

FACULDADE TEOLÓGICA BATISTA DE SÃO PAULO

LEONARDO RODRIGUES DOS SANTOS

**A MISSÃO DA IGREJA NA CIBERCULTURA DE PIERRE LÉVY**

SÃO PAULO

2024

LEONARDO RODRIGUES DOS SANTOS

## **A MISSÃO DA IGREJA NA CIBERCULTURA DE PIERRE LÉVY**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito final  
no curso de Bacharel em Teologia  
da Faculdade Teológica Batista de  
São Paulo.

Orientadora: Dra. Analzira Pereira  
do Nascimento

SÃO PAULO

2024

SANTOS, Leonardo Rodrigues dos. A missão da Igreja na Cibercultura de Pierre Lévy. Leonardo Rodrigues dos Santos. – São Paulo, 2024. 60 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Teologia) –  
Faculdade Teológica Batista de São Paulo, 2024.

1. Missão da Igreja. 2. Cibercultura. 3. Comunicação. 4. Tecnologia.  
5. Internet.

FACULDADE TEOLÓGICA BATISTA DE SÃO PAULO

LEONARDO RODRIGUES DOS SANTOS

**A MISSÃO DA IGREJA NA CIBERCULTURA DE PIERRE LÉVY**

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Analzira Pereira do Nascimento – Orientadora

---

Prof. Dr. Emmanuel Roberto Leal de Athayde – Leitor

---

Prof. Me. Marcos de Almeida – Coordenador Acadêmico

SÃO PAULO

2024

## DEDICATÓRIA

A minha esposa Michelle,

que tem sido bênção de Deus em minha vida.

A minha filha Laura,

que apesar de pequena incentiva o papai a "estudar para ser pastor".

Aos meus pais, Luiz e Lucimar,

que me instruíram nos caminhos do evangelho.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço de coração:

A Deus, por me chamar à Sua missão, e me sustentar nela.

A minha esposa Michelle, minha filha Laura e demais familiares pelas horas de compreensão, paciência, e tolerância por minha ausência e pela ajuda tão necessária.

A minha avó Laura, por ser uma referência de fé cristã em minha vida. Sua dedicação a Deus e seus ensinamentos foram fundamentais na minha caminhada, além da inspiração e força ao longo dessa jornada acadêmica. Este trabalho é também um reflexo do seu amor e das lições que levo comigo. Muito obrigado!

A professora Analzira Nascimento, minha orientadora, por compartilhar seu conhecimento e pela paciência nos momentos de orientação.

À minha Igreja, por me apoiar nesta jornada.

As minhas irmãs em Cristo, Adriana e Simone, pela ajuda, sugestões e disponibilidade.

*"Como me enviaste ao mundo, assim eu os enviei ao mundo".*

*João 17:18*

## RESUMO

O trabalho “A Missão da Igreja na Cibercultura de Pierre Lévy” analisa de que maneira a igreja cristã pode se adaptar e atuar no contexto da cibercultura, entendida como uma nova realidade social permeada pela tecnologia e comunicação digital. A proposta é refletir como a igreja pode fazer uso das redes sociais de maneira intencional e simultaneamente permanecer alinhada à sua vocação de comunicar o Evangelho sempre a serviço da *Missio Dei* — a missão de Deus. A pesquisa pondera a respeito de uma neutralidade do meio digital, e aborda os desafios e oportunidades para que a igreja transcenda a simples divulgação institucional, direcionando sua presença digital para promover a mensagem cristã em um espaço que é, cada vez mais, um campo missionário virtual. A pesquisa aborda conceitos do filósofo Pierre Lévy, que define o ciberespaço como um ambiente de potencialidades. Além de ter como base outro teórico referencial, o teólogo David Bosch, que trabalha o conceito da *Missio Dei* e a temática sobre mudanças de paradigma na Teologia da Missão.

**Palavras-chaves:** Missão da Igreja, Cibercultura, Comunicação, Tecnologia, Internet.

## ABSTRACT

The work "*The Mission of the Church in Pierre Lévy's Cyberculture*" examines how the Christian church can adapt and operate within the context of cyberculture, understood as a new social reality shaped by technology and digital communication. The objective is to reflect on how the church can intentionally use social networks while remaining aligned with its vocation to communicate the Gospel, always in service of the *Missio Dei* — the mission of God. The research considers the neutrality of digital media and explores the challenges and opportunities for the church to transcend mere institutional promotion, redirecting its digital presence to advance the Christian message in a space that increasingly serves as a virtual mission field. The study draws on concepts from philosopher Pierre Lévy, who defines cyberspace as an environment of potentialities. It also relies on another key theoretical foundation, theologian David Bosch, who develops the concept of *Missio Dei* and addresses paradigm shifts in Mission Theology.

**Keywords:** Church Mission, Cyberculture, Communication, Technology, Internet.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Visão geral da adoção e uso de dispositivos e serviços conectados..... 18

Figura 2 - Visão geral da adoção e uso de dispositivos e serviços conectados no Brasil..... 19

## LISTA DE ABREVIATURAS

ACMS	<i>Association of Christians in the Mathematical Science</i>
ARC	Almeida Revista e Corrigida
COVID-19	Coronavírus SARS-CoV-2
GWI	<i>Global Web Index</i>
LABÔ	Laboratório de Comunicação e Ações Educativas
NVI	Nova Versão Internacional
NVT	Nova Versão Transformadora
PUC-SP	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1. A CIBERCULTURA DE PIERRE LÉVY .....	16
1.1 Em que mundo vivemos?.....	17
1.3 Neutralidade .....	22
1.4 Os Três Estágios: A Tecnologia como campo da cultura .....	24
2. A MISSÃO DA IGREJA E A CULTURA.....	27
2.1 <i>A Missio Dei</i> .....	28
2.2 Missão, Culturas e Contextos .....	32
3. A COMUNICAÇÃO DA IGREJA NA CIBERCULTURA.....	37
3.1 A Pandemia e uma igreja reativa.....	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52

## INTRODUÇÃO

A igreja é chamada a falar. A compreensão de que o evangelho se trata de boas notícias difere de considerá-lo como apenas um conjunto de informações. Por ser notícia é necessário compartilhar. Não basta conhecer o evangelho, é preciso comunicá-lo. Assim, a comunicação é ao mesmo tempo vocação e necessidade, demanda e disposição. É um chamado especial e pilar fundamental na missão da Igreja. Contudo, se transmitir uma mensagem está como uma das responsabilidades da igreja, é necessário perceber se estamos sendo eficientes e relevantes em tal tarefa. É preciso não se contentar em estar ciente sobre o que falar, mas também saber como comunicar, considerar com quem comunicamos, onde nos comunicamos e ainda examinar se estamos nos fazendo compreender. O que naturalmente, nessa missão, é preciso pesar todos os meios (*mídias*) para alcançar o objetivo da igreja, e obedecer às palavras de Jesus: “*Vão pelo mundo inteiro e anunciem as boas-novas a todos*” (BÍBLIA, Marcos 16:15, 1993).

O que não se pode mais ignorar? A missão da igreja em um mundo virtual. Temos a disposição diversos meios, redes sociais e plataformas para a expressão da igreja, que podem anunciar muito mais que eventos, pedidos, e a programação da instituição. Ofertas de mídias, ou a inserção de igrejas nas redes sociais podem ser observados como uma ferramenta em potencial para a *Missio Dei* – expressão que o teólogo David Bosch compreende no livro “*Missão Transformadora: Mudanças de Paradigma na Teologia da Missão*”<sup>1</sup>, ser “a atividade de Deus, a qual abarca tanto a igreja quanto o mundo e na qual a igreja tem o privilégio de poder participar”. O conceito teológico de *Missio Dei* será aprofundado no capítulo 2, que cogitará a atividade em um campo de algoritmos, mas sem haver um reducionismo à apelos de marketing e entretenimento. A pesquisa objetiva perceber se a adesão crescente da Igreja às redes sociais seria uma ação propositiva, intencional, ou reativa em relação às novas possibilidades de comunicação. Mais especificamente analisar o que comunicamos e demonstramos no virtual, e se isso, seria coerente e eficiente com o chamado da igreja em anunciar o evangelho. Dados recentes apontam que

---

<sup>1</sup> Missão Transformadora – Mudanças de paradigma na teologia da missão. Ed. Sinodal, 2002.

atualmente há 5,16 bilhões de usuários de Internet no planeta. O que significa que 64,4% da população total do mundo está *online*<sup>2</sup>. Existem 4,76 bilhões de usuários de mídia social em todo o mundo. Isso equivale a quase 60% da população global total<sup>3</sup>. Nesse cenário, é preciso uma percepção contemporânea das novas possibilidades a respeito da comunicação da Igreja, diante de uma sociedade cada vez mais conectada, o que o filósofo francês Pierre Lévy considera ser uma nova dimensão da realidade: o ciberespaço. Um campo fértil para a criação de novos discursos e significados.

Os excessos certamente não devem ser encorajados. Mas dizemos que alguém que lê “permanece horas diante do papel”? Não. Porque as pessoas que leem não estão se relacionando com uma folha de celulose, elas estão em contato com um discurso, uma voz, um universo de significados que elas também contribuem para construir (LÉVY, 1999, p.165).

Pontua-se que a obra não seguirá um viés a pesquisar se é lícito, ou não, a Igreja aderir a Internet, ou se deva fazer uso da tecnologia, como também não abordará qualquer tipo de orientação prática em como usar tecnicamente as redes sociais. Antes, a pesquisa considera o uso da internet e de meios de comunicação virtual uma prática já comum à igreja. Contudo, este trabalho propõe despertar a reflexão se tal uso está a serviço de sua missão.

A presente pesquisa visa pensar a missão da Igreja que ganha novos horizontes ao observar a atual realidade de uma cibercultura. Ponderar formatos e ações da igreja na era digital tem o objetivo de trazer um novo olhar para os meios contemporâneos de comunicação, assim, propor o uso das tecnologias de maneira intencional e a serviço da *Missio Dei*. Além de ressaltar seu compromisso e chamado na Grande Comissão, e com isso, potencializar a comunicação da Igreja para que ganhe relevância na esfera pública. Ao reconhecer que cada conta de uma igreja em uma rede social não pertence a ela, mas trata-se apenas de uma concessão de uma empresa (com objetivos particulares) e que pode mudar as regras do uso de sua mídia a qualquer momento, através de alterações em algoritmos, deve surgir a preocupação se o cristão tem feito o melhor uso, ou ainda o mais coerente com sua fé, enquanto lhe é permitido a disponibilidade de estar conectado. Um exemplo é o ocorrido com a

---

<sup>2</sup> Termo inglês que significa "em linha" e é usado para descrever alguém que está conectado à internet e pode acessar informações em tempo real.

<sup>3</sup> Texto Digital. Relatório de Visão Geral Global Digital 2024 – publicado em parceria com a Meltwater e We Are Social. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em 05 set. 2024.

rede social 'X', que foi suspensa no Brasil em agosto de 2024, por decisão judicial. Quando aconteceu, milhares de usuários, inclusive igrejas, que tinham perfis nessa rede social perderam o acesso, literalmente, da noite para o dia. O que abre espaço para a reflexão: "Caso tenha sua conta perdida, qual foi o saldo da atuação da igreja nessa plataforma?".

O objeto deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) concebe por sua problematização pesquisar se a igreja pode considerar a tecnologia como uma nova fronteira do campo missionário, ainda que por meio de algoritmos. Essa pesquisa pressupõe que sim. A igreja deve se apresentar intencional e compromissada na comunicação das boas-novas do Evangelho na cultura contemporânea imersa no *online*. Mas para isso, é preciso clareza e intenção. Se faz necessário pesquisar, aprender, e criar estratégias, já que o virtual é um campo em que a Igreja só será relevante se também se tornar preferência pessoal de outros. O ambiente digital é onde as pessoas mais se comunicam hoje, e a Igreja não pode ser indiferente ou subestimar esse meio. É necessário a busca consciente por compreender melhor esse paradigma de milhares de pessoas que funcionam mais com conexões virtuais e menos em relacionamentos e interações presenciais. O que não significa não serem reais. As interações virtuais podem ser consideradas verdadeiras, pois acontecem em um espaço virtual/remoto e pessoas estão interagindo, não presencialmente, mas estão em contato. O virtual não é contrário de real, é oposto de presencial.

