communication and social interaction, influencing opinions and behaviors, enabling the inspiration of conversion in the fulfillment of the evangelizing mission and cannot be ignored.*

**Keywords:** *Evangelization; internet; challenges; opportunities.*

## Introdução

Era no ano de 1957 quando o Papa Pio XII escreveu a Carta Encíclica *Miranda Prorsus* sobre a cinematografia, a rádio e a televisão, ensinando que “os maravilhosos progressos técnicos, de que se gloriam os nossos tempos, sem dúvida são fruto do engenho e do trabalho humano, mas são primeiro que tudo dons de Deus, Criador do homem e inspirador de todas as obras” (Pio XII, 1957). É de suma importância iniciar este estudo com um conselho de mais de sessenta anos, porque é exatamente a constância da transmissão da fé que irá guiar a evangelização nas mais diversas ferramentas de comunicação que surgem e se transformam constantemente. No contexto das mudanças ocasionadas pela internet, esses surgimentos e transformações da comunicação são especialmente notáveis, refletindo-se nas formas de influenciar pessoas e, por consequência, no exercício da evangelização. A ascensão da tecnologia digital, das redes sociais, da inteligência artificial e de outras



ferramentas tecnológicas tem gerado novas oportunidades e desafios para a transmissão da fé, que precisa se adaptar a exigências cada vez mais incompatíveis com compreensão do Evangelho.

As tendências dos novos meios de comunicação indicam que para reter a atenção das pessoas os conteúdos devem ser rápidos, dinâmicos, concisos e extravagantes. Por outro lado, transmitir os ensinamentos de Jesus Cristo requer calma, reflexão, profundidade e carinho. Conciliar esses dois cenários é o desafio da participação da Igreja nas mais recentes formas de comunicação social proporcionadas pelo avanço tecnológico da internet e das plataformas digitais. Nas palavras do Papa Francisco:

*Voltemos às nascentes para oferecer ao mundo aquela água viva que ele não encontra; e, enquanto a sociedade e as redes sociais acentuam a violência das palavras, concentremo-nos na mansidão da Palavra de Deus que salva, que é mansa, que não faz rumor, que penetra no coração (Francisco, 2024b).*

A análise das transformações da comunicação social é essencial para a compreensão do impacto da internet na evangelização e para reflexão sobre as tendências e as expectativas no campo da influência dos mais variados públicos. A Carta Encíclica *Miranda Prorsus* esclarece os motivos do interesse da Igreja nas formas de comunicação:

*com particular alegria, mas também com prudência vigilante de Mãe, procurou, desde o princípio, a Igreja seguir e proteger os seus filhos no caminho maravilhoso do progresso das técnicas de difusão. Tal solicitude deriva directamente da missão que lhe confiou o Redentor Divino, porque essas técnicas – na geração presente – têm poderoso influxo no modo de pensar e agir dos indivíduos e comunidades (Pio XII, 1957).*

E essa poderosa influência no modo de pensar e agir tem se destacado cada vez mais, possibilitando conhecer a opinião de incontáveis pessoas sobre os mais diversos assuntos, efeitos do qual a transmissão da fé não está a salvo. Muitas opiniões são transmitidas na internet tal como se fossem verdadeiras lições que exigiriam estudos e reflexões inalcançáveis dentro do curto tempo exigido pelo público. O Papa Pio XII ensinou que a mensagem da salvação é “de incomparável riqueza e força, que deve ser recebida na alma de todos os homens” (Pio XII, 1957), o que não parece possível transmitir com fidelidade nos poucos minutos oferecidos pelas redes sociais, maior fonte de influência das pessoas nos tempos atuais.



Ao examinar as novas formas de evangelização à luz das mudanças tecnológicas, é possível identificar uma série de questões pertinentes, tais como a democratização do acesso à informação, a diversificação dos canais de comunicação, a virtualização das experiências e os desafios éticos decorrentes do uso da tecnologia. Estas questões evidenciam a necessidade de uma reflexão aprofundada sobre os impactos sociais, culturais e espirituais das tecnologias emergentes na prática da fé e na disseminação dos ensinamentos religiosos.

