

Influencers católicos: missionários no ambiente digital

A internet se tornou uma grande oportunidade para a evangelização no século XXI, mas é importante ficar atento às 'ciladas on-line'

Irmã Viviani Moura, FSP

Você sabia que é possível ser missionário sem sair de sua casa? Mas como? Por meio do seu *smartphone*! O ambiente digital também é um lugar para comunicar Jesus – Mestre, Caminho, Verdade e Vida – às pessoas.

Isso é tão verdade que atualmente diversas pessoas usam as redes sociais digitais e outras plataformas *on-line* para divulgar mensagens religiosas e espirituais. Trata-se de um verdadeiro fenômeno de influenciadores digitais da fé.

TER JESUS COMO O CENTRO

Ao mesmo tempo em que a cultura digital oferece inúmeras oportunidades para a missão, não se pode negar os riscos que ela também apresenta para a evangelização e a vivência da fé católica.

Assim está escrito no parágrafo 254 do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil: “Em muitos casos, é necessário um profundo discernimento para que a presença e a influência de presbíteros, religiosos e religiosas, leigos e leigas em rede não manifeste aquilo que o Papa Francisco denuncia como mundanismo espiritual. Isto é, aparências de religiosidade e até mesmo de amor à Igreja que não buscam a glória do Senhor, mas promovem apenas a glória humana, os próprios interesses, o bem-estar pessoal, um cuidado excessivo com a aparência ou um exibicionismo com a liturgia, com a doutrina e com o prestígio da Igreja, um elitismo narcisista e autoritário do ponto de vista moral ou doutrinário (cf. *Evangelii gaudium* 93-95)”.

Na carta pastoral “Tudo por causa do Evangelho”, publicada em 2023, Dom Valdir José de Castro, SSP, Bispo de Campo Limpo (SP) e Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), lembra que “Jesus é a nossa primeira referência na comunicação” e que “graças também ao desenvolvimento das tecnologias digitais, temos muitas possibilidades de nos comunicar. As redes sociais são exemplos claros. Nas relações presenciais ou no mundo conectado, três atitudes, entre outras,



Imagem Canvas

são fundamentais na busca de uma comunicação geradora de comunhão. Destacamos a escuta, o diálogo e o discernimento”.

DESAFIOS PASTORAIS

A convite da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB, os pesquisadores Fernanda de Farias Medeiros, Aline Amaro da Silva, Alzirinha Rocha de Souza, Moisés Sbardelotto e Vinícius Borges Gomes realizaram uma pesquisa sobre o universo da influência digital católica. Os resultados estão apresentados no livro “Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas”, publicado pelas editoras *Ideias & Letras* e *Paulus*.

Dom Joaquim Giovanni Mol Guimarães, Bispo Auxiliar de Belo Horizonte (MG), estava à frente desta Comissão Episcopal quando da realização dessa pesquisa. Ele recorda que foram mapeados como principais os seguintes desafios pastorais do fenômeno dos influenciadores digitais católicos:

- ✓ Fazer influência digital com sólido, indiscutível e pleno pertencimento à Igreja, com o Papa Francisco e seu magistério, passando pelos caminhos da Igreja latino-americana, em comunhão

com a CNBB e cada Igreja local;

- ✓ Realizar influência digital com total identificação com a evangelização no mundo contemporâneo, apresentando-se como tal e rompendo com a lógica do mercado midiático para aderir à lógica da missão evangelizadora;
- ✓ Fazer influência digital que chegue a todos os lugares e, também, em todas as dioceses, sem interferir, contradizer e atrapalhar o caminhar de cada uma delas, exatamente por serem as Igrejas locais.

Entre as conclusões da pesquisa, Dom Joaquim Mol lembra que “é possível ser evangelizador digital em efetiva e afetiva comunhão com a Igreja e seus ensinamentos, mas essa possibilidade depende das opções de cada influenciador em entendimento com a Igreja local”.

ATENÇÃO AOS MISSIONÁRIOS DIGITAIS

A Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB, junto com a Comissão para a Juventude, vem realizando um trabalho de acompanhamento dos missionários digitais.