A pesquisa aborda o conceito de *cibercultura*<sup>4</sup>, termo que será melhor detalhado no capítulo 1, como o potencial em comunicação que promove o que poderia se considerar um segundo dilúvio. Além de refletir a respeito da missão de Deus e a cultura dos homens, que desdobrará na necessidade da Igreja por contextualização e comunicação. Há novas possibilidades, velhos desafios, que torna indispensável superar uma mentalidade algorítmica, de uma lógica da preferência no modo de agir. Assim a "comunicação" de muitas igrejas pode se tornar especialista em marketing de evento, mas com limitações em compartilhar a fé em Jesus. Por vezes, as redes sociais de algumas comunidades cristãs se tornam mais um quadro de avisos do que um espaço missional. A pesquisa carrega ainda um caráter pastoral, e encontra também sua utilidade no que é descrito por Jim Samra: "Meu trabalho como

---

<sup>4</sup> Termo usado para descrever a cultura que surge da interação entre as tecnologias de comunicação digital e as práticas sociais.

pastor é ajudar meu povo a pensar de forma bíblica e teológica sobre a tecnologia, para que consiga viver com fidelidade neste mundo tecnológico” (VANHOOZER,2021, p. 97).

Este trabalho será desenvolvido por meio de pesquisas bibliográficas, com materiais especializados. Assim, será feito estudo comparativo entre uma visão filosófica de Pierre Lévy, com uma bibliografia de cosmovisão cristã, tanto da tecnologia e da comunicação, como também da Teologia da Missão. Como referencial teórico missiológico, o trabalho traz o teólogo David Bosch, com sua obra "Missão Transformadora: Mudanças de Paradigma na Teologia da Missão", que explora a evolução do entendimento e da prática missionária cristã ao longo da história. Além de discutir como diferentes contextos históricos e culturais moldaram a maneira como a igreja compreende sua missão no mundo. O autor nos oferece embasamento para o conceito da *Missio Dei* e demonstra como isso apresenta desafios e oportunidades para o paradigma missiológico e sua prática missionária.

Conforme exposto, a pesquisa ainda faz referência ao filósofo Pierre Lévy, em seu livro *Cibercultura*<sup>5</sup>, que expõe a ideia do virtual como potencialidade — a capacidade de algo se atualizar, transformar e se desenvolver. E aponta como isso afeta a comunicação, e influencia o modo como interagimos, aprendemos, e nos expressamos. Lévy explora como as tecnologias digitais e a internet transformaram as maneiras pelas quais a cultura é produzida, distribuída e consumida. O que se torna contexto do tempo que se chama hoje, e parte direta da vida contemporânea. Tal cenário serve à igreja como um convite a abrir os olhos para campos que são vastos, e com novas oportunidades. O que inclui a internet. Ao invés de se supor uma realidade com alternativas excludentes, presencial ou virtual, a igreja pode, em seu contato com o outro, considerar uma ação prática híbrida: por um lado, uma presença na cidade e outra na web. Deve-se pregar em todo tempo e em todo lugar, e a toda criatura. Ao ser despertado para novas mídias, nutrir a responsabilidade de sempre, levar cada cristão, cada igreja, às mesmas palavras do apóstolo Paulo: *“Porque, se anuncio o evangelho, não tenho de que me gloriar, pois me é imposta essa obrigação; e ai de mim, se não anunciar o evangelho!”* (BÍBLIA. 1 Coríntios 9:16. 1993).

---

<sup>5</sup> LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Editora 34, 2010.

## 1. A CIBERCULTURA DE PIERRE LÉVY

A Igreja nunca teve tantos meios para se comunicar como hoje. Nunca houve tantas ferramentas de comunicação e tecnologia de mídia a disposição dos cristãos. Os avanços tecnológicos abrem novas dinâmicas de expressão, e a adesão e uso em massa das redes sociais, seja de modo pessoal ou institucional, traz possibilidades que podem afetar nas formas de como a Igreja se expressa, e se posiciona na esfera pública. Contudo, é preciso refletir se os novos meios de comunicação tornaram a comunicação da igreja mais eficaz. Ou pensar o que a Igreja faz repercutir através dessas novas mídias. O propósito em anunciar o Evangelho, e participar do que Deus quer fazer no mundo, faz parte da vocação da Igreja, e de cada cristão. A igreja pode compreender a tecnologia como uma nova fronteira do campo missionário, ainda que por meio de algoritmos, isto é, através de instruções para a realização de uma tarefa, ser intencional na comunicação das boas novas do Evangelho na cultura contemporânea imersa no virtual.

O filósofo e sociólogo francês Pierre Lévy, em seu livro *Cibercultura* (1999, p.11) considera que todo esse potencial de fala que existe atualmente no mundo, com o crescimento do ciberespaço, evidencia primeiro

um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos: econômico, político, cultural e humano (LÉVY, 1999, p. 11.)

Na exploração desse novo espaço, o autor entende que surgem o cultivo de novas ideias e tendências de formar uma única comunidade mundial, ainda que desigual e conflitante. Com isso, essa pesquisa irá se valer de conceitos da antropologia missionária para enriquecer sua proposta. Lévy destaca não se tratar de uma subcultura, mas uma cibercultura “correspondendo à globalização concreta das sociedades” (1999, p. 258). E com isso, a realidade passa a considerar o virtual como uma extensão.

Em seu trabalho filosófico sobre tecnologia, observando as potencialidades e propondo novas reflexões, Pierre Lévy utiliza diversas vezes os conceitos de “ciberespaço” e “cibercultura”. O ciberespaço (ou simplesmente “rede”) é o novo meio

de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. Esse termo engloba não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o vasto universo de informações que ela abriga, assim como os indivíduos que navegam e contribuem para esse ambiente. Cibercultura, por sua vez, refere-se ao conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), práticas, atitudes, modos de pensar e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do *ciberespaço*.

Essa produção humana no mundo virtual se torna comum no século 21, sem ter como ignorar. Ainda que Lévy não seja cristão, sua filosofia da tecnologia nos desperta às possibilidades e as ofertas de mídias como um potencial à *Missio Dei*, sem necessariamente reduzir a ação das igrejas à apelos de marketing, divulgação, mobilização e entretenimento. É preciso refletir se a adesão crescente às redes sociais seria uma ação propositiva, ou reativa em relação às novas oportunidades contemporâneas de mídia. Ao considerar a *Missão de Deus*, o cristão precisa avaliar as novas possibilidades, como ainda perceber a necessidade de contextualização dos meios de propagação da mensagem imutável da Palavra de Deus. De acordo com o filósofo francês, a virtualização é mais uma percepção do que é real. Ela não possui um valor intrinsecamente bom ou ruim; em essência, trata-se de uma condição neutra, que pode gerar tanto verdades quanto mentiras, dependendo de como é utilizado.

“É aquilo através do qual compartilhamos uma realidade. Longe de circunscrever o reino da mentira, o virtual é precisamente o modo de existência de que surgem tanto a verdade como a mentira” (LÉVY, 1999, p.148).

### 1.1 Em que mundo vivemos?

No evangelho de João, capítulo 17, há o registro da oração de Jesus, onde se apresenta a compreensão de que somos enviados para que o mundo creia. Cristo pede em oração: “Não peço que os tire do mundo, mas que os protejas do maligno”. Embora, Jesus considere a ameaça do mal e rogue por proteção, Ele não espera que isso justifique um recuo da igreja ou que a paralise por se encontrar amedrontada. “Como me enviaste ao mundo, assim eu os enviei ao mundo”, diz Jesus em João capítulo 17, versículo 18. Mas que mundo é esse? Embora seja uma pergunta ampla, certo é que atualmente incorpora a tecnologia e o ciberespaço. É preciso a percepção do comportamento humano contemporâneo e sua interação com os meios

tecnológicos, e como uma pessoa pode influenciar, e ser influenciado pelo mundo virtual, uma vez que passa diariamente horas conectado.

O relatório de Visão Geral Global Digital<sup>6</sup> publicado anualmente em parceria com *We Are Social* e *Meltwater* (duas agências de marketing digital especializadas em mídias sociais com atuação no mundo inteiro), mostra que no início de 2024 o número de usuários conectados a seus celulares era de 5,61 bilhões. Mais de 66% de todas as pessoas na Terra utilizam Internet. Usuários ativos de mídia social ultrapassaram também a marca de 5 bilhões. O equivalente a 62,3% da população mundial. Esse número impressiona, pois significa que o mundo teve uma média de 8,4 novos usuários de redes sociais por segundo durante o ano passado. Ainda que o número não represente indivíduos únicos, pois alguém pode gerir mais de uma conta, a pesquisa indica que o número de pessoas que utilizam as redes sociais não deve ser muito diferente do total registrado.

Dados da Global Web Index (GWI), empresa de pesquisa de público, revelam que um usuário “típico” gasta em média 2 horas e 23 minutos por dia nas redes sociais. O que equivale a mais de um terço *online* diários. Contudo, os números variam em cada país. Vale destacar que esses dados quantificam apenas a atividade de usuários com idades compreendidas entre 16 e os 64 anos, em 53 países – o que representa aproximadamente 87% de todos os utilizadores da Internet no mundo.

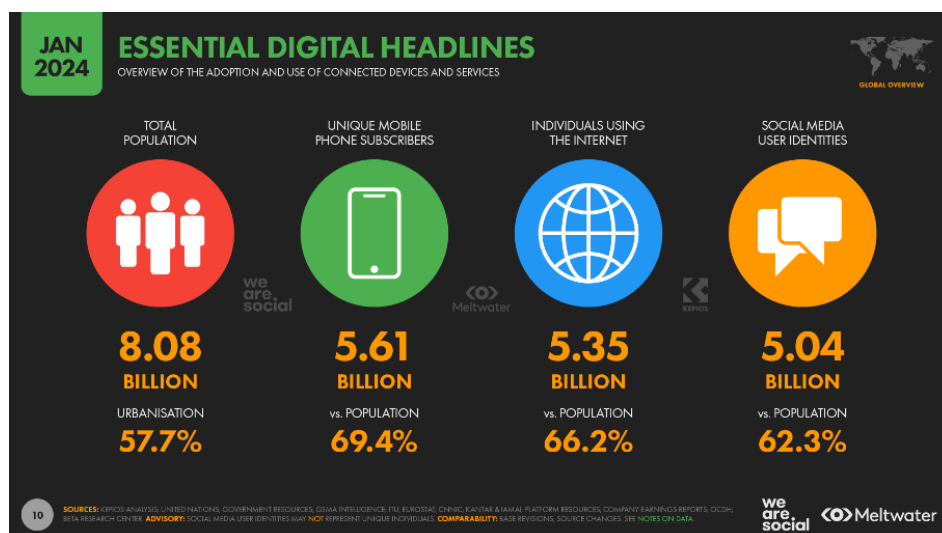


Figura 1 - Visão geral da adoção e uso de dispositivos e serviços conectados

Fonte: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

<sup>6</sup>Texto Digital. Relatório de Visão Geral Global Digital 2024 – publicado em parceria com a Meltwater e We Are Social. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em 05 set. 2024.

É importante salientar que essas médias apresentadas até aqui, se referem às redes sociais. Se for considerar ainda o tempo que uma pessoa fica conectada na internet esses números aumentam expressivamente. A pesquisa da GWI aponta que o usuário típico da Internet passa em média 6 horas e 40 minutos online todos os dias. Vale ressaltar, que nesse quesito também há diferenças entre países no que diz respeito ao tempo gasto na utilização de tecnologia conectada. Um exemplo são os brasileiros, que ocupam o segundo lugar em tempo online diário, com a média 9 horas e 13 minutos usando a internet. Atrás somente dos sul-africanos que passam em média cerca de 9 horas e 24 minutos por dia conectados.

**Brasil** - O estado do digital no país aponta que mais de 86% dos brasileiros têm acesso a internet. Já as conexões móveis celulares somam 210,3 milhões. Valor equivalente a 96,9% da população. O país tem 144 milhões de usuários nas mídias sociais. O que equivale a 66,3% da população. Há diferenças entre países no que diz respeito ao tempo gasto na utilização das redes sociais. O Brasil, por exemplo, se apresenta acima da média e ocupa o terceiro lugar com 3 horas e 37 minutos nas redes sociais. Atrás somente do Quênia e dos sul-africanos. Os usuários da internet se aproximam rapidamente do status de “supermaioria” – quando dois terços da população mundial estão online. Com isso, há um número cada vez menor de pessoas que permanecem offline.



Figura 2 - Visão geral da adoção e uso de dispositivos e serviços conectados no Brasil

Fonte: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

## 1.2 O Segundo Dilúvio

Os números que expressam o mundo virtual como um habitat cada vez mais natural e comum da população mundial, evidencia também sua potência. Pierre Lévy relata em seu livro *Cibercultura*, que durante os anos 50, o físico Albert Einstein declarou em uma entrevista que três grandes bombas haviam explodido no século 20: a bomba demográfica, a bomba atômica e a bomba das telecomunicações.