A análise das mudanças tecnológicas nas formas de influência do público possibilita encontrar caminhos importantes para aqueles que se propõem a evangelização. Ao compreender melhor os desafios e as oportunidades apresentados por esse cenário em constante evolução, torna-se possível contribuir para o desenvolvimento de práticas de evangelização mais eficazes e éticas, respeitando a profundidade do anúncio da Boa Nova, para que, assim como Jesus, os caminhos da fé sejam ensinados com sinceridade e franqueza (Bíblia [...], 2014, Mt 22,16, p. 1213).

## 1 A batalha pela atenção do público

Na atual disputa pela atenção do público há a ideia de que tudo o que não seja o consumo de conteúdo é concorrência da plataforma, por exemplo, um aluno que está na escola com a atenção voltada para a aula não está na plataforma de *streaming* assistindo série; a plataforma, portanto, perdeu essa disputa. O mesmo ocorre com a Santa Missa, a Catequese, os Grupos de Jovens e tudo o que afasta o público das plataformas digitais. Esse é o ponto no qual a batalha pela atenção atinge diretamente a missão evangelizadora. E a transmissão da fé encontra ainda um outro obstáculo que não atinge o entretenimento: a profundidade e riqueza do conteúdo. Consta na Carta Encíclica *Miranda Prorsus* que “A Igreja, depositária da doutrina da salvação e dos meios de santificar, goza do direito inalienável de transmitir as riquezas que lhe foram confiadas por disposição divina” (Pio XII, 1957). Essa mensagem não pode ser superficial, ao contrário dos conteúdos de entendimento, aos quais é possível ser fútil, vulgar, imoral e, ainda assim, muito popular. É bom esclarecer que o entretenimento pode ser de conteúdo pobre, mas não necessariamente o seja, embora a mera possibilidade já torne desigual a disputa pela atenção. Nesse mesmo sentido o Papa Pio XII afirmou que “Ao afirmar os direitos da Igreja, não queremos negar à sociedade civil o direito de difundir as notícias e informações que são necessárias



ou úteis para o bem comum da mesma sociedade” (1957). Aqui não se pretende negar o valor e a riqueza próprios dos filmes, séries, músicas ou mesmo dos vídeos disponibilizados nas redes sociais; há sim conteúdo de muito valor nesses meios. Por outro lado, é inegável que há também muito do pior que pode ser extraído da mente humana.

A ascensão dos serviços de *streaming* marcou uma revolução na forma como os conteúdos de filmes, séries e documentários são consumidos. O mesmo ocorreu com a forma como a música é consumida e, até mesmo, na forma de estudar e aprender. Desde a popularização da *internet* de banda larga até os avanços nas tecnologias de compressão de dados e transmissão *online*, testemunha-se uma competição feroz pela atenção do público. Explorar a dinâmica da economia da atenção no contexto dos serviços de *streaming* e das redes sociais permite identificar os principais fatores que influenciam a concorrência pela atenção e o modo como o consumo dos conteúdos influencia as pessoas.

A batalha pela atenção do público refere-se à competição por um recurso escasso e valioso: a influência dos pensamentos. Em um contexto social saturado de informações e estímulos, os produtores de conteúdo enfrentam o desafio de capturar e reter a atenção dos consumidores em meio a uma infinidade de opções de entretenimento, notícias e conteúdos digitais. A rápida criação e divulgação dos conteúdos que é possibilitada pelas plataformas atuais intensificou essa competição. Aquele que se propõe a utilizar dessas plataformas para transmissão da fé precisa ter plena consciência de que muitas das estratégias comuns aos meios serão inadequadas para os ensinamentos da Igreja.

No Capítulo 3 da Carta aos Efésios, São Paulo se apresenta como aquele a quem “foi dada esta graça de anunciar às nações o evangelho da inesgotável riqueza de Cristo e esclarecer qual é o projeto salvador do mistério escondido desde os séculos em Deus, criador de todas as coisas” (Bíblia [...], 2014, Ef 3,8-9, p. 1429). A escrita de São Paulo, através de suas cartas, é o principal comparativo com o que hoje é transmitido pela *internet*, de forma também escrita ou mesmo através dos recursos audiovisuais. Contudo, as cartas de São Paulo foram escritas após profunda reflexão e vivência dos ensinamentos de Jesus Cristo, além de serem compostas por conteúdos completos e satisfatoriamente explorados. Sobressai o contraste com textos curtos, vídeos rápidos ou postagens dinâmicas das plataformas audiovisuais. Um exemplo prático e mais recente é a catequese do Papa Francisco sobre a oração do Pai-Nosso, a



