

MISSÃO E EVANGELISMO: Na era digital MISSION AND EVANGELISM: In the digital age

Cristiano Duarte Rocha¹

RESUMO

O presente artigo apresenta uma abordagem reflexiva acerca da influência das redes sócias na vida cristã, enfatizando a missão e o evangelismo através do avanço tecnológico. Sabe-se que a tecnologia cresce gradativamente, englobando cada vez mais todos os setores da sociedade, tornando-se indispensável no mundo globalizado. O computador, a TV, o celular, o notebook, a Internet são ferramentas em constante evolução. Este artigo aborda a Internet como um recurso que pode fornecer conteúdos que qualificam a relação do cristão com Deus, a qual apresenta as redes sociais como ferramenta extremamente útil e necessária para a propagação do evangelho, uma vez que dinamiza o tempo e as informações e acima de tudo, atualiza e alarga horizontes. Conclui-se, portanto, que as redes sociais, sem dúvida, constituem um campo de atuação cristã porque tratando-se das redes sociais, é possível afirmar que o atual contexto cristão exige uma atualidade das linguagens e das interações multimidiáticas. Contudo, a fé pode ser afetada, mediante as muitas ofertas de distração dos recursos tecnológicos, quando o conteúdo central não é comunicado numa linguagem adequada ao tempo e ao meio.

Palavras-Chave: Missão; Evangelismo; Tecnologia;

Camaquã-RS

2024

¹ Aluno do Bacharelado em Teologia em EaD na Faculdade UNINA

ABSTRACT

This article presents a reflective approach to the influence of social networks on Christian life, emphasizing the mission and evangelism through technological advancement. It is known that technology is growing gradually, increasingly encompassing all sectors of society, becoming indispensable in the globalized world. The computer, the TV, the cell phone, the notebook, the internet are tools in constant evolution. This article addresses the internet as a resource that can provide content that qualifies the Christian's relationship with God, which presents social networks as an extremely useful and necessary tool for spreading the gospel, as it streamlines time and information and above all of everything, updates and broadens horizons. It is concluded, therefore, that social networks, without a doubt, constitute a field of Christian activity because in the case of social networks, it is possible to affirm that the current Christian context requires current languages and multimedia interactions. However, faith can be affected, through the many distracting offers of technological resources, when the central content is not communicated in a language appropriate to the time and medium.

Keywords: Mission; Evangelism; Technology;

Artigo Científico entregue à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Teologia.

Orientador: prof. Alisson Sant'Anna

Camaquã-RS

2024

INTRODUÇÃO

Dois mil anos depois de ter sido constituída a Grande Comissão, um levantamento feito pelo Fórum Pew para Religião e Vida pública com base em estudos demográficos de 230 países e territórios estima que 1,1 bilhão de pessoas ou seja, 16,3% da população mundial não possuem qualquer filiação religiosa (CARTACAPITAL, 2012). Essas pessoas ainda permanecem sem conhecer o amor de Jesus Cristo, e nem sequer sabem da grandiosa salvação que Deus providenciou a raça humana através da morte e ressurreição de seu filho unigênito. Nas últimas décadas, as igrejas têm se unido no propósito de expandir as missões.

Dessa forma, as missões e o evangelismo não estão restritos a locais nem a limites territoriais, antes estão presentes na era digital. O objetivo desse artigo científico é mostrar a importância das missões na era digital, trazendo a igreja para o interior dos estudos de mídia, e as mídias para dentro da igreja. A escolha do tema sem dúvidas reflete o otimismo quanto ao futuro da missiologia e do evangelismo na era digital, sendo um tema vasto e em contínua expressão.

Adentrando nesse novo milênio, devemos considerar que há uma gigantesca, implacável e indomável onda de comunicação, denominada como mídias sociais, tais como *Facebook, Instagram, X, Whatsapp, Telegram, Youtube, TikTok, Kwai*, entre outros. Esse tsunami tecnológico de propostas, recursos e possibilidades deve estar aliado a Grande comissão e a propagação do evangelho. A Internet está tão presente que já não se fala mais em conectar-se, pois a conexão é permanente.