“Aquilo que Einstein chamou de bomba das telecomunicações foi chamado, por meu amigo Roy Ascott (um dos pioneiros e principais teóricos da arte em rede), de ‘segundo dilúvio’ - o das informações” (ASCOTT *apud* LÉVY, 1999, p.13).

O filósofo Lévy considera que as tecnologias das telecomunicações geraram esse ‘dilúvio’ por conta de sua natureza exponencial, explosiva e caótica de crescimento.

A quantidade bruta de dados disponíveis se multiplica e se acelera. A densidade dos links entre as informações aumenta vertiginosamente nos bancos de dados, nos hipertextos e nas redes. Os contatos transversais entre os indivíduos proliferam de forma anárquica. É o transbordamento caótico das informações, a inundação de dados, as águas tumultuosas e os turbilhões da comunicação, a cacofonia e o psitacismo ensurdecedor das mídias, a guerra das imagens, as propagandas e as contrapropagandas, a confusão dos espíritos (LÉVY, 1999, p.13).

Contudo, para Pierre Lévy, todo esse potencial também propicia a dinâmica de aceitação e ajuda mútuas, cooperação, como ainda negociações, para além das diferenças de pontos de vistas e de interesses. Ele entende que o potencial de comunicação no ciberespaço abre possibilidades de transmissões de saberes, trocas de conhecimentos, e de descobertas pacífica das diferenças. O que pode ser compreendido pelos cristãos como espaços profícuos às igrejas em missão.

Para o autor, “na aurora do dilúvio informacional, talvez uma meditação sobre o dilúvio bíblico possa nos ajudar a compreender melhor os novos tempos. Onde está Noé? O que colocar na arca?” (1999, p.14). Ele faz uso do relato bíblico para ilustrar o potencial existente no meio do caos, em que o herói bíblico construiria um pequeno mundo organizado.

O dilúvio informacional jamais cessará. A arca não repousará no topo do monte Ararat. O segundo dilúvio não terá fim. Não há nenhum fundo sólido sob o oceano das informações. Devemos aceitá-lo como nossa nova condição. Temos que ensinar nossos filhos a nadar, a flutuar, talvez a navegar. Quando Noé, ou seja, cada um de nós, olha através da escotilha de sua arca, vê outras arcas, a perder de vista, no oceano agitado da

comunicação digital. E cada uma dessas arcas contém uma seleção diferente. Cada uma quer preservar a diversidade. Cada uma quer transmitir. Estas arcas estarão eternamente à deriva na superfície das águas (LÉVY, 1999, p.15).

Pierre Lévy apresenta como hipótese o surgimento de um novo valor universal, como expressão da cibercultura, diferente das formas culturais anteriores, que se constrói na mudança de paradigma e na fragmentação, isto é, sem totalizantes.

A arca do primeiro dilúvio era única, estanque, fechada, totalizante. As arcas do segundo dilúvio dançam entre si. Trocam sinais. Fecundam-se mutuamente. Abrigam pequenas totalidades, mas sem nenhuma pretensão ao universal. Apenas o dilúvio é universal. Mas ele é intotalizável. É preciso imaginar um Noé modesto (LÉVY, 1999, p.16).

Essa virtude de um Noé “modesto” é cunhada por Lévy que dá valor à diversidade no ciberespaço, e a coletividade plural que atua e cria na cibercultura. O que implicaria à igreja, se quiser comunicar e ser ouvida, disposição para ouvir o contraditório e assim, ao saber conviver em um ambiente controverso, assegurar presença e voz para cumprir com sua vocação.

“Mas o novo dilúvio não apaga as marcas do espírito. Carrega-as todas juntas. Fluida, virtual, ao mesmo tempo reunida e dispersa, essa biblioteca de Babel não pode ser queimada. As inúmeras vozes que ressoam no ciberespaço continuarão a se fazer ouvir e a gerar respostas” (LÉVY, 1999, p.16).

O filósofo compreende a cibercultura como estímulo para novas condições e que possibilita ocasiões inesperadas para o desenvolvimento das pessoas e das sociedades, mas que não determina automaticamente nem trevas e nem a iluminação para o futuro humano. Essa aparente neutralidade do ciberespaço, como na cibercultura, em que “surgem tanto a verdade como a mentira”, ou que não há delimitações de luz e trevas à humanidade, é algo caro para Pierre Lévy. Isso porque o francês afirma que a essência da cibercultura está justamente em se ter um universal sem totalidade. Ele considera a cibercultura não possuir um centro, nem uma linha diretriz.

Para melhor ou pior, esse dilúvio não será seguido por nenhuma vazante. Devemos, portanto, nos acostumar com essa profusão e desordem. A não ser em caso de catástrofe natural, nenhuma grande reordenação, nenhuma autoridade central nos levará de volta à terra firme, nem às paisagens estáveis e bem demarcadas anteriores à inundação (LÉVY, 1999, p.163).

Tal desordem apontada por Lévy, e que chama atenção ao pintar um cenário caótico, deve demonstrar ao cristão a necessidade de um ambiente por remissão. Pierre Lévy ancora seus apontamentos no mar da relativização do pós-modernismo: “O que salvar do dilúvio? Pensar que poderíamos construir uma arca contendo ‘o principal’ seria justamente ceder à ilusão da totalidade” (1999, p.163).

Segundo Lévy, deveríamos substituir a imagem da grande arca por uma frota de arcas menores, e pensar em “uma miríade de pequenas totalidades, diferentes, abertas e provisórias [...], perpetuamente reconstruídas pelos coletivos inteligentes que se cruzam, se interpelam, se chocam ou se misturam sobre as grandes águas do dilúvio informacional” (1999, p.163). Ainda que para o filósofo francês todos tenham lugar no virtual, e participação na cibercultura, o que deve incluir a igreja, ele rechaça qualquer viés de singularidade, ou como considera “totalidade”. Para ele “[...] a chave da cultura do futuro é o conceito de universal sem totalidade” (1999, p.257).

### 1.3 Neutralidade

Ainda que a visão de Pierre Lévy considere o avanço tecnológico como mecanismo inclusivo de espaço e participação para todos, e aceite a pluralidade e o ativismo humano no virtual como meios de produção de cultura, é preciso cautela com a aparente neutralidade da tecnologia. O engenheiro e professor de ciência da computação Derek C. Schuurman, em seu livro “Moldando um Mundo Digital – Fé, Cultura e Tecnologia Computacional”<sup>7</sup>, comenta que o conceito de volição tecnológica, que envolve saber como usar a tecnologia e entender suas consequências, admite que o desenvolvimento tecnológico é moldado pela vontade humana. Ele diz:

“o fato é que a tecnologia é carregada de valores. Filósofos cristãos descreveram essa noção de maneira mais ampla declarando que a criação não apenas tem estrutura, mas também direção” (SCHUURMAN, 2019, p.25).

Schuurman, que é membro da *Association of Christians in the Mathematical Science* (ACMS), relembra Marshall McLuhan, filósofo e teórico da comunicação, em sua citação: “o meio é a mensagem”, ao sugerir que as mensagens embutidas na tecnologia não são mais importantes que qualquer conteúdo que elas possam ser

---

7 SCHUURMAN, Derek C. Moldando um mundo digital: fé, cultura e tecnologia computacional. São Paulo: Monergismo, 2019.

usadas para transmitir, antes deve-se observar seu potencial. “Isso se aplica não apenas à tecnologia computacional, mas também às tecnologias antigas como a palavra impressa, o telégrafo e a televisão”. Para o teórico, cada meio novo traz consigo uma nova maneira de pensar e olhar para o mundo. Contudo, o autor admite que não há um determinismo no futuro da tecnologia, que estaria em aberto (MCLUHAN *apud* SCHUURMAN, 2019, p.25).

É dos seres humanos a responsabilidade pelo desenrolar da tecnologia. [...] A tecnologia não é neutra; é uma atividade cultural carregada de valores em resposta a Deus que molda a criação natural. Tampouco é autônoma; é uma área na qual exercermos liberdade e responsabilidade (SCHUURMAN, 2019, p.36).

Derek Schuurman entende que o pensamento secular ocidental trocou a crença em Deus pela razão humana.

Essa crença generalizada vê a tecnologia como a salvadora da condição humana e crê que ela, cedo ou tarde, resolverá todos os nossos problemas. Esta fé e confiança no poder da tecnologia é chamada de tecnicismo (SCHUURMAN, 2019, p. 91).

O autor alerta para a necessidade dos cristãos em reconhecer que essa crença é também uma forma de religião, que irá se expressar como idolatria. Ele ainda considera como um "*tecnicismo*", intimamente relacionado com o que chama de "*informacionismo*, que é a fé no acúmulo e disseminação de informação como um caminho para o progresso pessoal e a felicidade pessoal" (2019, p. 93). Para ele, o tecnicismo refere-se à crença de que a tecnologia pode resolver todos os problemas humanos e sociais, promovendo uma visão que prioriza a eficiência e a funcionalidade. Contudo, isso pode levar a uma desumanização, onde as pessoas se tornam meros recursos dentro de sistemas tecnológicos. Schuurman atenta que esse panorama é uma forma moderna de idolatria, algo que ocorre quando se substitui a confiança no Criador pela confiança nas coisas criadas.

A compreensão cristã de Derek Schuurman reduz o brilho do otimismo de Pierre Lévy quanto à tecnologia, em que todo mundo tem espaço para falar e produzir uma cultura e vivência de um coletivo global, e remete a fala do apóstolo Paulo aos Romanos, quando diz: “Trocaram a verdade de Deus pela mentira, e adoraram e serviram a coisas e seres criados, em lugar do Criador, que é bendito para sempre” (BÍBLIA. Romanos 1:25, 2000). Todavia, se o mundo deposita suas expectativas e esperanças no que se pode produzir, cabe a igreja a atenção para não agir da mesma forma, e estar consciente dos desafios do nosso tempo.

“Ao contrário, encorajem uns aos outros todos os dias, durante o tempo que se chama “hoje”, a fim de que nenhum de vocês seja endurecido pelo engano do pecado, pois temos sido participantes de Cristo, se nos apegarmos até o fim à confiança que tivemos no princípio” (BÍBLIA. Hebreus 3:13,14, 2000).

Schuurman não nega que sites de redes sociais cresceram extraordinariamente desde que surgiram no começo do milênio. O desejo de conectar-se e relacionar-se em comunidade é um impulso criacional, mas fazê-lo por meio de um filtro eletrônico impacta a humanidade. Por motivos como esse, ele admite que existem desafios ao usar a internet para evangelismo. “Cada nova geração é chamada para aplicar uma cosmovisão bíblica às questões contemporâneas de sua época” (2019, p.117).

#### 1.4 Os Três Estágios: A Tecnologia como campo da cultura

Para a compreensão de contexto a respeito da relação entre tecnologia e cultura da sociedade contemporânea, que é delineada aqui, por essa perspectiva de Pierre Lévy, é preciso considerar que avanços tecnológicos, assim como uma reflexão filosófica sobre tecnologia, não surgem de repente. Carl Mitcham, um filósofo de engenharia e tecnologia, professor emérito de Humanidades, Artes e Ciências Sociais na *Colorado School of Mines* e Professor Visitante Internacional de Filosofia da Tecnologia na *Renmin University of China*, avalia, no prefácio do livro *Filosofia da Tecnologia*, que tal produção cresce consideravelmente e pode ser analisada em três estágios. Durante uma fase inicial, no final do século 19, a tecnologia era vista como um meio de liberação humana e uma extensão do organismo humano. Um segundo estágio emergiu já com atenção no existencialismo, e ênfase na importância da experiência pessoal. O que representou um contraste, se comparado com o primeiro estágio, em que o foco mudou da economia e da política para a vida diária e a vivência em uma cultura “tecno-material” (MITCHAM, 2018, p.20).

Um terceiro estágio na filosofia da tecnologia surge no século 20, com características distintas das fases anteriores. Houve uma mudança em direção à ênfase na educação e a um tipo de ativismo social “fragmentado” (2018, p.20). Com esse ativismo, Mitcham considera a tecnologia como uma parte cultural. “Por cultura, entendemos tudo o que é feito pela atividade humana” (2018, p.43). A compreensão

é que a atividade humana forma a base de tudo o que chamamos de cultura e história. O professor acrescenta que tanto um quanto outro referem-se à abertura de significados. “A atividade humana traz à luz o significado presente na realidade” (2018, p.55). Ora, se toda atividade tem potencial de criar cultura, e compor narrativa histórica, a Igreja pode se tornar uma presença mais significativa, com uma atuação propositiva a partir de valores bíblicos.