qual se desenvolveu através de dezesseis textos, o primeiro publicado em 5 de dezembro de 2018 (Francisco, 2018) e o último em 22 de maio de 2019 (Francisco, 2019). Haveria, genuinamente, um modo de transmitir essas mesmas lições em um vídeo de alguns minutos, em um texto de quatro ou cinco linhas ou através de uma única imagem? Seria possível aprofundar-se na oração da Pai-Nosso enquanto o conteúdo apresentado se reveza entre efeitos de vídeos, transições chamativas, efeitos sonoros impactantes e tantas outras formas de reter a atenção? Essa é a investigação: o quanto é possível sacrificar a riqueza da transmissão da fé de forma sistemática e progressiva, para dar lugar às estratégias de retenção da atenção do público?

O cenário dos serviços de produção e publicação de conteúdos na *internet* é caracterizado por uma diversidade impressionante de plataformas, cada uma com seus conteúdos exclusivos, ferramentas inovadoras e estratégias de aquisição de público. Desde os primeiros influenciadores digitais, a concorrência é marcada pela multiplicidade de opções disponíveis para chamar a atenção do público. Para conquistar e manter a atenção dos espectadores, os produtores de conteúdo na *internet* empregam uma variedade de estratégias, desde a produção de conteúdo original até as descrições escandalizadoras, as imagens impactantes e, inclusive, conteúdos mentirosos e maliciosos.

O avanço tecnológico dessas plataformas faz uso da automatização da distribuição de conteúdo através dos algoritmos, que tendem a distribuir repetidamente os mesmos conteúdos aos seus usuários. Não só, com o avanço da inteligência artificial, as plataformas conseguem assumir a posição de decidir pelo usuário sobre qual tipo de conteúdo lhe será interessante, destacando aquilo que é entendido como relevante e ocultando os conteúdos que são percebidos como desinteressantes. Claro que a automatização dessas decisões tem consequências graves para quem busca conhecimentos, o que é ainda mais prejudicial quando o anúncio da Boa Nova que fica à mercê das configurações de distribuição de conteúdos das plataformas. O Papa Francisco, em mensagem para o LVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais, alerta sobre a necessidade de regulamentação ética aos modelos de inteligência artificial, exemplificando os efeitos danosos dos algoritmos encontrados nas redes sociais:

*Já desde a primeira vaga de inteligência artificial – a das redes sociais – compreendemos a sua ambivalência, constatando a par das oportunidades também os riscos e as patologias. O segundo nível de inteligências*



*artificiais geradoras marca, indiscutivelmente, um salto qualitativo. Por conseguinte é importante ter a possibilidade de perceber, compreender e regulamentar instrumentos que, em mãos erradas, poderiam abrir cenários negativos. Os algoritmos, como tudo o mais que sai da mente e das mãos do homem, não são neutros. Por isso é necessário prevenir propondo modelos de regulamentação ética para contornar os efeitos danosos, discriminadores e socialmente injustos dos sistemas de inteligência artificial e contrastar a sua utilização para a redução do pluralismo, a polarização da opinião pública ou a construção do pensamento único (Francisco, 2024b).*

A capacidade de atrair o clique e gerar comentários a qualquer custo se tornou um diferencial categórico na batalha pela atenção do público.

*No âmbito católico, embora as mensagens dos últimos três pontífices incentivem os fiéis a desenvolverem iniciativas de evangelização nas mídias, e embora haja casos de pessoas que buscam dar testemunho de vida cristã na rede, há influenciadores que se denominam “católicos”, mas que prestam um desserviço à comunidade cristã, disseminando dúvidas e divisão na Igreja por meio de notícias falas, intolerância e discursos de ódio (Medeiros et al., 2024, p. 40-41).*

Além de transformar os hábitos de consumo de conteúdos, a ascensão das plataformas digitais tem gerado repercussões significativas no comportamento das pessoas. O surgimento constante de novas ferramentas, impulsionado pelo rápido retorno aos produtores de conteúdos (em relevância social e até financeiramente), desafia os modelos de produção de conteúdo genuínos e redefine as dinâmicas de concorrência e alcance do público. À medida que a competição entre os produtores de conteúdo continua a se intensificar, surgem novos desafios para aqueles que se propõem a usar desse ambiente para evangelização. Competição, consumo, disputas, concorrências, vaidades são características de um novo comportamento oriundo da virada tecnológica digital. De acordo com Fernanda Medeiros *et al.* (2024, p. 39) “a virada tecnológica digital das últimas décadas resultou também em uma virada antropológica. Com isso, as gerações contemporâneas marcadas pela cultura digital desenvolveram uma nova visão de mundo (Medeiros *et al.*, 2024, p. 40-41).