Utiliza-se as mídias sociais em casa, no deslocamento para o trabalho, no próprio trabalho e nos momentos de lazer, dessa forma, podemos dizer que as mídias sociais em conjunto com a Internet, ocupam a maior parte do tempo do dia das pessoas. A vida profissional e pessoal está cada vez mais imersa e dependente dessas mídias, é impossível viver sem estar conectado à rede. A Internet tornou-se tão indispensável quanto o ar que está vitalmente ligado aos pulmões e a própria vida. Essa grande onda de transformações tecnológicas invade a vida de todas as pessoas de modo inevitável, modificando as bases

da sociedade e a maneira de se comunicar. Não existem mais limites delineados na era digital, as fronteiras geográficas foram extintas graças a cultura digital.

Esse desenvolvimento tecnológico abriu as portas de um mundo novo, pouco explorado pela missiologia e evangelismo, esse mundo mistura o real com o virtual de um modo jamais visto.

No entanto, esse avanço tecnológico já estava previsto: “Tu, porém, Daniel, cerra as palavras e sela o livro, até o fim do tempo; muitos correrão de uma parte para outra, e a ciência se multiplicará” (BÍBLIA, 1999, p.1004)²

A maneira como a igreja realizará a prática missionária deve ser fruto de séria reflexão, pois está prática no futuro, determinará a teologia de missões e, conseqüentemente, as ações missionárias e evangelísticas atuais e futuras.

A cultura digital mais do que sugerir novas mudanças, estabelece novos paradigmas. A igreja deve estar preparada para utilizar essas ferramentas indispensáveis para a comunicação no presente. Pois seu maior objetivo é disseminar e levar o amor divino a todos os povos, essa influência a todas as nações para que experimentem uma real transformação. Essa transformação, sem sombra de dúvidas, é um dos valores fundamentais da fé cristã.

1. A ERA DIGITAL

A era digital, mudou radicalmente os conceitos de relacionamentos, tanto na esfera profissional, quanto na área pessoal, e têm colaborado significativamente na comunicação dos tempos atuais, entretanto, em meio a todo esse processo digital, surgem algumas questões a serem compreendidas no âmbito da missiologia e do evangelismo.

No livro Uma história social da mídia, escrito por Asa Briggs e Peter Burke, os autores classificam a comunicação, em termos de quem diz o quê, para quem, em qual canal, com que efeito?

Dessa forma a problemática está baseada na forma clássica e simples de Lasswell. Quem diz o quê? (LASSWELL, 1987, p.11) A igreja é a portadora das boas novas através da missiologia e do evangelismo. Para quem? O público-

² Daniel 12:14

alvo são os nativos digitais e aqueles que de alguma forma estão conectados na era digital. Em qual canal? As mídias e os aplicativos disponíveis através das redes. Com que efeito? O efeito esperado é a conversão e o resgate do perdido (BRIGGS, 1921, p.30).

Embora essa sistemática seja válida, também precisamos avaliar a efetividade da comunicação entre o emissor e o receptor? Também precisamos calcular os danos e os benefícios? Outro fato importante, é a questão da saúde. Até que ponto tudo isto é saudável?

1.1. TECNOLOGIA NA ERA DIGITAL

Semelhante a uma longa estrada com várias pontes, assim é a tecnologia com o evangelismo. O evangelismo é a estrada que leva a Jesus Cristo, enquanto que a tecnologia é a ponte que faz a ligação entre a mensagem da cruz e o receptor. A tecnologia, em termos gerais colabora para a divulgação do evangelho e a prática de missões. Esses recursos tecnológicos encurtam a distância entre pessoas que estão a quilômetros, possibilitando uma interação instantânea. A facilidade de acesso a celulares e computadores, unidos a dimensão global da Internet são ferramentas importantes no cumprimento da grande comissão “Ide por todo o mundo e pregai o evangelho a toda criatura” (BÍBLIA, 1999, p.1171)³.