Perceber a presença da tecnologia no cotidiano deve conduzir à cautela de não subestimar, ou mesmo ignorar, as possibilidades do tempo presente. Além de ponderar que os novos produtores de cultura receberam uma educação que já assimila a realidade virtual. A denominada ‘Geração Y’, ou ‘*millennials*’ (nascidos entre 1981 e 1996) pertence a última linhagem dos que tiveram infância desconectada do Google<sup>8</sup>. De lá para cá, todos já nascem na era da hiperconectividade. O que reforça a necessidade de pensar a comunicação da igreja na era digital, e refletir seus impactos. Uma demanda natural para aqueles que foram chamados a comunicar a boa notícia do evangelho em todos os lugares, e em todo tempo.

O potencial humano somado a mordomia cristã traz à igreja a necessidade de ser propositiva nas suas ações. Carl Mitcham não apenas elenca os meios de comunicação, como destaca o uso intencional da tecnologia em contraste com uma postura reativa, que perde relevância.

Com cultura e história, o campo do uso de meios também entra em cena. Precisamente o fato de o ser humano agir em vez de apenas apresentar reações, determina a capacidade dos seres humanos de utilizarem meios (instrumentos, ferramentas). Também nesse quesito os humanos diferem dos animais. É em virtude de os seres humanos estabelecerem metas para si mesmos (intenções) que eles também podem escolher o emprego intencional dos meios. E se há algo que caracteriza a tecnologia é essa "característica-de-meio" que ela tem. Desse modo, fica subentendido que o conceito de "atividade" forma a conexão entre os conceitos de "cultura", "história" e "tecnologia". E o aspecto particular do conceito de "atividade" é que ele diz respeito à atividade de "destrancar-significados": alguém que age tem uma meta ou intenção. Ele sabe o que está fazendo. Isso está em contraste com reações que também podem ser significativas, mas não abrem significado porque elas carecem de intenção (MITCHAM, 2018, p.56).

Ao abordar Expectativa para o futuro – *o sagrado secular e os limites da tecnologia*, o capítulo 14 do livro *Filosofia da Tecnologia*<sup>9</sup>, apresenta ainda o

---

<sup>8</sup> Site de busca na Internet.

<sup>9</sup> VERKERK, Maarten J et alii. *Filosofia da tecnologia: uma introdução*. 1. ed. Viçosa: Ultimato, 2018.

desenvolvimento tecnológico sendo alimentado, em grande parte, por um impulso religioso. Isso porque atualmente as pessoas estariam dando sentido às suas próprias vidas. “É como se as pessoas não mais precisassem da fé em Deus. A ciência substituiu o lugar da tradição cristã, diminuindo o papel da religião. Esse foi, em parte, o resultado do desenvolvimento tecnológico” (2018, p. 360). Nesta obra o professor de Sociologia na *Lancaster University*, Bronislaw Szerszynski, considera o pensamento moderno dominado por uma visão do sagrado e do secular. Porém, o secular é visto como termo que não precisa de explicação.

O que precisa ser explicado é a religião e a religiosidade do ser humano. Isso porque ele vê esses últimos como algo especial e, inicialmente, como não racionais. Portanto, o fenômeno particular por meio do qual as pessoas atribuem valores à fé e à religião tem de ser explicado (2018, p. 367).

## 2. A MISSÃO DA IGREJA E A CULTURA

A atuação missionária da Igreja em sociedade deve apresentar a habilidade de explicar e comunicar sua fé. Isso independente do tempo ou espaço. Dado a sua convocação de ir pregar o evangelho a toda criatura<sup>10</sup>, os cristãos devem discernir se a cultura digital é hoje um ambiente que faz parte da nossa realidade. Assim, a ação cristã precisa ser pensada e praticada de forma consciente e crítica. Esse discernimento depende também da compreensão de missão, seu conceito e atividade. David Bosch, teólogo que também foi professor e chefe do Departamento de Missiologia da Universidade da África do Sul, em seu livro: “Missão Transformadora: mudanças de paradigmas na Teologia da Missão”, presume que a reflexão sobre a missão deve ser um ponto permanente na pauta da teologia. Bosch supõem ainda que pela natureza da vocação cristã, a igreja é enviada a este mundo em crise, ao mesmo tempo que este envio pode oferecer a oportunidade de “encontrar a possibilidade de ser verdadeiramente a igreja” (2021, p.19).

Ao abordar crise e os desafios para a missão, Bosch aponta três áreas: o fundamento, meta e a natureza da missão. Segundo ele, essa crise se manifesta em diversos fatores, entre os quais, elenca:

- O avanço da ciência e tecnologia e, junto com elas, o processo mundial de secularização parecem ter tornado redundante a fé em Deus; por que voltar-se à religião, se nós mesmos temos formas e meios de lidar com as exigências da vida moderna?
- Ligada ao ponto anterior está a realidade de que o Ocidente - tradicionalmente não só o lar do cristianismo católico e protestante, mas também a base de todo o moderno empreendimento missionário - está, lenta, porém firmemente, sendo descristianizado;
- Em parte por causa do fator mencionado acima, o mundo já não pode ser dividido em territórios “cristãos” e “não cristãos” separados por oceanos. Por causa da descristianização do Ocidente e das múltiplas migrações de pessoas de muitas religiões, vivemos agora num mundo pluralista em termos religiosos, no qual cristãos, muçulmanos, budistas e adeptos de muitas religiões tradicionais convivem no cotidiano. Essa proximidade com outros forçou os cristãos a reexaminar suas tradicionais visões estereotipadas dessas religiões. Além disso, os devotos de outras religiões muitas vezes mostram ser mais ativa e agressivamente missionários do que o são os membros de igrejas cristãs. (BOSCH, 2021, p.19)

No entendimento e perspectiva de Bosch, a missão é ampla e inclui a evangelização como uma dimensão essencial do propósito redentor de Deus no

---

<sup>10</sup> Bíblia. Marcos 16:15

mundo. Assim, a compreensão de missão para a igreja não deve ser algo “departamentalizado”, ou setorizado em um ministério. Antes, a missão está relacionada com a natureza da Igreja. Isso deve levar ao entendimento que a Igreja atua na história em missão, e que adapta suas estratégias e ações de acordo com o contexto histórico vivido por cada igreja local em seu tempo.

“... os acontecimentos que temos vivenciado ao menos desde a Segunda Guerra Mundial e a consequente crise na missão cristã não devem ser entendidos como meramente incidentais e reversíveis. Ao contrário, o que tem se desenvolvido em círculos teológicos e missionários durante as últimas décadas é resultado de uma fundamental mudança de paradigma, não apenas na missão ou na teologia, mas na experiência e no pensamento do mundo inteiro. Muitos de nós só estamos conscientes da crise com que nos defrontamos agora. Será, todavia, sustentado neste estudo que o que está acontecendo em nossa época não é a primeira mudança de paradigma que o mundo (ou a igreja) vivenciou. Houve crises profundas e importantes mudanças de paradigma antes. Cada uma delas constituiu o fim de um mundo e o nascimento de outro, no qual boa parte do que as pessoas costumavam pensar e fazer teve de ser redefinida. [...]. Será, ademais, proposto que tal mudança de paradigma não nos confronta – parafraseando Koyama apenas com um perigo, mas também com oportunidades. Em épocas anteriores a igreja reagiu imaginosa e a mudanças de paradigma; somos desafiados a fazer o mesmo em relação a nosso tempo e contexto.” (BOSCH, 2021, p. 20 e 21).

O professor ressalta que entre os fatores mencionados acima, têm o lado positivo com potencial de promover mudança de mentalidade, e por conseguinte de postura, que deve refletir em atitude. Uma das propostas de Bosch é que a fé cristã seja considerada intrinsecamente missionária. O cristianismo deve ser visto de tal modo, missionário por sua própria natureza, ou “nega sua própria razão de ser” (2021, p.26). Entretanto, para ele, “as duras realidades do presente nos compelem a ‘reconceber’ e reformular a missão da igreja, a fazer isso de maneira ousada e imaginativa, mas também em continuidade com o melhor daquilo que a missão foi nas últimas décadas e séculos” (2021, p.25).

## 2.1 A *Missio Dei*

Uma das premissas do livro de David Bosch é que no século passado houve uma sútil, porém, decisiva mudança no sentido de entender a missão como missão de Deus. Ele cita por exemplo, Karl Barth como um dos primeiros teólogos a articular,

a missão como atividade de Deus em 1932, durante uma apresentação de trabalho na Conferência Missionária de Brandemburgo. Porém, foi em 1952,

que a ideia (não o termo) da *Missio Dei* emergiu, pela primeira vez, de maneira clara. Compreendeu-se a missão como derivada da própria natureza de Deus. Ela foi colocada, pois, no contexto da doutrina da Trindade, não da eclesiologia, nem da soteriologia. A doutrina clássica da *Missio Dei* como Deus, o Pai, enviando o Filho, e Deus, o Pai e o Filho, enviando o Espírito foi expandida no sentido de incluir ainda outro “movimento”: Pai, Filho e Espírito Santo enviando a igreja para dentro do mundo (2021, p.467).

Para o autor, na tentativa de concretizar o conceito de *Missio Dei*, pode-se considerar que “a missão não é primordialmente uma atividade da igreja, mas um atributo de Deus. Deus é um Deus missionário” (2021, p.468). Ele faz referência a Johannes Monrad Aagaard, ao dizer que “existe a igreja porque existe a missão, não vice-versa”. Ele ressalta que o envio dos discípulos para os confins da terra em Atos 1:8 foi a única resposta que obtiveram para sua pergunta de quando o reinado de Deus seria inaugurado em sua plenitude.

Não existe, pois, a opção de engajar-se na história da salvação ou na história profana. A história da salvação não constitui uma história à parte, um fio separado que se desdobra no interior da história secular. Não há duas histórias, mas duas maneiras de compreender a história. A distinção só possui, por conseguinte, significado noético. O cristão não se preocupa com um conjunto diferente de fatos históricos, mas se utiliza de uma perspectiva diferente. O historiador secular converterá a história da salvação em história profana, enquanto que a pessoa crente verá a mão de Deus também na história secular. (2021, p.606).

Contudo, há a possibilidade de o termo *Missio Dei* ter interpretações equivocadas com o passar do tempo. Pelo menos, é o que sugere Christopher Wright, no livro *A Missão de Deus: Desvendando a grande narrativa da Bíblia*. O missiólogo compreende a expressão *Missio Dei*, “a missão de Deus”, que surge e conecta a missão com a doutrina da Trindade, e aponta um desacerto a um entendimento da expressão que

se referia apenas ao envolvimento de Deus com o processo histórico como um todo, e não a qualquer trabalho específico da igreja. A afirmação de que a missão era de Deus passou a significar que ela não era nossa! Essa teologia distorcida praticamente eliminou a necessidade do evangelismo e, portanto, passou a ser constantemente criticada – com justiça. Apesar desse uso equivocado, no entanto, podemos manter a expressão tendo em vista que ela comunica uma verdade bíblica vital (2014, p.63).

Pensar a missão a partir do conceito da *Missio Dei* permite que consigamos romper com uma abordagem iluminista, que “departamentalizou” e enclausurou a missão dentro da eclesiologia. Por isso, nosso paradigma missiológico cria uma barreira para avaliarmos novas formas de comunicação do Evangelho.

Christopher Wright também traz contribuição valiosa, quando afirma que missão é tudo o que Deus está fazendo em seu grande propósito para toda a criação e em tudo o que Ele nos chama a fazermos para cooperar com esse propósito. No livro: *A Missão do Povo de Deus: uma teologia bíblica da Missão da Igreja*, o autor considera ainda que “missão”, assim como “ciência”, possui uma amplitude conceitual genérica e a palavra “missional” pode ser tão ampla em significado quanto o termo “ciência”. “E eu sugeriria que a palavra “missionário” tenha o mesmo tipo de amplitude de possibilidades que a palavra “cientista” (2012, p.32). A respeito de “missões”, Wright pensa nas inúmeras atividades em que o povo de Deus pode se engajar, participando da missão de Deus.

Ao que me parece, há inúmeros tipos de missão, assim como há vários tipos de ciência - na verdade, é provável que haja muito mais tipos de missão. Semelhantemente, na variedade de missões que Deus confiou à sua igreja, como um todo, não é conveniente que um tipo de missão menospreze outra, por um complexo de superioridade, ou desvalorize a si mesma como uma missão não verdadeira, por complexo de inferioridade. A imagem do corpo tem uma repercussão poderosa nesse caso também (2012, p.32).