A necessidade de inovação constante, a gestão eficaz de dados de audiência e a adaptação às mudanças nas preferências do público são apenas algumas das questões que se apresentam em uma batalha cada vez mais competitiva e dinâmica. Diante de tantas dificuldades, quem



se propõe a transmitir os conteúdos de fé na *internet* e consegue fazê-lo de forma genuína, poderá repetir as palavras de São Paulo sobre a pregação: “Combati o bom combate, terminei a corrida, conservei a fé” (Bíblia [...], 2014, 2Tm 4,7, p. 1462).

## 2 De boas intenções a *internet* está cheia

O estudo até agora demonstra que a missão evangelizadora na *internet* é perigosa e árdua. Mas, não é assim toda evangelização? Cristo não enviou os seus em uma missão que prometia riquezas, prazeres e confortos; ao contrário, Suas palavras foram: “Eu vos envio como ovelhas no meio de lobos” (Bíblia [...], 2014, Mt 10,16, p. 1197). Então, antes de tudo é preciso coragem e consciência de que a evangelização na *internet* exige uma fé madura e bem fundamentada, para que as ciladas do ambiente não derrubem os que têm boa intenção. Claro, não são todos os que têm boa intenção, nem mesmo dentro dos contornos dos produtores de conteúdo para a evangelização, onde também se encontram os que buscam envaidecimento próprio, afinal aparecerão falsos cristos e falsos profetas, que vão fazer grandes sinais e prodígios, a ponto de enganar, se fosse possível, até os escolhidos (Bíblia [...], 2014, Mt 24,24, p. 1216). Sobre isso, alerta o Papa Francisco: “Mesmo nos *media* católicos, é possível ultrapassar os limites, tolerando-se a difamação e a calúnia e parecendo excluir qualquer ética e respeito pela fama alheia” (Francisco, 2018, p. 57).

Já aos que, de fato, cumprem o dever de fazer discípulos e ensiná-los a observar o que Cristo ordenou (Bíblia [...], 2014, Mt 28,20, p. 1223), esse cenário tão desafiador da *internet* não deve ser motivo desânimo, mas sim de prudência. É preciso lembrar o conselho de São Josemaría Escrivá: “Fé, alegria, otimismo. – Mas não a estupidez de fechar os olhos à realidade” (Escrivá, 1999, p. 37).

Sem fechar os olhos à realidade, é preciso estar preparado para ser alvo de críticas e até mesmo de mentiras e manipulações quando se está inserido no ambiente *online*. Um exemplo disso é a nota de esclarecimento publicada no site do Padre Paulo Ricardo no dia 10 de fevereiro de 2024. A nota diz respeito a um arquivo de áudio que circulou em vários canais na *internet*, no qual o Padre Paulo Ricardo fala das notas e subtítulos da antiga edição da Bíblia Pastoral, publicada pela Editora Paulus em 1991. Esse conteúdo foi extraído por um internauta de um





vídeo publicado no ano de 2012, ou seja, doze anos antes da polêmica. A nota de esclarecimento se encerra deste modo:

*A experiência de vida sacerdotal me levou, ao longo dos anos, a renunciar à forma polêmica com a qual tratava alguns temas. Compreendo que esse tom belicoso do passado fez com que algumas pessoas olhassem para meu apostolado com uma certa antipatia. De minha parte, asseguro que as mudanças que fiz são sinceras e que, embora possa sempre haver pontos de vista discordantes, gostaria de continuar contribuindo para um diálogo sereno, indispensável para conservarmos a comunhão na única fé dos Apóstolos (Ricardo, 2024).*

Esse exemplo demonstra que, por mais preparado e bem-intencionado que o produtor de conteúdo esteja, sempre haverá a possibilidade do conteúdo ser deturpado, tirado de contexto e manejado de forma a causar polêmicas e discussões na *internet*, ainda que – para tanto – sejam necessários doze anos. Esse e tantos outros riscos são resultados de uma divulgação rápida de um conteúdo, chamada de “viralização”. Este termo é utilizado