Marcus Tullius, coordenador nacional da Pascom Brasil, conta que a

iniciativa “tem sido uma experiência bonita para construir um caminho conjunto e responder àquilo que o Relatório de Síntese da primeira sessão do Sínodo (2021-2024) apontou como proposta no capítulo 17 [referente aos missionários no ambiente digital]”.

Tullius destaca que a Igreja no Brasil começou este processo ainda antes da publicação do Relatório, em outubro de 2023. “É um sinal do Espírito entender a necessidade de caminhar junto para promover a cultura do encontro nas rodovias digitais, como propõe o documento Rumo à Presença Plena [publicado em maio de 2023 pelo Dicastério para a Comunicação, com reflexões pastorais sobre a participação nas redes sociais]”, afirma o coordenador.

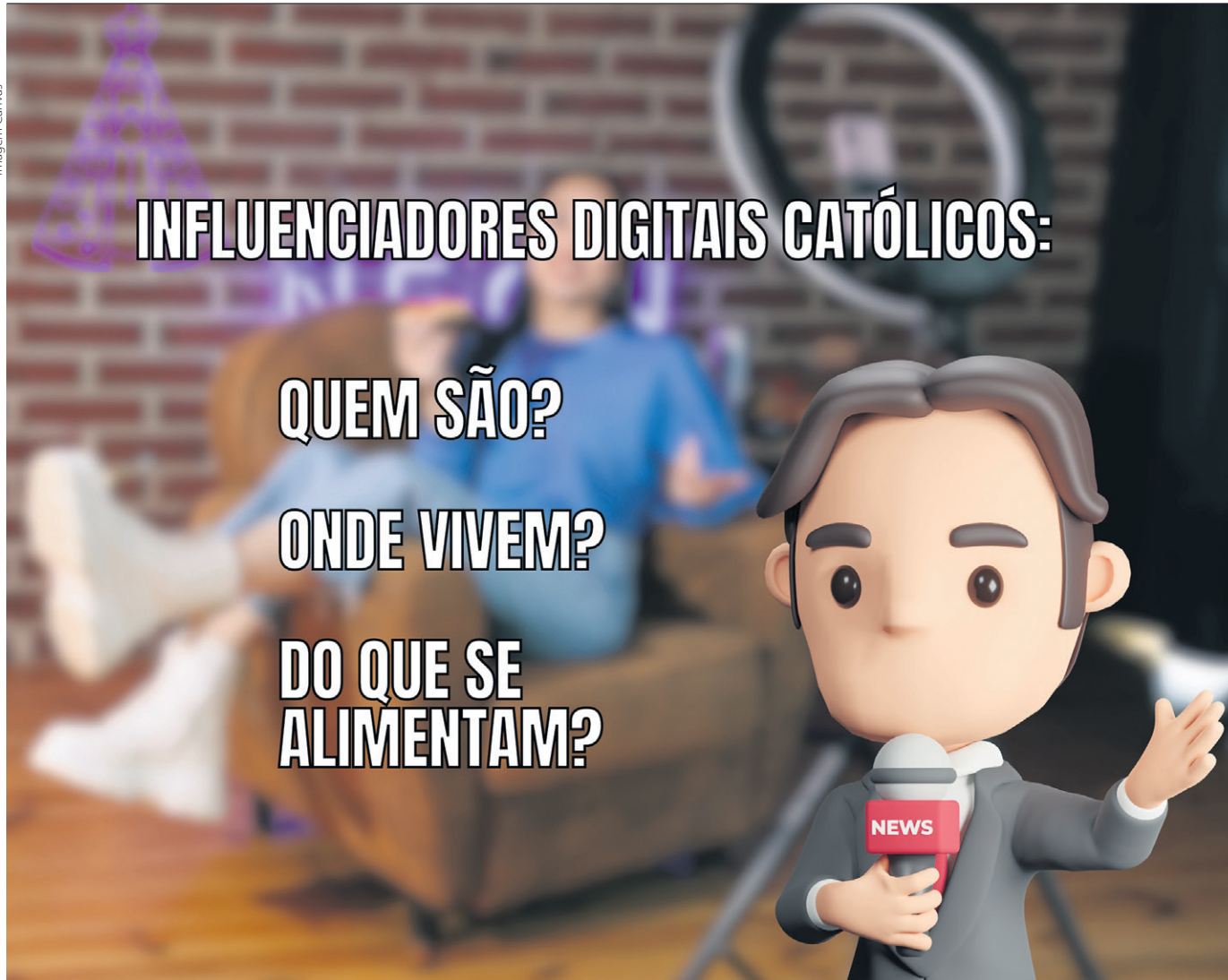
Todo missionário digital, portanto, tem a necessidade de uma formação sólida, para comunicar o que a Igreja pensa e não o que ele próprio pensa. A propósito, sempre será válida esta pergunta decisiva: “Estou fazendo isso para mim ou para Jesus?”