O que reforça a necessidade de conceituação e clareza no entendimento de outras expressões relacionadas à temática, a fim de melhor compreensão de nossas ações, e da responsabilidade em explicar a razão da nossa fé. A essa altura, é recomendável oferecer algumas definições, bem como palavras relacionadas, a exemplo: missionário, missional e missiológico. Definições oportunas são encontradas no livro: *A Missão de Deus*, de Wright, para além do conceito de Missão já compreendido como a “missão de Deus”

– *Missio Dei*. Fundamentalmente, nossa missão (se esta for bíblicamente definida e validada) designa nossa participação ativa como povo de Deus, a convite de Deus, segundo o mandamento de Deus, na missão do próprio Deus, realizada na história do mundo de Deus, para a redenção da criação de Deus (2014, p.20).

Por “missionário”, Wright pontua se tratar de uma palavra usada como substantivo, referindo-se às pessoas envolvidas na atividade missionária, normalmente em outra cultura. “Os missionários são tipicamente aqueles que as igrejas ou agências enviam para trabalhar na missão” (2014, p.21).

O termo “missional”, Christopher Wright classifica como um adjetivo que simplesmente denota algo relacionado à missão, ou caracterizada por ela. Ele faz um comparativo ao dizer que “missional está para missão, assim como ficcional está para ficção”. Já “missiologia”, Wright compreende ser o estudo da missão. O que incluiria

reflexão, pesquisa bíblica, teológica, histórica, contemporânea e prática. Além de utilizar a palavra “missiológico” como também sendo um adjetivo e se “estiver tratando deste aspecto teológico, ou reflexivo da missão”. (2014, p.23). Pontua-se que Christopher Wright traz uma teologia da missão centrada na cruz, e considera ser vital perceber a cruz como fator central e essencial de todos os aspectos da missão. “Portanto, a cruz foi o preço inevitável da missão de Deus. Mas é igualmente verdadeiro e bíblico dizer que a cruz é o centro inevitável da nossa missão. Toda a missão cristã flui da cruz – como a sua fonte, o seu poder e o que define o seu escopo”. (2014, p.328).

Há ainda outras compreensões, até mais formais, quanto a conceituação em missão. Michael Goheen, em seu livro: *A Missão da Igreja Hoje: a Bíblia, a história e as questões contemporâneas*, comenta que “a palavra “missão” deriva do latim = *mittere*, “enviar” e, portanto, pressupõe alguém que envia, alguém enviado, um lugar ou pessoas para os quais o mensageiro é enviado e uma tarefa a ser cumprida (2019, p.14). Ele cita ainda uma percepção mais conservadora, que com o tempo, pode-se considerar uma interpretação limitante. “Quando as palavras missão, missões, missionário, campo missionário ou missiologia são usadas hoje em muitos círculos cristãos, a ideia tradicional de expansão geográfica ainda predomina” (2019, p.13).

Contudo, entre as definições para uma nova compreensão de missão, Goheen

segue a orientação de quatro missiologistas holandeses que desejam substituir o ‘paradigma de expansão’ pelo de ‘comunicação’. Missão é a comunicação do evangelho. Já não se entende missão principalmente como a expansão geográfica do cristianismo, mas, sim, como o encargo dado ao povo de Deus em todos os lugares para comunicar as boas-novas não só com palavras, mas também com a vida e ações. Missão é testemunho de vida, palavra e ação. Colocar a “vida” antes da “palavra” e da “ação” é intencional: o evangelho é, antes de mais nada, comunicado na vida dos cristãos, tanto na vida comunal como quando eles estão espalhados pelo mundo. Fluindo do novo poder que está agindo para transformar a vida deles estarão palavras e atos que comunicam ainda mais o evangelho (2019, p.22).

Michael Goheen, que é o pastor e professor de missiologia, considera que a missão da Igreja é sempre contextual. A Igreja deve sempre apurar quais são as questões da atualidade e discuti-las. “A missiologia deve permanecer enraizada no evangelho e na Palavra de Deus. Mas também deve considerar épocas e lugares em que vive. Portanto, a missiologia variará de um lugar para o outro e de uma época para outra” (2019, p.22). Ao falar sobre realidades globais em transformação, ele

compreende a cultura em constante mudança e que a evolução tecnológica e de mídia evidencia, e traz sinais do nosso tempo, a pós-modernidade.

As mudanças tecnológicas são pura e simplesmente vertiginosas. A revolução digital, a informação e a tecnologia de mídia, a tecnologia médica e a nanotecnologia estão levantando grandes questões e mudando a face da cultura ocidental em vários sentidos. Grande parte da tecnologia entrou no rastro das correntes econômicas; por exemplo: os computadores permitem a finança global e a publicidade na mídia estimula o consumismo. No entanto, ela fez muito mais. O excesso de informação leva à desorientação, à apatia, ao tédio crônico e à sabedoria cada vez menor. Também vemos um novo espírito pós-moderno que suspeita da autoridade e das afirmações da verdade, que anseia por relacionamento, que valoriza a experiência subjetiva, que está enraizado no contexto local e que é cético quanto à certeza. Essas e outras mudanças na cultura ocidental exigem um novo olhar para nosso contexto e como ele influencia a missão no Ocidente e também além dele (2019, p.20).

Ao perceber (e admitir) a sociedade imersa nessas mudanças, os cristãos precisarão reconhecer que em todas as culturas humanas contam com um conhecimento que impacta, influencia e constrói a realidade em que vivemos. Christopher Wright aconselha no livro: *A Missão de Deus: Desvendando a grande narrativa da Bíblia*, que podemos aceitar cordialmente “a sabedoria das nações”. Contudo, pontua que isso, não significa se tratar de uma aceitação acrítica. Wright diz que assim, podemos

aprender a forma como o próprio povo responde às questões da vida, e, então, apresentar-lhe a maneira como a Bíblia lida com elas, pode ser uma forma amistosa e não ameaçadora de levar as pessoas a se interessar pela verdade mais ampla da revelação bíblica (2014, p.466).

## 2.2 Missão, Culturas e Contextos

Explicar a fé cristã e a missão da igreja não apresenta apenas a necessidade de se definir termos ligados à *Missio Dei*. Ao constatar que a missão é a missão de Deus, é preciso compreender também o campo onde se desenvolve essa missão. Portanto, a igreja vocacionada a proclamar o evangelho precisa também entender o contexto onde foi chamada para missão. Embora o foco do trabalho seja atuação e inserção da igreja diante do fenômeno das mídias digitais e redes sociais, e não uma abordagem antropológica, precisamos lembrar que cultura é também um fio condutor neste texto. Daniel Strange, especialista na relação do cristianismo com outras religiões, em seu livro: *Conectados - Relacionando sua fé com o que você assiste*, lê

e ouve, questiona ao citar nossa interação com a cultura: “Mas o que é cultura exatamente?”. Ele admite se tratar de um termo notoriamente de difícil definição.

Ao fazer uso da etimologia, Strange destaca que a palavra ‘cultura’ em sua forma original tem três sentidos com raízes no latim.

“*Colere*, que se refere a agricultura. Tem a ver com cultivar a terra para que ela produza. *Colonus*, que está ligado a ideia de habitar algo. E, finalmente, *cultus*, que se relaciona com honra e adoração” (2021, p.25).

Porém, ao considerar a Bíblia, o autor sugere uma forma mais objetiva na compreensão do termo “cultura”, e propõem refletir sobre o conceito como uma maneira pela qual se vive no mundo, e de que maneira é interpretado o que se apresenta em nosso redor. Segundo ele, “cultura são as histórias que contamos e que expressam significado acerca do mundo. [...] Cultura é a maneira como comunicamos e “vivemos” nossa cosmovisão” (2021, p.29).

De acordo com o autor, a cultura é o meio pela qual nutrimos e transmitimos o que entendemos ser importante, certo, ou errado, verdadeiro, e o que cremos a respeito de como ser feliz. Contudo, ele afirma também que nenhum de nós pode fugir da cultura quando nos aproximamos da Bíblia. Antes passa-se a enxergar a Revelação especial através de um filtro cultural específico, como lentes coloridas em um par de óculos. “[...] Ou pressuponho que estou acima da cultura, e que o meu entorno não me afeta” (2021, p.33). Para ele, a falta de autopercepção cultural pode levar alguém a não ter discernimento, e confundir evangelho e cultura, ou por ser muito rígido, ou torna-se muito flexível.

Daniel Strange entende que viver neste mundo, em parte, envolve o consumo da cultura, como também a criação da cultura. Em relação a evangelho e cultura, ele esboça um paradigma que requer maturidade cristã.

Por favor, não me entenda mal. O evangelho não é tão fluido culturalmente a ponto de deixar de ter algum significado. Deus se revela verdadeira e claramente. Ele não está situado na cultura ou limitado por ela. Ele é o Criador sem igual e distinto de tudo o que é criado. Então, apesar de nenhum cristão ser capaz de comunicar a verdade do evangelho de uma forma que não seja influenciada pela cultura, essa verdade em si pode estar acima e além da cultura. Não podemos escapar de nossa cultura, então precisamos estar cientes dela (2021, p.34).

O teólogo, missiólogo, missionário Lesslie Newbigin, em “*O Segredo Revelado: Uma introdução à teologia da missão*”, comenta que quando abordamos a respeito de ‘cultura’, estamos a nos referir a uma soma total de formas de viver que moldam a

vida contínua de um grupo de seres humanos, de geração em geração, e que também são moldadas por elas. “Estamos falando acerca de uma linguagem que lhes permite compreender, conceituar e comunicar a realidade do seu mundo; de lei, costumes e formas de organização social” (2019, p.145). Considerado uma referência no que diz respeito à missiologia e à eclesiologia, Lesslie Newbigin conecta evangelho e cultura como um relacionamento que se desenvolve constantemente dentro de um campo triangular, do qual as três pontas são a cultura local, a comunhão ecumênica – que representa o testemunho de cristãos de outras culturas, e as Escrituras Sagradas, que incorporam a revelação dada, com seu centro e com foco na pessoa de Jesus Cristo. “Em outras palavras, o teólogo ocidental contemporâneo reconhecerá plenamente a necessidade de abertura para com a cultura local e de diálogo com ela e também do diálogo ecumênico com toda a comunhão cristã” (2019, p.155). Para Newbigin,

qualquer tentativa de pregar o evangelho envolve usar a linguagem falada pelos ouvintes. Essa linguagem foi moldada pela experiência de vida deles e, por sua vez, a moldou. É a forma pela qual eles buscam entender e conferir sentido a todo o espectro da experiência humana. Ela incorpora suas convicções sobre vida e morte, sobre pecado e virtude, sobre culpa e perdão, sobre salvação e perdição, sobre alma e corpo, sobre tempo e eternidade, sobre Deus e o ser humano. Nenhuma parte da linguagem é "neutra"; ela incorpora convicções com as quais seus usuários estão comprometidos. Essas crenças não são as mesmas que as do evangelista. Apesar disso, o evangelista não tem alternativa alguma a não ser usar essa linguagem, fazendo o melhor para encontrar palavras que cheguem o mais próximo possível de criar nos ouvintes as convicções que o evangelista deseja compartilhar com eles (2019, p.148).

O missionário e pastor presbiteriano Ronaldo Lidório em seu livro: *Comunicação e cultura*, conceitua inicialmente ‘cultura’ como “todo comportamento aprendido, assimilado, avaliado e sujeito a progressos; tudo aquilo que independe de uma transmissão genética” (2014, p.37). Entretanto, ele faz uso de outra referência para agregar significado ao conceito de cultura.

De forma geral, poderíamos citar o renomado missionário-antropólogo Paul Hiebert e conceituar cultura como os sistemas mais ou menos integrados de ideias, sentimentos, valores e seus padrões associados de comportamento e produtos, compartilhados por um grupo de pessoas que organiza e regulamenta o que pensa, sente e faz (2014, p.38).

Lidório ressalta que a proclamação do evangelho está diretamente associada à compreensão cultural do povo receptor. “Não há como pregarmos um evangelho acultural, pois o alvo de Cristo ao se revelar na Palavra foi atingir pessoas vestidas com sua identidade humana” (2014, p.20).

Uma consideração importante a fazer, quanto a interpretar cultura como um potencial para a propagação do evangelho, pode ser encontrada no livro: *Cosmovisão Cristã: Como pensar as principais questões da vida à luz das escrituras*, do teólogo Felipe Amorim, que diz: “a cultura é o meio no qual a mensagem do evangelho se propaga; portanto, não existe a possibilidade de pregar a mensagem bíblica desvinculada da cultura local onde ela está sendo pregada”. Contudo, o autor ressalta que a contaminação da cultura pelo pecado fez com que a comunicação do evangelho se tornasse um desafio.