A Missiologia tem sua centralidade na mensagem comunicada sobre a vida e obra de Jesus, contada nos quatro evangelhos que abordam os aspectos principais de seus ensinamentos para todos os povos e para todas as gerações, também está centrada em fazer missões e comunicar essa mensagem tendo como exemplo a vida de Jesus Cristo por excelência. No entanto, a era digital está centrada na comunicação. Na obtenção de dados e na experiência do usuário. Dessa forma a cultura virtual indica um universo bem rico e fértil para a proclamação do reino de Deus, abrindo um vasto campo, podendo chegar a uma infinidade de pessoas inseridas em diversas culturas espalhadas mundo afora.

³ Marcos 16:15

No mundo virtual identifica-se uma nova maneira de ver e viver o novo mundo que vai se construindo através das redes sociais. Devendo a comunidade eclesial, representada pela igreja, proporcionar experiências reais aos navegadores virtuais através da vida e obra de Jesus Cristo. Nos termos mais fortes com que a linguagem humana pode contar, o universalismo de Deus em Jesus. Ele não é, de forma alguma, um particularista, mas relaciona-se com o mundo em amor e propósito. Tanto no virtual, como no real. Dessa forma, encontramos um círculo eternamente ampliado e aprofundado no relacionamento pessoal e cósmico.

Novas noções de tempo, espaço e comunidade de fé, bases da fé cristã e do contexto religioso devem ser reconstruídos e readaptados a nova realidade, realidade essa virtual. Pois além do ambiente físico onde se desenvolve a vida, desta-se o fato que o ambiente digital está cada vez mais presente, não podendo o cidadão atual separar os ambientes ou viver de forma paralela ignorando o mundo real e o virtual.

Segundo Assmann, A disseminação das informações e o uso dos meios de comunicação social têm proporcionado muitos a entrar em consonância, no que se refere à vida cristã e à tecnologia, passando a fazer parte das relações estabelecidas entre cristãos e não cristãos, proporcionando uma socialização, inserção e, conseqüentemente, uma evangelização (ASSMANN, 1986, p.25).

O reino, agora, está dentro do homem. Não está no Templo, nem nas cerimônias, nem nos sacrifícios. O reino está dentro daqueles que se rendem à sua soberania. Este acréscimo de Jesus implica, entre outras coisas, que o reino de Deus é individual, mas é também nacional, racial (da raça humana) e cósmico. É espiritual, moral e social. Terreno e atual, mas também eterno. E porque não digital, tendo em vista que a maioria da população está conectada. Nenhuma definição do reino de Deus é suficiente, mas pode-se pensar nele como sendo: o domínio de Deus no coração do homem; o domínio de Deus na igreja; o domínio de Deus no mundo real e virtual. Fica, assim, demonstrado que o ensinamento do reino de Deus, na proclamação de Jesus é universalista, pois Deus é o Deus não só dos judeus, mas de todo o mundo. Este conceito teológico de Jesus é definitivamente universal em sua implicação e designação.

Em tese, se na era digital, estão nascendo os nativos digitais, o conceito de reino e missões também deve alcançar esses homens e mulheres que se auto denominam cidadãos do mundo.

2. JESUS E A MISSÃO

Jesus se realizava no encontro com as pessoas, no relacionamento diário, no conhecimento das escrituras, na cultura judaica, de onde usufruía por experiência os novos conhecimentos. A fé de Jesus caminhava em meio às novidades de sua época. Sua atenção se realizava para com todos. Porém priorizava os que tinham sede e fome de justiça, os ignorados da sociedade, os que necessitavam de vida e saúde. Ele fez uso de todos os canais, linguagens e espaços do seu tempo. As redes sociais, a interatividade, os espaços são possibilidades e caminhos para levar as boas novas do Reino de Deus. Jesus faria no mundo atual sem perder a essência divina. Sem dúvidas, Jesus, nesta era digital seria o maior *creators* do mundo. *Creators* são produtores de conteúdo. A palavra *creators* remete a criadores porque eles, de fato e em geral, criam conteúdo original, com algum grau de autoria e criatividade.