Irmã Viviani Moura é religiosa paulina, jornalista e vice-coordenadora da Pascom da Arquidiocese de São Paulo

DICAS PARA A MISSÃO ON-LINE E OFF-LINE*

- 1º Amar a Jesus Cristo e o seu Evangelho, pois só esse amor nos faz amar também a Igreja. Quem a ama não contraria os ensinamentos de Jesus e da Igreja e o efetivo sinal deste amor é o caminhar juntos, a prática da sinodalidade;
- 2º Libertar-se do mercado midiático, que determina o ‘tom’ da influência e aprisiona o influenciador aos interesses financeiros;
- 3º O influenciador digital católico deve participar da vida da Igreja local e geral, presencialmente, efetivamente, junto com os que compõem as diversas instâncias de participação, como conselhos, comissões e pastorais específicas;
- 4º Também deve dar real testemunho da pobreza evangélica, por meio de uma vida simples no que se refere às suas vestes, moradias, equipamentos, carros, alimentação e viagens.

(*A partir de entrevista com Dom Joaquim Mol, Bispo Auxiliar de Belo Horizonte (MG) e ex-presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB)



Tatianna Porto

Esta poderia ser uma boa “chamada” para o conhecido programa de reportagem que vai ao ar na tevê nas noites de sexta-feira. No entanto, as perguntas acima são mais do que cruciais para falar sobre os *influencers*, que estão se multiplicando rapidamente no ambiente digital.

Cada vez mais, tem se tornado essencial refletir sobre quais são os maiores cuidados para se ingressar neste universo, a fim de que essa participação não se torne uma “moda adaptada para a Igreja”, mas sim uma poderosa e coerente ferramenta de evangelização.

FÉ POR INFLUÊNCIA OU EXPERIÊNCIA?

É claro que ter uma boa referência na fé é sempre saudável e bem-vindo. O próprio Papa Francisco, durante a Jornada Mundial da Juventude de 2019, no Panamá, associou Maria a uma “influencer”, dizendo: “Maria, a *influencer* de Deus, com poucas palavras soube dizer ‘sim’, inspirando muitos que vieram depois dela”.

E foi justamente Maria quem deixou em uma frase simples o segredo para um bom influenciador: “Fazei tudo o que Ele vos disser” (Jo 2,5). Com isso, a Mãe de Jesus envia cada um a fazer sua própria experiência de escuta a Cristo, tomando atitudes não por induções ou imitações, mas a partir do que foi experimentado pela própria pessoa.

Alzirinha Rocha de Souza, uma das cinco autoras do livro “Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas”, explica essa diferença: “A fé não acontece por influência, mas por experiência e testemunho com o Ressuscitado, e isso não pode

ser confundido no processo de evangelização”.

AS 5 FONTES

A preocupação com o conteúdo comunicado por um influenciador deve ser prioridade para quem assume esse papel, uma vez que sua presença digital alcança e mobiliza públicos diversos por meio de dinâmicas tecnológicas. Muitas vezes, essa audiência é validada apenas pelo número de curtidas e visualizações.

A pesquisa que fundamentou o já referido livro indica cinco fontes essenciais para desenvolver conteúdo católico:

- ✓ A Tradição da Igreja;
- ✓ A Sagrada Escritura;
- ✓ O Magistério;
- ✓ As orientações do Concílio Vaticano II;
- ✓ As palavras do Papa Francisco.