“Algumas vezes, o diálogo entre culturas diferentes é bem tenso e, em outras vezes, ele se torna quase impossível. Por isso, quando vamos comunicar o evangelho, precisamos nos preocupar com uma questão importante: a contextualização” (2022, p.37).

Amorim considera a contextualização para o evangelho uma necessidade urgente. “É preciso que fique claro que a contextualização da mensagem não significa distorção de princípios bíblicos, mas apenas uma maneira atual de apresentá-los, de tal forma que facilite a compreensão para os ouvintes do século 21” (2022, p.37).

Os pastores Ed Stetzer e David Putman no livro: *Desvendando o código missional* - Tornando-se uma igreja missionária na comunidade, consideram que a maioria dos cristãos vivem atualmente cercada por não cristãos, alguns dos quais sem qualquer memória cristã. Diante disso, a obra propõe a construção de “pontes” para estabelecer a comunicação do evangelho com as pessoas dessa cultura, e assim fazer uso da linguagem e dos meios que fazem sentido a eles. O livro ressalta que não se trata de mudança no conteúdo da mensagem, mas na forma de se comunicar.

Aqueles preocupados em alcançar pessoas seculares em nossa sociedade cada vez mais pós-cristã precisam recuar e compreender o cenário cultural do nosso campo missionário. [...] O evangelismo se resume a falar de Jesus às pessoas; fazer missões trata de compreender seu público antes de compartilhar o evangelho com ele (2018, p.18).

Stetzer e Putman ressaltam que não basta a compreensão do pensamento missiológico, é necessário o compromisso de aplicar também o pensamento missional.

Embora a missiologia em si preocupa-se com o estudo sobre missões e suas metodologias, o pensamento missional se concentra no fazer missões em todos os lugares. [...] Devemos perguntar: como podemos ensinar nossos líderes a ir além da tentativa de reciclar e de reproduzir modelos de cultura eclesial e seguir em direção a uma estratégia mais bíblica e missional em cada um de seus contextos culturais específicos? (2018, p.19).

De acordo com eles, é preciso reconhecer que há barreiras culturais, e não apenas espirituais, que impedem as pessoas de entender o evangelho. “Nossa tarefa é encontrar o modo correto de superar essas barreiras culturais sem desconsiderar os obstáculos espirituais e teológicos” (2018, p.21).

Ao abordar sobre cultura, os pastores consideram ainda a relação ‘tempo-espaço’. Isto é, perceber onde anunciamos o evangelho, e quando anunciamos o evangelho.

Usaremos o termo ‘pós-modernismo’ para nos referir à mudança cultural ocorrida em nossa sociedade. [...] Contudo, até que haja um novo termo, simplesmente reconhecemos que o mundo mudou e que vivemos num mundo que passou da era moderna para outra que é ‘pós’ (2018, p.23).

Segundo eles, muitos amam suas preferências e estratégias pessoais mais do que àqueles que Deus as chamou para alcançar.

Nosso propósito, portanto, consiste em ir ao encontro dessa nova expressão de vida, cultura e valores e enfrentar um desafio fundamental: aprender a pensar sobre [nossa] cultura em termos missionais. [...] Os evangélicos têm enfrentado dificuldades para responder a essas novas realidades; eles encontram razões para não o fazer. É importante notar que a transição para o pós-modernismo não ocorreu em toda parte — ainda não atingiu muitos na cultura da igreja porque a cultura da igreja funciona como um escudo protetor que não se deixa perturbar pela música, pela literatura e pelos valores da cultura secular (2018, p.24).

Ao explicar a proposta do livro, os autores afirmam que desvendar o código missional significa enxergar aqueles que não frequentam a igreja. “Nossa diversidade cultural crescente requer uma igreja ao alcance de cada grupo identitário, segmento populacional e ambiente cultural se quisermos ser fiéis à Grande Comissão” (2018, p.28). Para isso, os autores Stetzer e Putman afirmam que a igreja precisa compreender que a realidade atual aponta para uma igreja global e local ao mesmo tempo.

Não é possível trazer crescimento a uma igreja fiel à Bíblia sem amar as pessoas e pregar o evangelho. Contudo, amá-las significa compreendê-las e comunicar-se com elas. Pregando o evangelho significa proclamar um evangelho sobre a Palavra que se tornou carne — e proclamar que o corpo de Cristo deve se encarnar em toda expressão cultural (2018, p.31).

### 3. A COMUNICAÇÃO DA IGREJA NA CIBERCULTURA

Entender o imperativo de Jesus para fazer discípulos de todas as nações, anunciar o evangelho aonde estamos, encarnar a missão, ser fiel ao chamado e a vocação natural cristã, e ter habilidade para explicar sua fé, requer ainda compreender a relevância da comunicação para a igreja, e observar as responsabilidades da comunidade dos discípulos de Jesus que pondera sobre onde, quando, e como atuar no anúncio do evangelho. O que inclui examinar a própria história da igreja e perceber a vanguarda quanto ao uso da tecnologia para o anúncio do evangelho. A Bíblia nos aponta que Deus escolheu o tempo e o lugar no qual vivemos. “De um só fez ele todos os povos, para que povoassem toda a terra, tendo determinado os tempos anteriormente estabelecidos e os lugares exatos em que deveriam habitar” (BÍBLIA. Atos 17:26, 2000). Dessa forma, o cristão deve ter um olhar redimido do tempo, como também da tecnologia, e assim ter uma visão sistêmica de mundo que possibilite convergir tudo à missão de Deus, o Senhor da igreja.

O anúncio da Palavra de Deus sempre se utilizou da tecnologia de sua época. O pastor, e pedagogo, Igor Miguel exemplifica ao observar que o povo de Deus sempre prezou pelo registro escrito de sua trajetória relacional com o Senhor, “graças à tecnologia da escrita alfabética desenvolvida pelos fenícios”. No livro: *Teologia na era da Internet*, que conta com artigos de diversos autores, aborda as novas relações virtuais e os desafios à fé cristã, Igor Miguel comenta: “O Cristianismo, particularmente, expandiu-se, em muito, sob orientações apostólicas e cartas (epístolas) que circulavam amplamente pelo mundo antigo” (2018, p.102). Ele pontua que:

na Idade Média os debates teológicos mantinham-se basicamente restrito aos círculos intelectuais, monastérios e tal prática persiste até que, com a revolução da imprensa e a revolução cultural e intelectual produzida pela Reforma e o movimento renascentista, textos impressos se tornem grandes disseminadores de ideias (2018, p.103).

Essa ideia de que os cristãos eram vanguardistas quanto ao uso da tecnologia a serviço da missão, em especial na Reforma Protestante, é compartilhada por Moisés Sbardelotto, doutor em Ciência da Comunicação. Em seu livro: *E o Verbo se fez rede*, ao observar a interface entre o contexto eclesial e o socio comunicacional, ele considera que as instituições religiosas atualmente se defrontam com um fenômeno

histórico que encontra paralelo semelhante no período do século XVI. Para Sbardelotto, “com o avanço da midiatização em suas especificidades digitais, podemos dizer que as igrejas se defrontam com uma verdadeira ‘Reforma digital’ no ambiente sociocultural” (2017, p.41).

Sbardelotto complementa:

Logo após a Idade Média, diversas reformas religiosas ocorreram por toda a Europa, tendo como base a insatisfação com as atitudes da Igreja Católica e o seu distanciamento em relação aos princípios do Evangelho. O principal movimento de Reforma teve início com o então monge católico alemão Martinho Lutero. Em 1517, ele publicou suas "95 teses", possivelmente na porta da Igreja do Castelo de Wittenberg, protestando contra diversos pontos da doutrina da Igreja Católica, propondo uma reforma no catolicismo romano. Graças também à nascente imprensa, tais teses se espalharam muito rapidamente por toda a Alemanha, desencadeando uma controvérsia teológica que foi muito além do que o próprio Lutero pensava e pretendia (Pontifício; Federação, 2015) (2017, p.41).

O pastor e teólogo, Michel Augusto, que também colabora no livro: *Teologia na era da Internet*, ao citar o nascimento da imprensa, explica que comunicação é uma necessidade básica humana. O termo vem do latim ‘*communis*’, comum, o que introduz a ideia de comunhão, comunidade.

De Gutenberg a Zuckerberg, a comunicação do Evangelho ganhou dimensões extraordinárias. A impressão especializada instrumentalizou o avanço do Evangelho, e conseqüentemente, da educação. Com Zuckerberg, o fenômeno do Facebook e de todas as mídias auxiliares possibilitaram o avanço da proclamação e da reflexão teológica, outrora restrita à academia teológica. Esse fator potencializou o ofício do sacerdócio universal do Corpo de Cristo, mas tornou-se alvo de preocupação em detrimento do excesso de individualismo, juntamente com o fenômeno do desigrejamento. Junta-se a isso a falta de zelo e habilidade de muitos pregadores midiáticos quanto à pregação e sua aplicação ao ouvinte pós-moderno (2018, p.195).

Existe a tensão de se manter cautela e um espírito crítico, mas que não exige a igreja de ir testemunhar o evangelho em todos os lugares e tempos. Anunciar a Palavra que não muda envolve acomodar a mensagem para entendimento em cada época – o que podemos considerar como contextualização. Jonas Rezende, pastor presbiteriano, graduado em Teologia e Filosofia, defende em seu livro “*Uma investigação teológica da comunicação*”, que os recursos e métodos de interpretação utilizados para ler a Bíblia são carentes de contínuas reformulações e transformações. “A história nos ensina que a vitalidade de nossa comunicação se escuda justamente na disposição de atualizar as formas” (2013, p.18).

De acordo com Rezende, a experiência mostra que a mensagem cristã, ou mesmo qualquer outra mensagem, ganha maior eficiência na proporção em que a situação dos

interlocutores, seu “status” e a própria mensagem estiverem inseridos no mesmo contexto cultural. Para o pastor, a comunicação da mensagem cristã deveria ter mais atenção das comunidades. Segundo ele, as palavras cansam, envelhecem e morrem, e diz: “meu próprio vocabulário precisa ser continuamente revisado e enriquecido, para não se tornar um dialeto inútil, incapaz de comunicar” (2014, p.91).

Jonas Rezende destaca que não se trata apenas do risco de a igreja ter uma comunicação ruim, ou ineficiente. Isso porque a igreja não apenas se encontra na posição de comunicadora, como também está sujeita a críticas de seus potenciais ouvintes. “O Evangelho expõe a Igreja e sua mensagem viva é aberta às mesmas críticas a que estão sujeitas as outras instituições que fazem parte da estrutura estática da sociedade. Acontece também o contrário” (2014, p.76). Ele também destaca as dificuldades naturais em uma comunicação entre pessoas diferentes, de credos diferentes, e de gerações diferentes.

É o diálogo que se perde em milhares de monólogos desconexos. Todos falam e ninguém se entende. [...] Atinge-me o constrangimento de uma distância cada vez maior entre as chamadas velha e nova gerações ou nova e velha mentalidades. [...] Nunca os adultos foram tão ferozes na defesa de seus pontos de vista. E jamais os jovens desejaram tanto o afirmar a legitimidade de seus próprios pensamentos, o direito de descobrir seus caminhos (2014, p.77).

Na obra “*Teologia e Comunicação: corpo, palavra e interfaces cibernéticas*”, dos autores Fernando Altemeyer Junior e Vera Ivanise Bombonato, ambos com doutorado em Ciências Sociais e em Teologia Dogmática respectivamente, trazem a necessidade de contextualização da mensagem para a promoção do diálogo e comunicação saudável da igreja, e dos cristãos. Ao considerar todo potencial tecnológico a disposição hoje, eles apontam que é preciso pensar o modelo da comunicação dialógica não presencial. “O ciberespaço é a dimensão social em que se realiza este novo modelo de comunicação, através de chats, e-mail, teleconferências, listas de discussão, etc...” (2011, p.151). O que vai desdobrar em novas formas de atuar na evangelização contemporânea.

Os autores destacam que mais do que utilizar as ferramentas disponíveis nas redes sociais, demonstrando um objetivo quase que somente operacional, ou em como o cristão – de maneira individual, deve lidar com a cultura *on-line*, eles ressaltam a importância de estudar a comunicação.

Especialmente em seminários ou para estudantes de teologia, a comunicação deveria ser uma das disciplinas obrigatórias e de igual valor a muitas outras! É urgente a superação de conceber a comunicação como algo a se preparar para “usar o equipamento”. Há um discurso mais profundo a ser feito que inicia com a comunicação, no seu sentido antropológico, cultural e social que deve levar à compreensão de que há novas formas de relações entre atores sociais e práticas midiáticas. Há uma nova maneira de “fazer religião”, no contexto da midiatização das práticas sociais (2011, p.158).