A missão de Jesus sempre foi qualificar a fé realizando a proposta de Deus de forma muito didática, sábia e criativa, pois se a era digital implica em redes de relacionamentos. Jesus certamente seria um mestre nas redes sociais, pois ele era mestre em relacionamentos. Portanto, o *Iphone*, o *Facebook*, o *Instagram* e outros tantos aplicativos que a comunicação oferece, são excelentes ferramentas que favorecem diversas possibilidades das pessoas se comunicarem, estudarem e exercitarem a sua fé. Apesar de a tecnologia ser nova, Jesus continua sendo o mesmo.

Assim como a tecnologia procura conectar as pessoas através dos aplicativos, a evangelização vai além da comunicação do evangelho; ela também tem por finalidade conectar pessoas, e torná-las discípulas de Jesus Cristo e integrá-las à vida em comunhão na igreja.

2.1. PÚBLICO-ALVO: A MENSAGEM E SEUS OUVINTES

Identificar o público-alvo é sem dúvidas um dos aspectos mais importantes da pesquisa, pois segundo a Anatel, existem mais *smartphones* do que habitantes no Brasil. Cerca de 138 equipamentos para cada 100 habitantes. Ainda de acordo com o levantamento, há mais de 280 milhões de compulsivos por *smartphones* no mundo. Os mais jovens são o público que mais sofrem, eles já nasceram conectados, são conhecidos como geração z ou nativos digitais. Estes nasceram num ambiente completamente digital. Nascidos entre o fim da década de 1990 e 2010. Essa geração não precisou, como as demais de cursos de informática como as anteriores para lidar com os computadores, essa geração aprendeu de forma intuitiva, cresceram jogando videogames e aprenderam desde muito cedo a se relacionarem pelas redes sociais e aplicativos.

A geração z cresceu num ambiente inóspito e de completa insegurança em relação ao futuro, o que reforça a necessidade da pregação do evangelho do reino a essa geração, como fonte de esperança e amor. A socialização pela Internet levou a novas configurações sociais e a novos hábitos de consumo. Os smartphones tornaram-se companheiros inseparáveis, inclusive alguns desses nativos digitais dormem com o celular debaixo do travesseiro, outro fato, é que muitos desses jovens consideram seus aparelhos como parte vital de seus corpos.

Comunicar a essa geração as boas novas do reino é sem dúvidas o maior desafio da missiologia e evangelismo. Segundo FERREIRA (1991), através da evangelização, a pessoa absorve o evangelho e ele passa a fazer parte. Contudo, evangelizar não significa necessariamente pregar, mesmo porque nem toda a pregação tem a natureza evangelística.

Evidentemente a proclamação do evangelho através das mídias sociais não é suficiente para a completa realização do ministério da evangelização. É preciso persuadir as pessoas a ter um encontro real com Jesus a fim de se reconciliarem com Deus. E esse trabalho cabe somente ao Espírito Santo. Também é vital que o novo crente participe de uma comunidade de fé autêntica

e verdadeira, para que ele através do amadurecimento em Cristo possa também fazer parte da Grande Comissão afim se servir e comunicar a outros.

Dessa forma, a evangelização não se resume apenas à proclamação do evangelho de Jesus; ela inclui a integração entre pessoas que é entendida como um envolvimento da igreja enquanto Corpo de Cristo.

2.2. EVANGELISMO DE MASSA

O uso de tanta tecnologia acaba interferindo nas relações pessoais e também no modo de se relacionar. Quem nunca presenciou pessoas mexendo em seus aparelhos em uma reunião de amigos, por exemplo? Vê se o tempo todo, pessoas conectadas, navegando nas mídias sociais, enquanto poderiam desfrutar da presença dos amigos e da família no mundo real. Esse uso obsessivo também interfere no relacionamento dos cristãos com Deus.

O uso do aparelho celular nas mídias sócias pode causar sérios problemas a saúde, como tendinite nas mãos e dores na coluna, já que o pescoço fica curvado por um longo período. Além de prejudicar a visão. No entanto, o maior dano que o mau uso da tecnologia pode causar é o isolamento humano, esse isolamento a longo prazo pode causar doenças e agravos como depressão e ansiedade, além é claro de gerar um certo individualismo nos seres humanos.