E é sobre esse sólido fundamento que todo influenciador católico deve desenvolver seus conteúdos. E isso implica evitar fazer uso das plataformas pessoais como púlpito para opiniões particulares, rotulando-as como conteúdo católico, já que tal prática pode gerar confusão e fragmentar a comunhão dos seguidores de Cristo.

OS ‘RINGS DIGITAIS’

Outro cuidado que um influenciador preocupado em repassar a sã doutrina da Igreja deve ter é o de não fazer de suas páginas lugares de críticas e confrontos que exponham a própria Igreja. Criar embates e “bolhas separatistas” acabam muitas vezes gerando apenas divisão. “Transformar um perfil em um ‘ring digital’, ou seja, em um espaço unicamente para crítica contra a própria Igreja, não forma nem evangeliza ninguém, apenas defor-

ma e cria ‘guetos eclesiais’”, comenta Alzirinha.

A autora também ressalta que todo criador de conteúdo deve ter uma preocupação constante em buscar pontos de convergência, respeitando as diferentes opiniões, com o objetivo de promover a comunhão.

O ‘EUVANGELIZADOR’

E há, ainda, outro grande cuidado a ser tomado por quem cria conteúdos sobre a fé na internet: o de não distorcer o centro de mensagem, a fim de fazer com que tudo se volte para si.

As plataformas digitais são ferramentas para a antiga e sempre nova missão de evangelizar, e esta é e sempre precisará ser ‘cristocêntrica’, ou seja, ter Jesus como centro e ápice da mensagem. O autorreferencialismo representa um sério perigo, seja por dispersar o foco da fé, seja por alimentar o pecado da idolatria.

É crucial que quem deseja ser um evangelizador nas redes sociais examine sinceramente suas motivações mais profundas, discernindo se seu objetivo genuíno é aumentar o seguimento a Cristo ou a si próprio.

O ideal é que antes de publicar ou compartilhar um conteúdo nas redes, a pessoa busque a orientação de alguém com sólido conhecimento da fé para avaliar se aquilo que se pretende postar realmente iluminará as mentes sobre o Reino de Deus. Afinal, o aspecto mais notado de uma lâmpada não são suas estruturas ou filamentos, mas a luz que ela irradia: “Que brilhe vossa luz diante dos homens, para que vejam as vossas boas obras e glorifiquem a vosso Pai que está nos céus” (Mt 5,16).

Tatianna Porto é jornalista e membro da Pastoral da Comunicação da Região Episcopal Ipiranga.

‘Há muitas iniciativas on-line, de grande valor e utilidade, ligadas à Igreja, que fornecem uma excelente catequese e formação para a fé. Infelizmente, há também alguns sites nos quais as temáticas ligadas à fé são tratadas de forma superficial, polarizada e até cheia de ódio. Como Igreja e, pessoalmente, como missionários digitais, temos o dever de nos interrogarmos como garantir que a nossa presença on-line constitua uma experiência de crescimento para as pessoas com quem nos comunicamos’

‘A internet está cada vez mais presente na vida dos adolescentes e das famílias. Embora tenha um grande potencial para melhorar a nossa vida, pode também causar danos e feridas, por exemplo, por meio do bullying, da desinformação, da exploração sexual e da dependência. É urgente refletir sobre a forma como a comunidade cristã pode apoiar as famílias a garantir que o espaço on-line não só seja seguro, mas também espiritualmente vivificante’

‘A cultura digital não é tanto uma área distinta da missão, mas uma dimensão crucial do testemunho da Igreja na cultura contemporânea. Por essa mesma razão, reveste-se de um significado particular em uma Igreja sinodal’

‘Devemos considerar também as implicações da nova fronteira missionária digital para a renovação das estruturas paroquiais e diocesanas existentes. Em um mundo cada vez mais digital, como evitar que fiquemos prisioneiros da lógica da conservação e, por outro lado, libertar energias para novas formas de exercício da missão?’