*para designar os conteúdos que acabam ganhando repercussão (muitas vezes inesperada) na web. O termo é relacionado a doença, já que as pessoas chegam a compartilhar o conteúdo quase que inconscientemente, criando uma ‘epidemia’ de internautas falando sobre o mesmo assunto (Avanti, 2024).*

Portanto, não há dúvidas de que é preciso estar consciente da realidade cruel que se estabeleceu na criação de conteúdo *online*. Mesmo que a viralização do conteúdo tenha ocorrido de modo deturpado, “atitudes discrepantes e incoerentes nas redes por parte de presbíteros geram alerta e demonstram que a Igreja Católica no Brasil e no mundo precisa refletir sobre como lidar e se posicionar em meio a essa cultura comunicativa que tende a se expandir” (Medeiros *et al.*, 2024, p. 41).

O interessante é que para se estabelecer como influenciador digital é possível encontrar técnicas que sejam coerentes com a evangelização. Um exemplo são as cinco dicas de cuidados que o colunista Ulisses Zamboni publicou no artigo intitulado “5 razões para você tomar cuidado nas estratégias com influenciadores” (Zamboni, 2024). No artigo são indicados cinco dos principais problemas enfrentados pelos gerentes e diretores de marketing que executam estratégias com influenciadores: autenticidade, transparência, relevância para o usuário, consistência



e reputação. A autenticidade está relacionada ao fator de sucesso que considera, exclusivamente, o número de visualizações. Na proposta de evangelização na *internet*, é preciso voltar as atenções à profundidade do conteúdo, ainda que – eventualmente – seja necessário dispensar as principais ferramentas que garantam um maior número de visualizações. A transparência exige que o discurso passe sempre pelo crivo da verdade, logo, o desafio é ser exemplo do que se prega, como Jesus nos ensinou: “Pois eu vos dei o exemplo, para que façais como eu fiz” (Bíblia [...], 2014, Jo 13,15, p. 1313). A relevância para o usuário está relacionada a identificação do público com o influenciador; um conceito muito próximo do senso de comunidade que cabe ao cristão transmitir. A consistência diz respeito à própria identidade do influenciador, de modo que, para produção do conteúdo é preciso ser, de fato, participante da comunidade e praticante da fé anunciada. A reputação, por fim, se traduz no próprio significado da palavra; o que faz lembrar a parábola da oração do fariseu e do publicano (Bíblia [...], 2014, Lc 18,9-14, p. 1279-1280). O público tende a projetar a santidade em quem produz conteúdo de evangelização; reforçar indevidamente essa ideia de santidade pode ser uma estratégia de engajamento, mas ela é insustentável.

A reflexão sobre esses conceitos faz transparecer que há sim bons conteúdos na *internet* que são produzidos por pessoas dedicadas e bem-intencionadas, o que se apresenta tanto para a evangelização quanto para conteúdos educativos e de entretenimento. Mas, é preciso consciência de que o ambiente *online* é hostil, exigindo muita maturidade de quem se propõe a exposição.

### 3 Igreja e *internet*

Como frutos do Dicastério para a Comunicação – antigo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais – foram publicados dois documentos, um intitulado *Igreja e Internet* e outro com o título *Ética na Internet*, ambos com grande contribuição para o estudo do cenário da evangelização na *internet*. Considerando a conclusão aparentemente pessimista sobre o tema, é relevante citar o seguinte trecho do documento *Igreja e Internet*:

*Desta forma, a Igreja tem feito uma abordagem fundamentalmente positiva dos meios de comunicação. Mesmo quando condenam os abusos sérios, os documentos deste Pontifício Conselho para as Comunicações*



*Sociais têm-se esforçado por esclarecer que uma atitude de pura restrição ou de censura por parte da Igreja... não resulta suficiente nem apropriada* (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002a).

À luz dessa orientação, não cabe ao fiel afastar-se totalmente das plataformas de produção de conteúdo na *internet*, ao contrário, o católico deve se apresentar como sal da terra e luz do mundo (Bíblia [...], 2014, Mt 5,13-16, p. 1190). No contexto atual, o ambiente *online* se destaca como um dos principais meios de comunicação e interação social. As plataformas digitais de produção de conteúdo desempenham um papel expressivo na formação de opiniões, disseminação de informações, conexão entre pessoas e influência de comportamentos: “A Internet é o mais recente e, sob muitos pontos de vista, o mais poderoso de uma série de instrumentos de comunicação” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002b).