O individualismo surge como característica central na sociedade digital. A forma cibernética de experimentar a vida torna os indivíduos menos sociais e mais egoístas. Essas vivências materialmente distantes das relações pessoais reais geram sentimentos negativos, entretanto, através das mídias sociais podem surgir interações de forma positiva, possibilitando uma nova configuração comunitária.

Com isso, a proclamação do evangelho através das mídias sociais corre o risco de se tornar meramente informativo, perdendo a presença objetiva e fundamental da conversão do evangelho e o compromisso verdadeiro com o próximo. É preciso questionar seu efeito real na vida dos cristãos (GASPARETTO, 2011, p.77).

O evangelho necessita da linguagem midiática para ser proclamado, pois esta linguagem condiciona fortemente a atual cultura. Segundo Gomes, a mídia audiovisual constitui o material básico dos processos de comunicação, fornecendo símbolos, induzindo comportamentos, afetando inconscientes e privilegiando temáticas (GOMES, 2010, p.90).

Embora muito usado no contexto atual, o evangelismo de massa deve ser personalizado para um evangelismo pessoal. Evangelismo de massa ou evangelismo, como o nome já indica, é aquele que visa alcançar o indivíduo no grupo, seja esse grupo grande ou pequeno. Naturalmente, sempre o evangelismo terá como objetivo alcançar o indivíduo (FERREIRA, 1991, p.103).

Embora a atuação do Espírito Santo no processo da conversão seja de caráter individual, no evangelismo de massa, se busca atingir o grupo primeiramente, e por fim, a pessoa individualmente.

Considera-se que a fé e a vida andam juntas. O falar e o escutar de Deus com os meios oferecidos pela era digital deve influenciar a postura através da missiologia na caminhada cristã. Deus está livre das amarras. A cultura digital não pode digitalizar Deus, e resumi-lo em alguns *bytes* de informação, mas pode expressar o seu imenso amor aos perdidos. Enquanto alguns buscam delimitar espaços e formatos, as boas novas irrompem a sociedade digital através da graça.

A história do evangelismo foi marcada por um avanço progressivo em direção a luz de uma autoconsciência mais clara de um auto-conhecimento mais completo do homem e Deus.

As significativas contribuições que os recursos tecnológicos trouxeram são inquestionáveis, inclusive para que a igreja cumpra a chamada Grande Comissão. Biliões de pessoas usufruem dos benefícios oferecidos na cultura pós-digital. Isolar-se ou tentar fugir das inovações digitais é quase impensável e praticamente impossível. Se assim fosse Jesus, na oração em favor de seus discípulos, não teria dito: Não rogo que os tire do mundo, mas que os guardes do maligno (BÍBLIA, 1999, p.1260)⁴.

⁴ Jo 17.15

Percebe-se que neste mundo fortemente influenciado pela cultura pós-digital, a ética cristã deve coexistir de modo a colaborar com a transformação e evangelização do ser humano para o grande propósito divino. Não aceitando o esquema ético deste mundo, ainda que tal dicotomia nem devesse existir. A questão à ser compreendida e vivenciada por aqueles que se denominam cristãos, não deve ser a postura de projetar um universo paralelo ou viver em uma espécie de redoma dissociada do mundo, de modo que buscar alternativas para se criar tal *bolha* é impraticável, bem como agir com radicalismo religioso é contraproducente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que evangelismo e missões, são atributos de todo o cristão maduro. Sendo uma ordem irrevogável de Jesus: “Ide por todo o mundo e pregai o evangelho, fazendo discípulos de todas as nações” (BÍBLIA, 1999, p.1178)⁵. Dessa forma, se faz necessário o estudo sobre missões e evangelismo na era digital.

Devido ao cenário social, onde existem mais smartphones do que propriamente pessoas, em um mundo onde as pessoas estão intimamente conectadas as redes sociais, se faz necessário aprofundar no campo da pesquisa, especificando os reais motivos, suas mudanças e as futuras implicações da era tecnológica que estamos vivenciando.