(Fonte: Relatório de Síntese da 1ª sessão do Sínodo, capítulo 17)

Todo batizado pode ser um bom influenciador

Benigno Naveira*
e Elias Rodrigues**

O termo “influenciador” está muito em evidência atualmente graças às redes sociais digitais. Geralmente, é utilizado para se referir à pessoa que, focando determinado tema, atua nas redes sociais em busca de seguidores, muitas vezes visando à fama e a algum retorno financeiro.

Dom Valdir José de Castro, SSP, Bispo de Campo Limpo (SP) e Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), explica que mais do que influenciador, cada cristão é chamado a dar testemunho de sua fé, que nasce do encontro com Jesus. Portanto, se é preciso que exista alguma “influência”, essa deve decorrer da adesão a Cristo e ao seu Evangelho.

“Se o cristão está nesta direção, certamente será um bom influenciador e estará na caminhada de Igreja proposta pelo Papa Francisco, isto é, de uma Igreja que busca crescer não por proselitismo, mas por atração”, disse Dom Valdir.

DE INFLUENCER A MISSIONÁRIO DIGITAL

Moisés Sbardelotto, doutor em Ciências da Comunicação, professor da PUC-Minas e autor do livro “Missionários no ambiente digital: em nome de quem?”, que será lançado em breve pelas editoras *Santuário* e *Paulinas*, enfatiza que nos documentos relativos ao Sínodo sobre a Igreja sinodal (2021-2024) o termo “influencer digital” foi substituído por “evangelizador digital” ou “missionário digital”.

Ele recorda que o Papa Francisco tem exortado os católicos a também evangelizar no ambiente digital para propagar uma mensagem autêntica e fundamentada nos valores do Evangelho.

A grande meta é testemunhar Cristo em todas as interações, sejam *on-line*, sejam *off-line*. Sbardelotto destaca que não importa em qual ambiente esteja, “o cristão tem que ser coerente com a sua fé”.

CONSCIÊNCIA ECLESIAL

Dom Valdir enfatiza que quem deseja ser boa referência de fé aos demais deve manter-se fiel aos va-

lores do Evangelho e à caminhada da Igreja. Não menos importante é ter compromisso com a verdade, capacidade de escuta, respeito às pessoas com as suas diferenças e a consciência de que, como cristão, sempre deve se comunicar como membro da Igreja.

Tendo essa consciência eclesial – de que se é parte da Igreja –, a pessoa deverá agir no sentido mais profundo da comunicação, ou seja, gerar comunhão, o que não significa uniformidade, mas busca da unidade, respeitando a diversidade de dons.

Ao cristão, a primeira referência de comunicação é a Santíssima Trindade, comunidade de amor que vive a contínua comunicação que gera comunhão. “Mais do que nunca, necessitamos de cristãos que sejam verdadeiros ‘artesãos de comunhão’”, destaca Dom Valdir.

O chamado à evangelização começa no Batismo, que não é apenas um ritual de purificação, mas o início de uma jornada de compromisso, responsabilidade e testemunho dos ensinamentos de Jesus Cristo para todos os fiéis.

COMO SER UMA BOA REFERÊNCIA DE FÉ AOS DEMAIS?

É fundamental compreender que o principal veículo de que Jesus se utiliza para evangelizar é o testemunho de vida de cada cristão batizado.

“Uma pessoa cristã é chamada a testemunhar Cristo dentro da igreja, mas também no estacionamento da paróquia, no bar da esquina, no ambiente de trabalho e dentro de casa com os nossos familiares. Como

apontado no *Documento de Aparecida*, devemos ser discípulos missionários onde quer que estejamos”, comenta Moisés Sbardelotto.

Nesse sentido, é importante viver o principal valor do Evangelho: o mandamento do Amor. Nele está o diálogo, a ação pacífica, que não machuca, não fere, não difama, não calunia, não é preconceituosa, e é capaz de acolher o outro e amar o próximo na sua diferença.

Dom Valdir Castro ressalta que as práticas espirituais oferecidas pela Igreja ajudam o batizado nesta caminhada de evangelização, na qual em primeiro lugar está o contato frequente com a Palavra de Deus e a participação na Eucaristia.