### 3.1 A Pandemia e uma igreja reativa

A urgência quanto a necessidade de contextualização da mensagem, apontada em diferentes obras, de certo modo evidencia que a igreja precisa recuperar a vanguarda no uso da tecnologia como instrumento de evangelização, e a serviço da Missão. Até 2019 igrejas podiam divergir (entre tantos critérios plurais) por sua adesão, ou não, às tecnologias e as redes sociais. Porém, com o advento da pandemia da COVID-19<sup>11</sup> se constatou que muitos preconceitos e resistências de algumas organizações religiosas com o ciberespaço desapareceu, literalmente, da noite para o dia. O milagre?! A aparição de decretos municipais e estaduais impondo às igrejas fecharem suas portas e proibindo as realizações de cultos presenciais. O pastor Alcimar Santos, no capítulo que escreve no livro “A Igreja do Futuro e o futuro da Igreja”, aborda a mudança de paradigma.

É fato que várias igrejas no período pré-pandemia já utilizavam os recursos das ferramentas digitais. Mas essa presença ainda não era tão forte e abrangente, ao menos para grande parte das igrejas de médio e de pequeno porte. Contudo, neste período pandêmico o uso destas ferramentas se tornou mais do que necessário – e, porque não dizer, obrigatório (2021, p.75).

O modo como cada igreja reagiu às restrições e limitações causou reflexo em suas memórias que aguardaram por meses até poderem se reunir novamente. Além da percepção da desistência de muitos em retornar, e do abandono de membros para outras comunidades. Para evitar a piora desse distanciamento houve uma adesão pelas transmissões dos cultos *on-line* de praticamente todas as comunidades religiosas.

---

<sup>11</sup> COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, na China. A doença é caracterizada por sintomas como febre, tosse, dificuldade para respirar e, em casos graves, pode levar à pneumonia e morte. A COVID-19 se espalhou rapidamente pelo mundo, resultando em uma pandemia declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020.

Subitamente, sem que houvesse o devido preparo, devido às restrições, protocolares de isolamento social impostas pelos governos, acima de tudo pelo poder de contágio e letalidade do vírus, os cultos e reuniões presenciais foram proibidos, e as igrejas foram catapultadas para a virtualidade. Na realidade, elas foram obrigadas a migrar para a virtualização. Essa era uma questão de sobrevivência: ou buscava uma adequação a essa nova realidade imposta por esse momento histórico, ou corria-se o risco de não sobreviver (2021, p.74).

No entanto, é preciso atentar que o uso e o gosto de igrejas pelas redes sociais foi algo reativo e não propositivo. O que pode indicar que partimos para um novo campo por necessidade e não em missão. Todavia, Alcimar Santos compreende que a virtualidade é tanto uma realidade, como necessidade no mundo pós-pandemia.

As lideranças ministeriais e leigas da igreja deste início de milênio devem compreender que estamos inseridos decisiva e definitivamente num novo tempo, e esse novo tempo impõem a participação das igrejas no mundo da virtualização. [...] em termos de religião e fé, é impossível conceber a igreja deste período e do futuro sem a virtualização (sem ferramentas digitais). Num mundo pós-pandemia, fé e virtualização andarão de mãos dadas (2021, p.76).

O pastor pontua que a igreja de Jesus precisa compreender o seu tempo, e fazer uso de ferramentas disponíveis da maneira mais eficaz possível. “Não há como escapar e negar isso: a igreja evangélica tem um grande campo evangelístico pela frente, e ele se situa no contexto da virtualização” (2021, p.77). A pandemia de COVID-19 efetivou e acelerou o incremento tecnológico e a utilização das mídias digitais no contexto da religião e da fé, e agora precisa seguir a anunciar e testemunhar o evangelho. Isso não implica em convencer a igreja a apenas estar presente no ciberespaço, mas conscientizar de seu papel como um dos atores da cibercultura, e ser relevante e compreensível em um mundo com várias distrações e participantes.

Como diz um antigo cântico: ‘Quer nas lutas, quer nas provas, a Igreja sempre (está) caminhando!’. Sim, a igreja permanece viva e ativa e continua caminhando. Seja presencialmente, seja usando a virtualização, ela continua seguindo em frente (2021, p.91).

Ao escrever para a igreja de Éfeso, o apóstolo Paulo recomenda o discernimento para aproveitar cada momento oportuno.

“Tenham cuidado com a maneira como vocês vivem; que não seja como insensatos, mas como sábios, aproveitando ao máximo cada oportunidade, porque os dias são maus. Portanto, não sejam insensatos, mas procurem compreender qual é a vontade do Senhor” (BÍBLIA. Efésios 5:15-17, 2000).

O professor e pesquisador no Laboratório de Política, Comportamento e Mídia da Fundação São Paulo (LABÔ/PUC-SP) - Davi Lago, afirma na obra: *Raízes de um evangelho integral*, que as redes sociais podem ser entendidas enquanto vivência

cultural. Para ele, a missão cristã inclui o discernimento da cultura. “As redes sociais podem ser compreendidas como um campo da missão. Ou seja, em vez de considerar as redes sociais mera ferramenta, é possível considerá-las como um local específico”, comenta (2021, p. 258).

Lago entende ser perceptível que com avanço tecnológico, as redes sociais passaram a conectar sujeitos, grupos, organizações, nações, e que impulsiona todo tipo de atividade: seja cultural, política, comercial, educativa ou religiosa. “Pensar, portanto, sobre o testemunho cristão nesse contexto é um exercício de discernimento bíblico essencial para a igreja contemporânea” (2021, p. 257). O pesquisador cita ainda “O Compromisso da Cidade do Cabo”, fruto do Terceiro Congresso Lausanne sobre Evangelização Mundial, realizado na África do Sul, em 2010, para defender a ideia de que as redes sociais podem ser ferramentas para o anúncio do evangelho. Além de reafirmar que o amor de Deus leva o cristão a fazer o “evangelho conhecido entre todos os povos e culturas em todo lugar”.

Davi Lago expressa:

renovamos nosso compromisso, inspirado desde o seu início pelo Movimento de Lausanne, de usar todos os meios possíveis para alcançar todos os povos com o evangelho [...] Sem dúvida, as redes sociais se destacam no mundo contemporâneo entre esses “meios possíveis” para se comunicar o evangelho: não por acaso também são chamadas de “mídias sociais”. Vale lembrar que a palavra “mídia” remonta ao latim *medius* = meio. De fato, a ampla tradição evangélica sempre fez uso aberto dos meios de comunicação disponíveis para anúncio do evangelho, do uso da imprensa de Gutenberg pelo movimento luterano à estruturação de sociedades bíblicas calvinistas, da utilização intensa da rádio pelos evangelistas pentecostais as transmissões televisivas ao vivo das cruzadas de Billy Graham. Não é diferente nesta era de mídias sociais (2021, p. 258).

O Movimento de Lausanne publicou “Relatório sobre o Estado da Grande Comissão”<sup>12</sup>, no primeiro semestre de 2024, que compartilha percepções de mais de 150 especialistas em missões de diversos países, e lança luz sobre como a igreja pode obedecer à Grande Comissão de Jesus no tempo presente. O relatório admite que a tecnologia digital mudou fundamentalmente o mundo, com o virtual moldando grandes porções da vida. Segundo o próprio documento, “a maior parte do mundo vive agora na era digital. Conexões, influência e ideias originam-se tanto, se não mais, da mídia digital do que das relações pessoais”. A pesquisa do Movimento Lausanne

---

<sup>12</sup> Texto digital. Relatório de Status da Grande Comissão. Disponível em <https://lausanne.org/pt-br/report>. Acesso em 05 set. 2024

pontua que no último meio século, grande parte do mundo evoluiu de um mundo pré-tela para um mundo saturado de telas. “Os jovens passam mais tempo online do que pessoas de qualquer outra geração. Em geral, o tempo médio diário global de tela é de 6h37min e está aumentando”.

Outro destaque do relatório de Lausanne é o desenvolvimento da Web 3.0, que considera representar uma mudança fundamental na tecnologia e na ideologia em direção à descentralização, transferindo o poder para o indivíduo. A afirmação vai ao encontro a perspectiva de Pierre Lévy, onde a Web 3.0 apresenta um modelo descentralizado, em que os usuários não só consomem e criam, como também são proprietários, e influenciam a rede descentralizada e controlam seus próprios dados. O que transfere propriedade e poder para o indivíduo. Até então, o formato inicial da internet fora concebido para permitir a leitura de informações com pouca interação. A etapa seguinte, ou a Web 2.0, permitiu que usuários consumissem e criassem conteúdos gratuitamente em espaços projetados de empresas de tecnologia. Contudo, o presente privilegia o conteúdo e interação pessoal, individual.

Saber que devemos manter a mensagem, obedecer ao chamado de ser testemunhas até os confins da terra, e que apenas algumas formas de anunciar esta mensagem do evangelho devem ser atualizadas não esgota o assunto da missão da igreja para o presente. O pastor e missionário, Ronaldo Lidório comenta em seu livro: *Comunicação e Cultura*, que a percepção do profundo valor da comunicação como elemento facilitador busca por ser ao mesmo tempo inteligível, ético e que aproxime.

Quando Hesselgrave (1984) afirma que contextualizar é tentar comunicar a mensagem, o trabalho, a Palavra e o desejo de Deus de forma fiel à sua revelação, de maneira significativa e aplicável nos diferentes contextos, culturais ou existenciais, ele expõe um desafio à Igreja de Cristo: comunicar o evangelho de forma teologicamente fiel e, ao mesmo tempo, humanamente inteligível e relevante. Essa talvez seja o maior desafio de estudo e compreensão quando tratamos da evangelização em contexto intercultural (2014, p.13).

Percebe-se na obra de Lidório a preocupação de falar com aqueles que não conhecem o evangelho, de modo a não utilizar jargões e estilos próprios e particulares da religião. Contudo, ao apontar a contextualização como algo inerente à comunicação e anúncio da Palavra de Deus, ele pontua alguns riscos.

O primeiro perigo, que é impositivo, tem sua origem na natural tendência humana de aplicar a outros povos sua forma adquirida de pensar e interpretar, prática essa realizada em grande escala pelos movimentos imperialistas do passado e do presente, bem como por forças missionárias que entenderam

o significado do evangelho apenas dentro de sua própria cosmovisão, cultura e língua (2014, p.19).

Ao considerar a cibercultura, devemos ter em mente a pluralidade de atores que produzem cultura no mundo virtual, e que a imposição apenas torna a mensagem, como a própria igreja, incompreensível. Lidório compartilha do pensamento de David Bosch, ao afirmar que o valor do evangelho, em razão de proclamá-lo, está totalmente associado à compreensão cultural do povo receptor. “Não há como pregarmos um evangelho ‘acultural’, pois o alvo de Cristo ao se revelar na Palavra foi atingir pessoas vestidas com sua identidade humana” (2021, p. 20).

Outro perigo apontado por Lidório é quanto a um pragmatismo. Segundo ele, nesse caso assume uma abordagem apenas prática na contextualização, baseado mais em resultados do que em fundamentos teológicos. Para Lidório, é preciso cautela, pois nem tudo que é funcional é bíblico. “No afã de parecermos simpáticos ao mundo - como a Igreja em Atos 2, esquecemos que a mensagem bíblica confrontará as culturas, mostrará o pecado e clamará por transformação através do Cordeiro” (2014, p.21). O missionário ressalta que se deve perceber que a contextualização não possui valor em si. Antes, seu valor é proporcional ao conteúdo a ser contextualizado.

Apesar de pontuar alguns “perigos” à contextualização da Palavra de Deus para comunicação a outras culturas, como na cibercultura, destaca-se o discernimento que tais riscos não são impeditivos, apenas advertências, ao entender que a mensagem do evangelho precisa ser compreendida ao que ouve. A segurança para seguir intencionalmente e testemunhar o evangelho até os confins da terra, está na própria natureza das Escrituras Sagradas, como ‘supra cultural’ e ‘trans temporal’. Ronaldo Lidório destaca que:

Embora a Palavra de Deus revista-se de aspectos históricos e culturais, uma vez que é revelada por Deus ao homem em determinado contexto histórico e cultural, ela é supra cultural por estar acima da cultura e explicá-la, sendo, assim, aplicável a todas as línguas e culturas em todas as gerações. Por isso podemos dizer que a Palavra é suficiente para comunicar a verdade de Deus a todo homem, em todas as culturas e em todos os tempos (2014, p. 23).