De fato, a Igreja de Jesus Cristo, como um ser vivo e atuante, não poderá fechar seus olhos para a tecnologia, pelo contrário, esta deve se prevalecer desses novos métodos e utilizá-los para o desenvolvimento da igreja e a pregação do evangelho.

O vasto campo missionário no ambiente virtual e a crescente expansão da Internet, sem dúvidas serviu de motivação para a pesquisa desse trabalho.

Outro ponto interessante, diz respeito as novas formas de se comunicar e se relacionar na pós-modernidade. Fator importantíssimo para definir o futuro das missões e evangelismo no Brasil e no mundo, e também qual será o posicionamento da igreja diante dos significativos crescimentos das tecnologias.

⁵ Mc 16:15

Ao se pensar na relevância desse tema para a igreja e a sociedade, temos a obrigação de pensar a respeito da ética e como essas relações podem afetar a questão de saúde pública na sociedade. Portanto, nesse sentido, se faz necessário a observação e discussão dos temas propostos, para que se possa, efetivamente, dar uma contribuição pertinente a sociedade.

Dessa forma, conforme destacado, convém testificar que o papel da Igreja é influenciar a ponto de provocar transformações. Independentemente das circunstâncias culturais, o foco não deve consistir em estabelecer uma ética de comportamento dos cristãos, mas evangelizar para que através do testemunho cristão genuíno, seja evidenciada a ética do próprio Cristo.

A igreja não pode se furtar ao diálogo, debate e proclamação da verdade cristã. Mas sim, buscando sob a direção do Espírito Santo, avançar por meio de múltiplas formas, sejam compostas por tecnologias mecânicas, analógicas ou digitais. Empenhar-se intencionalmente para tornar real as considerações feitas pelo apóstolo Paulo: “Mas que importa? De qualquer forma, contanto que Cristo seja anunciado, quer por pretexto, quer não, alegro-me com isso e, sim, sempre me alegrarei” (BÍBLIA, 1999, p.1413)⁶.

⁶Fp 1.18

REFERÊNCIAS

ASSMANN, Hugo. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986

BÍBLIA, de Genebra, Versão Almeida revista e atualizada. Ed. Cultura Cristã e Sociedade Bíblica do Brasil, São Paulo: SBB, 1999

BRIGGS, ASA, 1921. Asa Briggs e Peter Burke. **Uma história social da mídia, de Gutemberg a internet**. 2. Ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2006

CARTACAPITAL, **Pesquisa mostra que 16% da população mundial não tem religião**. Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/pesquisa-mostra-que-16-da-populacao-mundial-nao-tem-religiao/> Acesso em 03/03/2024

FERREIRA, Damy. **Evangelismo total: um manual didático e prático para seminaristas, líderes e pastores**. 2. Ed. Rio de Janeiro: JUERP, 1991

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião**. São Paulo: Paulinas, 2011

GOMES, Pedro Gilberto. **Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010

LASSWELL, Harold. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade**. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1987

TERMO DE COMPROMISSO DE ORIGINALIDADE

Eu, Cristiano Duarte Rocha portador do CPF nº 004.738.820-00 na qualidade de estudante regularmente matriculado/a no Bacharelado em Teologia da Faculdade São Braz sob o n. 265465 declaro, para os devidos fins, que o Trabalho de Conclusão de Curso encontra-se plenamente em conformidade com os critérios técnicos, acadêmicos e científicos de originalidade. Nesse sentido, declaro, para os devidos fins, que o referido TCC foi elaborado com minhas próprias palavras, ideias, opiniões e juízos de valor, não consistindo, portanto, PLÁGIO, por não reproduzir, como se meus fossem, pensamentos, ideias e palavras de outras pessoas. O/a Professor/a responsável pela orientação de meu trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentou-me a presente declaração, requerendo o meu compromisso de não praticar quaisquer atos que pudessem ser entendidos como plágio na elaboração de meu TCC, razão pela qual declaro ter lido e entendido todo o seu conteúdo e submeto o trabalho como fruto de meu exclusivo trabalho.

Camaquã, 3 de março de 2024