

As redes sociais e a Evangelização



Padre Luís Figueiredo
Arquidiocese de Braga

A *sociedade em rede* torna-se possível graças ao desenvolvimento das tecnologias digitais, que tendem a permitir a conexão entre todas as pessoas. Basta, para isso, que se possua um dispositivo eletrónico com ligação à Internet. Esta realidade abrangente deu origem àquilo que podemos denominar por “cultura digital”, que surge das relações entre as pessoas, e destas com o meio ambiente e o mundo, mas mediada pelas tecnologias de comunicação digital. Esta recente possibilidade de comunicação deu origem a esta nova cultura, com tudo o que isso implica. E, aqui, o tempo e o espaço têm uma nova compreensão, derivada do facto de a sociedade em rede ser virtualmente desterritorializada. O espaço é condensado num só “aqui” e o tempo, por isso, anulado. Este dado gera especificidades que importa considerar, a começar pelo conceito de *virtual*. O *virtual* — no pensamento de Pierre Lévy — não é uma oposição ao *real*, é uma dimensão muito importante da realidade, porque o *virtual* é aquilo que existe, não em ato, mas em *potência*. Opõe-se não ao *real*, mas sim ao *atual*, pois o *virtual* tende a atualizar-se. Por outro lado, há que considerar a distinção entre *possível* e *virtual*. O *possível* está todo constituído, só ainda não está realizado. E realiza-se sem que nada o mude ou afete, pelo que o possível é exatamente como o real, só lhe falta existência. Não há nenhum processo de criação, porque não há nenhuma inovação.

Já com o *virtual* não é assim, contrariamente ao *possível*, ao atualizar-se dá-se, de certa maneira, uma recriação que surge através de uma configuração dinâmica de forças e finalidades, no aqui e agora da atualização. A *atualização* cria algo de novo! De forma sintética, podemos afirmar que a utilização de redes sociais digitais no âmbito da evangelização postula que não se fique na virtualização, mas que cuide também a atualização, no aqui e agora de cada comunidade cristã. Depois do que acima vimos, podemos afirmar que o recurso às redes sociais para difundir a Mensagem de Jesus Cristo tem de ser criteriosa. Não basta colocar na Internet informações, é preciso que a virtualização da nossa presença seja acompanhada de comunidades e de evangelizadores que auxiliem cada cibernauta a atualizar no seu aqui e agora a Mensagem, promovendo uma experiência de fé autêntica, que possa tornar viva a relação crente. Esta interação entre o virtual e o atual deve ainda ter bem presente que a verdade que se anuncia

não deduz a sua validade dos critérios de popularidade e da quantidade de atenção que se lhe dá, o fundamento é Outro. Por isso, deve comunicar-se a Mensagem cristã na sua integralidade e exigência, e não ceder à tentação de a mitigar, para a tornar supostamente mais atraente. Tanto mais que o Evangelho não é um mero bem de consumo superficial, antes exige uma resposta ponderada, que só no demorado silêncio pode ser conseguida. Por fim, o grande desafio que se coloca à evangelização com o recurso às redes sociais é o mesmo que o Beato João Paulo II lançou e que Bento XVI recordou ao constituir o Pontifício Conselho para a Promoção da Nova Evangelização: «É urgente, sem dúvida, refazer em toda a parte o tecido cristão da sociedade humana. Mas, a condição é a de se *refazer o tecido cristão das próprias comunidades eclesiais*» (ChL 34). É aqui que o desejo de comunicar e de estar conectado, muito próprio da cultura digital, pode ajudar as comunidades a reanimarem o seu sentido de pertença eclesial.