Para quem se propõe a evangelização através da *internet* surge um desafio que requer uma reflexão profunda sobre como viver a fé e transbordar essa vivência no ambiente virtual, o qual é dominado por estimas e práticas incompatíveis com os ensinamentos de Jesus Cristo e a Doutrina da Igreja. O Diretório para a Catequese afirma:

*O digital, que não corresponde somente à presença de meios tecnológicos, de fato caracteriza o mundo contemporâneo e sua influência tornou-se, em pouco tempo, ordinária e contínua, a ponto de ser percebida como natural. [...] O digital, portanto, não apenas faz parte das culturas existentes, mas está se estabelecendo como uma nova cultura, modificando primeiramente a linguagem, moldando a mentalidade e reformando as hierarquias dos valores* (Pontifício Conselho para a Promoção da Nova Evangelização, 2020, p. 228).

Os princípios e diretrizes que podem guiar os católicos no uso responsável e edificante da *internet* devem servir para que se evite os perigos e armadilhas presentes nos espaços digitais e para reconhecer as oportunidades de testemunhar a fé e anunciar a Boa Nova. De acordo com Roberto Nentwig (2021, p. 90), “o grande volume de informação disponível na *internet* hoje, não significa que as pessoas estão mais bem informadas. O processo de aprendizado e absorção do conhecimento não acompanha a velocidade e a quantidade disponível aos sentidos humanos”. O Papa Francisco, em sua Carta Encíclica *Fratelli Tutti* sobre a fraternidade e a amizade social diferencia o acumula de informações da sabedoria que se admire por uma caminhada paciente:



*Podemos buscar juntos a verdade no diálogo, na conversa tranquila ou na discussão apaixonada. É um caminho perseverante, feito também de silêncios e sofrimentos, capaz de recolher pacientemente a vasta experiência das pessoas e dos povos. A acumulação esmagadora de informações que nos inundam, não significa maior sabedoria. A sabedoria não se fabrica com buscas impacientes na internet, nem é um somatório de informações cuja veracidade não está garantida. Desta forma, não se amadurece no encontro com a verdade. As conversas giram, em última análise, ao redor das notícias mais recentes; são meramente horizontais e cumulativas. Mas, não se presta uma atenção prolongada e penetrante ao coração da vida, nem se reconhece o que é essencial para dar um sentido à existência. Assim, a liberdade transforma-se numa ilusão que nos vendem, confundindo-se com a liberdade de navegar frente a um visor. O problema é que um caminho de fraternidade, local e universal, só pode ser percorrido por espíritos livres e dispostos a encontros reais (Francisco, 2020).*

Este alerta aponta para o contexto em que a comunicação rasa e instantânea e a exposição pública, em que estão imersos os influenciadores digitais, é essencial que os católicos cultivem uma presença *online* que seja autêntica, coerente com os valores do Evangelho e capaz de irradiar a luz de Cristo. Esta é a oportunidade a ser percebida e promovida na evangelização pela *internet*: “A Internet pode oferecer uma contribuição extremamente valiosa para a vida humana. Há de promover a prosperidade e a paz, o crescimento intelectual e estético, além da compreensão recíproca entre os povos e as nações a nível mundial” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002b).

O documento *Ética na Internet* também menciona que a *internet* “pode ajudar também os homens e as mulheres na sua busca permanente de se compreenderem a si mesmo” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002b), o que exige autenticidade de quem dá testemunho do Evangelho, a fim de que se alcance a afinidade do público pela vivência de fé e não por palavras superficiais. Destaca-se a necessidade de discernimento e prudência ao lidar com temas controversos ou polarizadores. Em todo modo de agir do católico e de transmissão da fé, o convite para viver a santidade deve ser amoroso, de modo a cultivar um acolhimento saudável e misericordioso, fomentando o diálogo respeitoso, a empatia e a solidariedade entre aquele que dá testemunho da fé e quem deseja conhecer a Verdade em Jesus Cristo. Na *internet* essa fórmula não deve ser diferente, ao que convém o conselho do Papa Francisco: “Mas é necessário verificar, continuamente, que as formas atuais de comunicação



nos orientem efetivamente para o encontro generoso, a busca sincera da verdade íntegra, o serviço, a aproximação dos últimos e o compromisso de construir o bem comum” (Francisco, 2020).