São imprescindíveis também a oração pessoal e comunitária, não reduzidas à prática de piedade, mas como espaço para o encontro com Jesus e os irmãos. O caminho espiritual também exige abertura constante ao Espírito Santo, que é o doador dos dons e envia em missão, especialmente aos pobres e sofredores.

“Não podemos separar o mundo *on-line* da realidade *off-line*. Não pode haver oposição, mas complementaridade. É preciso ajudar os fiéis a entenderem que é nesta complementaridade que são chamados a dar o testemunho da fé”, ressalta o Bispo de Campo Limpo e Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB.

DENTRO E FORA DAS REDES

E talvez seja até fora das redes

que os católicos exerçam com mais mestria o apostolado de influenciadores. E isso pode ocorrer a partir de coisas simples, como testemunha Sonia Lima, coordenadora do Grupo de Oração Nossa Senhora do Sim, da Paróquia do Divino Espírito Santo da Região Episcopal Sé.

Sônia ressalta que ser um influenciador da fé vai além da presença nas redes sociais, pois é preciso que nas ações cotidianas cada pessoa reflita como ser a imagem e semelhança de Deus e testemunha viva do Cristo Ressuscitado.

“A vida é um livro aberto que todos observam. Mais do que palavras, é preciso ter atitudes cristãs. Os princípios e valores centrais do Evangelho devem ser vividos no dia a dia”, comenta Sônia.

E como começar a ser um bom missionário digital? Eis algumas práticas indispensáveis: a busca pelos sacramentos; a participação nas missas e nos momentos de adoração ao Santíssimo; ter o hábito de rezar individual ou comunitariamente; fazer meditações da Palavra; participar de retiros; e ter recorrência nos atos penitenciais de jejum e de dar esmola. Afinal, sem praticar esses propósitos de vida cristã, o que você terá de bom a compartilhar nas redes sociais para influenciar alguém ao seguimento a Cristo?

* Benigno Naveira é jornalista, assessor de imprensa e membro da Pastoral da Comunicação da Região Episcopal Lapa.

**Elias Rodrigues é jornalista, assessor de imprensa e membro da Pastoral da Comunicação da Região Episcopal Sé.



Luciney Martins/O SÃO PAULO

Influência digital: algo a ser feito com a devida consciência crítica

Juliana Fontanari

Para refletirmos sobre a consciência crítica e a manipulação no contexto da influência digital, vamos começar falando sobre o significado da consciência e como ela se forma, levando ao pensamento crítico.

A consciência é considerada como um produto que faz parte das relações sociais que, com o passar do tempo, vamos estabelecendo em nossas vidas. Por meio dela, vamos nos apropriando deste mundo cultural repleto de informações diversificadas, objetos e significados já construídos por outras pessoas.

Na obra “O erro de Narciso”, o filósofo católico francês Louis Lavelle (1883-1951) afirma: “A consciência, que é um diálogo com os outros seres e o mundo, começa, portanto, por um diálogo consigo mesmo”. E é por meio desse diálogo que o pensamento crítico se desenvolve na medida em que vamos ampliando nossas experiências e absorvendo informações conforme nosso desenvolvimento.

A Igreja sempre se preocupou com a formação da consciência crítica das pessoas. Na mensagem para o 19º Dia Mundial das Comunicações Sociais, em 1985, São João Paulo II nos apresentava um ponto de atenção, alertando sobre os perigos que a “videod dependência” – que poderíamos ajustar para o termo “teladependência” ou mais recentemente “touchdependência” – poderia causar nas pessoas. O Papa se preocupava também com a influência e a carga desmedida de informações compartilhadas, algo que hoje vivenciamos com as redes sociais.

O parágrafo 201 do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil orienta que, como comunidade eclesial, nós precisamos “acompanhar com atenção as mídias e o que elas comunicam”, a fim de contribuir

com reflexões que levem a sociedade a despertar uma consciência crítica, que promova também “a inclusão dos que se encontram excluídos de tais processos e meios de produção e consumo de bens simbólicos”.