Ao reconhecer os desafios e as oportunidades que as plataformas digitais apresentam para a criação de conteúdo, os influenciadores católicos se tornam verdadeiros discípulos missionários na *internet*, onde cada postagem, vídeo, comentário ou compartilhamento se revela como testemunho sincero do amor e da verdade em Jesus Cristo. Assim orienta o documento *Igreja e Internet*:

*Uma vez que o anúncio da Boa Nova às pessoas formadas por uma cultura dos mass media exige uma cuidadosa atenção às características singulares dos próprios meios de comunicação, actualmente a Igreja precisa de compreender a Internet. Isto é necessário a fim de que ela possa comunicar-se eficazmente com os indivíduos — de modo especial com os jovens — que se encontram mergulhados na experiência desta nova tecnologia, e também em ordem a fazer bom uso da mesma* (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002a).

Não há dúvidas de que o termo “influenciadores digitais” não surgiu sem razão. As pessoas são, de fato, influenciadas a compartilhar conteúdos, comentar opiniões, divulgar experiência e, até mesmo, comprar, vestir e usar aquilo que é oferecido pelos influenciadores. Então, surge o dever de oferecer um testemunho de que Jesus Cristo é o Caminho, a Verdade e a Vida (Bíblia [...], 2014, Jo 14,6, p. 1314). Sabendo que a evangelização é possível através da *internet*, sendo conhecedor dos meios e das ferramentas, o fiel detém mais do que a oportunidade de estar presente nas plataformas digitais, há também o dever, pelo bem da Igreja, à luz do cânone 212, §3, do Código de Direito Canônico.

*Os fiéis, segundo a ciência, a competência e a proeminência de que desfrutam, têm o direito e mesmo por vezes o dever; de manifestar aos sagrados Pastores a sua opinião acerca das coisas atinentes ao bem da Igreja, e de a exporem aos restantes fiéis, salva a integridade da fé e dos costumes, a reverência devida aos Pastores, e tendo em conta a utilidade comum e a dignidade das pessoas* (Código de Direito Canônico, p. 36).

Note a expressão muito mais otimista que agora é apresentada: conscientes tanto dos perigos quanto das oportunidades da evangelização nas plataformas digitais, o fiel que desfruta da competência e da



proeminência de atuar na *internet*, tem o direito e o dever de fazê-lo. O documento *Igreja e Internet* orienta neste sentido:

*É inclusivamente importante que as pessoas, a todos os níveis da Igreja, lancem mão da Internet de maneira criativa, para assumirem as responsabilidades que lhes cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir a sua missão. Na perspectiva das inúmeras possibilidades positivas apresentadas pela Internet, não é aceitável hesitar timidamente, por medo da tecnologia ou por algum outro motivo* (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002a).

Ao final do documento *Igreja e Internet* é recomendado, a todas as pessoas de boa vontade, que tenham prudência, guardem a justiça, sejam fortes, sejam corajosos e que utilizem a *internet* de maneira sábia e exclusivamente para o bem (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002a). Esse é convite: que o católico não seja omissivo, tampouco seja indiscreto; que faça bom uso da *internet* e se proponha a verdadeira evangelização.

## Conclusão

O avanço das tecnologias digitais é notório. Faz parte do convívio das famílias que acompanhamos nos diferentes serviços apostólicos. Cabe aos líderes diretos de comunidades paroquiais e diocesanas promoverem a sólida e adequada formação para a devida apropriação destas ferramentas.

A presença da Igreja nas plataformas digitais é necessária, configura-se como um arcótipo dos nossos tempos. Há que se propor alternativas para o anúncio do Evangelho nestes espaços, com dicas concretas sobre a vida fraterna e comunitária, de acordo com os princípios da fé cristã. Paulo enviou suas cartas para formar e congregar seus amigos e suas amigas em torno de Jesus Cristo.

Assim, cabe avaliar quanto de assunto nas redes são voltados ao Querigma como tal, aquele anúncio que encanta, atrai e dá novo significado para vida a partir da pessoa de Jesus Cristo. Revendo, ao mesmo tempo, as formas de anúncio autorreferencial e de cunho apologético, pressupondo uma formação básica, mistagógica e querigmática.



## Referências

AVANTI. *Entenda melhor o termo viralização: por que um conteúdo se torna viral?* Disponível em: <https://penseavanti.com.br/marketingdigital/entenda-melhor-o-termo-viralizacao-por-que-um-conteudo-se-torna-viral/#quem-somos>. Acesso em: 3 mar. 2024.

BÍBLIA Pastoral. São Paulo, Paulus, 2014.

CÓDIGO DE DIREITO CANÔNICO. Promulgado por João Paulo II, Papa. Conferência Episcopal Portuguesa. 4. ed. Braga: Editorial Apostolado da Oração, 2007.

ESCRIVÁ DE BALAGUER, Josemaría. *Caminho*. 9. ed. São Paulo: Quadrante, 1999.

FRANCISCO. *Mensagem para o LVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais*. 12 maio 2024a. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/20240124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>. Acesso em: 26 mar. 2024.

FRANCISCO. *Homilia na Santa Missa do III Domingo do Tempo Comum: domingo da palavra de Deus*. 21 jan. 2024b. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/homilies/2024/documents/20240121-domenica-parola-didio.html>. Acesso em: 26 mar. 2024.

FRANCISCO. *Carta Encíclica Fratelli Tutti sobre a fraternidade e a amizade social*. 3 out. 2020. Disponível em: [https://www.vatican.va/content/francesco/pt/encyclicals/documents/papa-francesco\\_20201003\\_enciclica-fratelli-tutti.html](https://www.vatican.va/content/francesco/pt/encyclicals/documents/papa-francesco_20201003_enciclica-fratelli-tutti.html). Acesso em: 26 mar. 2024.

FRANCISCO. *Audiência Geral de 22 de maio de 2019 – Catequese sobre o Pai Nosso*: 16. 22 maio 2019. Disponível em: [https://www.vatican.va/content/francesco/pt/audiences/2019/documents/papa-francesco\\_20190522\\_udienza-generale.html](https://www.vatican.va/content/francesco/pt/audiences/2019/documents/papa-francesco_20190522_udienza-generale.html). Acesso em: 3 mar. 2024.

FRANCISCO. *Audiência Geral de 5 de dezembro de 2018 – Catequese sobre o “Pai Nosso” – I*. 5 dez. 2018. Disponível em: [https://www.vatican.va/content/francesco/pt/audiences/2018/documents/papa-francesco\\_20181205\\_udienza-generale.html](https://www.vatican.va/content/francesco/pt/audiences/2018/documents/papa-francesco_20181205_udienza-generale.html). Acesso em: 3 mar. 2024.

FRANCISCO. *Exortação apostólica Gaudete et Exultate sobre o chamado à santidade no mundo atual*. São Paulo: Paulus, 2018.



MEDEIROS, Fernanda de Farias *et al.* *Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas*. São Paulo: Ideias e Letras: Paulus, 2024.

NENTWIG, Roberto. *Catequese no mundo comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2021.

PIO XII. *Carta Encíclica Miranda Prorsus do Santíssimo Senhor Nosso por divina providência aos veneráveis irmãos patriarcas, primazes, arcebispos e bispos e outros ordinários do lugar em paz e comunhão com a Sé Apostólica sobre a cinematografia, a rádio e a televisão*. 8 set. 1957. Disponível em: [https://www.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf\\_p-xii\\_enc\\_08091957\\_miranda-prorsus.html](https://www.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html). Acesso em: 3 mar. 2024.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Igreja e Internet*. 22 fev. 2002a. Disponível em: [https://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_po.html](https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html). Acesso em: 4 mar. 2024.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética na Internet*. Pontifício Conselho para as comunicações sociais. 22 fev. 2002b. Disponível em: [https://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_ethics-internet\\_po.html](https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_po.html). Acesso em: 4 mar. 2024.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A PROMOÇÃO DA NOVA EVANGELIZAÇÃO. *Diretório para a Catequese*. São Paulo: Paulus, 2020.

RICARDO, Paulo. *Nota de Esclarecimento*. 10 fev. 2024. Disponível em: <https://padrepauloricardo.org/blog/nota-de-esclarecimento>. Acesso em: 3 mar. 2024.

ZAMBONI, Ulisses. 5 razões para você tomar cuidado nas estratégias com influenciadores. 19 jun. *Revista MIT Sloan Review Brasil!* Disponível em: <https://mitsloanreview.com.br/post/5-razoes-para-voce-tomar-cuidado-nas-estrategias-com-influenciadores>. Acesso em: 3 mar. 2024.