Esses pontos de reflexão podem nos levar à seguinte pergunta: o que estou fazendo para bem formar a minha consciência crítica?

O PERIGO DA MANIPULAÇÃO

Alguma vez você já foi influenciado por pessoas manipuladoras, que usam técnicas de persuasão e convencimento, sem que você tenha se dado conta na mesma hora?

A manipulação é um fenômeno real nas relações humanas e ela nos remete a outros dois conceitos: o de influenciador e o de manipulador.

Por influenciador se entende aquela pessoa que exerce influência sobre o outro, seja para o bem, seja para o mal. Já por manipulador, se entende o indivíduo que manipula, que busca influenciar alguém, valendo-se de técnicas variadas, entre elas a “pressão psicológica”.

Devemos ter conhecimento sobre a existência de técnicas de manipulação, entre elas a distorção de informações, as quais acabam sendo compartilhadas nas mídias, inclusive nos canais de influenciadores digitais. Podemos evitar os efeitos dessa má influência, buscando boas referências, questionando fontes, analisando dados e procurando pontos de vista diferentes sobre o mesmo assunto.

Não há problema algum em seguirmos influenciadores digitais, porém não podemos nos esquecer de que eles também podem cometer erros, assim como nós.

A influência segura, de verdade, só está naqueles de reconhecida vida de santidade, como os santos e bea-



Oladimeji Ajegbile /Pexels

tos, a quem podemos seguir e nos inspirar em seus gestos e atitudes. Para todos os demais, a precaução é sempre a melhor atitude.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO VERSUS DISCURSO DE ÓDIO

Outra realidade presente no ambiente digital é a propagação de discursos de ódio, ou incitamento ao ódio. Trata-se de qualquer comunicação que inferiorize ou incite ódio contra grupos ou pessoas, caracterizado como tipo de violência verbal, tendo como base a não aceitação das diferenças, em outras palavras, a intolerância.

Quando nos referimos ao discurso de ódio, há de se considerar que isso é uma violação aos direitos humanos, os quais, de acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, são inerentes a todas as pessoas, independentemente de raça, sexo, nacionalidade, etnia, idioma, religião ou qualquer outra condição, incluindo o direito à vida e à liberdade de expressão, o direito ao trabalho e à educação, entre outros.

Há, porém, quem questione se impedir a proliferação de discursos de ódio não acaba por afetar a liberdade de expressão. A linha entre uma coisa e outra é tênue, mas as diferenças são evidentes, conforme destaca Vinícius Gomes, doutor em Comunicação pela Universidade Paulista (UNIP) e coautor do livro “Influenciadores di-

gitais católicos: efeitos e perspectivas”.

“A liberdade de expressão é um princípio, um direito humano. As pessoas podem expressar livremente seus pensamentos e opiniões. Já o discurso de ódio é a não tolerância, ou seja, nega-se ao outro o direito de se expressar. Podemos dizer que não há um limite entre a liberdade de expressão e o discurso de ódio, porque esse segundo nem deveria existir. Há, porém, uma fronteira a ser respeitada, que são os direitos humanos. Se o meu direito de me expressar fere o outro, deixa de ser liberdade de expressão. Infelizmente, o discurso de ódio tem crescido e isso é algo muito grave, sobretudo com o advento das plataformas digitais”, afirma Gomes.

Certamente, com a maior conscientização sobre os riscos do discurso de ódio, poderemos dizer – como afirmou São Paulo Apóstolo aos efésios – “já não seremos crianças, jogados pelas ondas, carregados para lá e para cá por todo vento de doutrina e pela artimanha das pessoas que com astúcia levam ao erro. Antes, sendo verdadeiros no amor, cresçamos em todos os sentidos naquele que é a Cabeça, o Cristo” (cf. Ef 4, 14-15).

Juliana Fontanari é jornalista e membro do GT Produção da Pascom Brasil (grupo de trabalho responsável pela produção de conteúdos que serão veiculados no portal da Pascom Brasil e suas redes sociais - Facebook e Instagram)



Ivan Samkov /Pexels