O conceito é também compartilhado pelo teólogo e missionário Darrell Guder, que traz a expressão “*o evangelho está sempre à nossa frente*”, em seu livro “*Sejam minhas testemunhas: a missão, a mensagem e os mensageiros da igreja*”, ao considerar a natureza eterna da Palavra de Deus.

Dizer que o evangelho é “mais” do que já sabemos dele, dizer que ele está “à nossa frente”, é confessar a nossa fé de que o Espírito Santo tem recursos para a comunicação do evangelho que nós ainda não começamos a explorar. É, ao mesmo tempo, nossa certeza de que o significado pleno do que Deus já fez em Cristo é maior do que já descobrimos que significa (2023, p. 85).

Ele destaca que os cristãos são chamados a servir como testemunhas de Cristo em todos os cenários históricos e que não devem haver limites para a propagação desse testemunho. Segundo Guder, temos um chamado comum para encarnar o evangelho uns para os outros e, assim, para o mundo. Contudo, faz um alerta de que:

“há uma séria falta de comunicação entre as formas tradicionais e as formas mais recentes de ministérios, e assim ambos os lados atribuem estereótipos um ao outro, o que serve apenas para prejudicar a causa de Cristo e dividir ainda mais a comunidade cristã” (2023, p.165).

Na obra “Missão Transformadora”, David Bosch aborda também a missão como contextualização.

Um argumento básico deste livro tem sido, desde seu princípio, que a mensagem missionária da igreja cristã se encarnou na vida e no mundo das pessoas que a aceitaram. Mas faz só pouco tempo que essa natureza essencialmente contextual da fé foi reconhecida. Durante muitos séculos, todo desvio do que era declarado por qualquer grupo como sendo a fé ortodoxa era visto como heterodoxia, inclusive como heresia [...] não se reconhecia o papel de fatores culturais, políticos e sociais (2021, p. 503).

De acordo com Bosch, “a fé cristã jamais existe senão como “traduzida” para dentro de uma cultura” (2021, p. 535). A relação entre a mensagem cristã e a cultura é criativa e dinâmica, como também “repleta de surpresas”. Certo é que o cristão é vocacionado a comunicação da sua fé. Neste momento da história é necessário discernimento à cultura digital, sendo preciso considerar um chamado a assumir o ambiente virtual como as novas fronteiras da missão.

Para David Bosch,

só podemos fazer justiça à nossa elevada vocação se reconhecemos a presença tanto do perigo quanto da oportunidade e executamos nossa missão dentro do campo de tensão engendrado por ambos. Sugiro, então, que a solução para o problema apresentado pela atual falta de fibra não reside numa simples volta a uma consciência e uma prática missionárias anteriores. Apegar-se às imagens de ontem proporciona consolo, mas não muito mais do que isso. E uma respiração artificial produzirá pouco além da aparência ou ilusão do retorno à vida. A solução também não reside em abraçar os valores do mundo contemporâneo e tentar responder a qualquer coisa que um indivíduo ou grupo particular resolva chamar de missão. Necessitamos, antes, de uma nova visão para sair do atual impasse rumo a uma espécie diferente de envolvimento missionário – o que não precisa significar que joguemos fora tudo o que gerações de cristãos fizeram antes de nós. [...] Hendrik Kraemer [1959 – 1970] disse que tínhamos de reconhecer uma crise na missão, até um “impasse”. Ainda assim, disse ele, “não nos encontramos no fim da missão”; “encontramo-nos”, antes, “nitidamente no fim

de um período ou uma era específica da missão, e quanto mais claramente percebermos e aceitarmos isso de todo o coração, tanto melhor". Somos conclamados a uma nova "tarefa pioneira que será mais exigente e menos romântica do que os feitos heroicos da era missionária passada (2021, p. 25).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pierre Lévy ao apresentar seu conceito de ciberespaço, assim como de cibercultura, apresenta uma sociedade sem totalizantes, sem dominantes, descentralizada, onde não assegura um discurso único, quer seja político, ideológico ou religioso. Antes, implica em um ambiente plural e que garante a participação de diversos atores sociais. O que deve ser entendido como uma premissa que legitima entre essas vozes, a comunicação da Igreja. De acordo com o filósofo francês, na obra “Cibercultura”, a “chave da cultura do futuro” está justamente nesse conceito universal sem totalidade.

Eis o ciberespaço, a população de suas comunidades, a ramificação entrelaçada de suas obras, como se toda a memória dos homens se desdobrasse no instante: um imenso ato de inteligência coletiva sincrônica, convergindo para o presente, clarão silencioso, divergente, explodindo como uma ramificação de neurônios (LEVI, 1999, p.260).

Toda essa diversidade do mundo virtual não deve significar à igreja, uma comunicação que se limita a publicar horários de cultos nas redes sociais, ou mesmo divulgar eventos, além de postar a programação da instituição. Antes, a voz da igreja deve ser à pregação do evangelho. Trata-se da Igreja iluminar um mundo obscuro, e fazer a diferença onde suas possibilidades alcançarem. Assim, como o sal tempera os alimentos. Embora não tenha uma perspectiva cristã, Pierre Lévy alimenta a expectativa da cibercultura ser um ponto de encontro e respostas à humanidade. “De forma completamente diferente, a ciência, as religiões universais abrem lugares virtuais onde a humanidade encontra-se consigo mesma” (1999, p.257). Segundo ele, a cibercultura tende a formar uma comunidade mundial, ainda que seja desigual e conflitante.

Conectadas ao universo, as comunidades virtuais constroem e dissolvem constantemente suas micrototalidades dinâmicas, emergentes, imersas, derivando entre as correntes turbilhantes do novo dilúvio (LEVI, 1999, p.259).

Na obra “Como reconquistar o Ocidente para Cristo”, o pastor Tim Keller considera a cultura digital como o agente que mudou radicalmente a sociedade, em um nível fundamental. “A tecnologia não apenas transmite as narrativas e crenças da modernidade secular, mas também muda nosso modo de formar ideias” (2023, p. 14). Contudo, a fé cristã se expressa no exercício do anúncio da Palavra de Deus, por vocação e propósito natural do cristão, e da Igreja. No livro “Pregação: Comunicando

a fé na era do ceticismo”, Keller considera que a pregação tem dois objetivos básicos em vista: a Palavra e o ouvinte humano.

A pregação não deve ser uma performance humana que meramente entretém, tampouco deve ser uma seca recitação de princípios. A eloquência espiritual deve decorrer do amor quase desesperado do pregador pela verdade do evangelho e pelas pessoas para quem a aceitação da verdade é uma questão de vida ou morte (KELLER, 2017, p. 16).

Tim Keller ressalta que somos seres socioculturais e nossas motivações centrais são marcadas pelas comunidades humanas nas quais estamos inseridos. “[...] cabe-nos convidar as pessoas e atraí-las por meio de aspirações de sua cultura, chamando-as para que venham a Cristo, a verdadeira sabedoria e a verdadeira justiça, o verdadeiro poder e a verdadeira beleza” (2017, p.21). Afirmção que só reforça a hipótese desta pesquisa, que é verificar se a igreja pode aceitar ou compreender a tecnologia como uma nova fronteira do campo missionário, ainda que por meio de algoritmos, e de modo intencional ser compromissada na comunicação das boas novas do Evangelho na cultura contemporânea imersa no on-line.

Para Pierre Lévy a cibercultura cria condições e que possibilitam ocasiões inesperadas para o desenvolvimento das pessoas e das sociedades, “mas que elas não determinam automaticamente nem as trevas nem a iluminação para o futuro humano” (1999, p.18). É preciso a intencionalidade da Igreja nessa nova dimensão da realidade contemporânea. O pastor Tim Keller comenta que não houve texto que o apóstolo Paulo pregara que não fosse sobre Jesus, “não meramente como um exemplo a seguir, mas como um salvador” (KELLER, 2017, p.17). Estar ciente da cibercultura dá condição de saber como a igreja deve se posicionar. Segundo Keller, as pessoas não compreendem um texto até que vejam como ele se relaciona à sua vida. “Isso significa não apenas informar a mente, mas também capturar o interesse e a imaginação do ouvinte persuadindo-o ao arrependimento e à ação” (KELLER, 2017, p.22).

Assimilar as novas possibilidades, ousar em interpretá-las como oportunidades, compreender “novas realidades”, ou novas dimensões da realidade, sem perder de vista a *Missio Dei*, assim como as definições de missão, missões, entre outros termos encontrados com facilidade na linguagem eclesial, mas um tanto negligenciado em sua reflexão, e por vezes em sua *práxis*, não é algo simples, ainda sim, está (ou deve estar) na pauta da igreja. Uma dúvida honesta que pode surgir diante de todas as

informações e circunstâncias apresentadas, é: Como fazer todas essas coisas acontecerem? Keller faz o exercício de sintetizar no final do primeiro capítulo do livro “Pregação”, o que deve ser percebido na disposição da igreja, como também de todo cristão: “[...] pregamos Cristo. Pregando fielmente o texto e sempre o evangelho, estabelecendo uma conexão com a cultura e alcançando o coração, cooperando com a missão do Espírito no mundo – assim pregamos Cristo em toda a Escritura” (KELLER, 2017, p.24).

O paradoxo de ser flexível em sua forma, e seguro quanto ao conteúdo, demonstra a personalidade e maturidade da igreja, com uma postura que opera de modo imanente, ainda que anuncie uma mensagem transcendente, e com isso, rompe paradigmas. David Bosch corrobora no livro *Missão Transformadora*, ao descrever princípios que operam ao mesmo tempo na atuação da igreja.

Existem aqui dois princípios em ação, diz Walls (1982b), e eles operam simultaneamente. De um lado, encontra-se o princípio "indigenizante", o qual afirma que o evangelho está em casa em qualquer cultura e toda cultura se encontra em casa com o evangelho. Mas temos também o princípio "peregrino", advertindo-nos de que o evangelho nos colocará em descompasso com a sociedade - "pois jamais existiu, no Ocidente ou no Oriente, em tempos antigos ou modernos, uma sociedade capaz de absorver a palavra de Cristo em seu sistema de forma indolor" (BOSCH, p. 544).

No ciberespaço o virtual se apresenta como um novo horizonte à missão da igreja, onde deve enxergar como um potencial ambiente a ser pregado e anunciado a Palavra de Deus. Pierre Lévy na obra “*O que é virtual?*” explica que a palavra “virtual” vem do latim medieval *virtualis*, derivado de *virtus*, força, potência. Ele pontua que na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O filósofo francês ainda ressalta: “Antes de temê-la, condená-la ou lançar-se às cegas a ela, proponho que se faça o esforço de aprender, de pensar, de compreender em toda a sua amplitude a virtualização”, (2016, p.12). É o próprio Lévy que sugere algo que a igreja pode acolher e adaptar: “Devemos antes tentar acompanhar e dar sentido à virtualização, inventando ao mesmo tempo uma nova arte da hospitalidade” (LEVI, 2016, p.150).

No livro “*O Deus peregrino e a Igreja Virtual*”, os autores Ivan de Oliveira Durães e Gézio Duarte Medrado defendem que a virtualização das relações humanas se apresenta como um caminho sem retorno.

E, neste sentido, compete às organizações religiosas, atuantes no contexto virtual, criar ambientes para alcançar os sujeitos que, na condição de

peregrinos virtuais, circulam pelo 'além-lugar' construído pela dinâmica tecnológica contemporânea (DURÃES; MEDRADO, 2022, p.89).

Contudo, eles advertem que o desafio da igreja está no disciplinado e na formação de seguidores de Jesus, e não em números em plataformas de interação institucionais. “Para utilizar um termo bastante em moda, a velocidade para a acumulação de *views* dos cultos e eventos da igreja virtual não é a missão da igreja” (2022, p.108).

Kaiky Fernandez, pastor e comunicador, no livro “*Click sem Bait*”, reforça a ideia de que a sociedade atual está imersa em uma cultura com alto apreço pelo desenvolvimento, pela inovação e pela tecnologia. O que abre a necessidade de escolher em como lidar com essa circunstância, como também em como reparar e gerenciar possíveis desequilíbrios.

Precisamos, então, de intencionalidade, uma vez que os meios de comunicação não ajudarão a criar senso de responsabilidades, mas o contrário. Não devemos ignorar ou descartar o tempo presente, mas ele não pode ser absoluto. No uso das mídias sociais ou de qualquer outro elemento da nossa realidade, precisamos estabelecer um compromisso com o futuro, não apenas com o imediato (FERNANDEZ, 2022, p.47).

A igreja relevante é consciente e tem clara a sua missão. O jornalista Tony Reinke relembra no livro “*Deus, tecnologia e a vida cristã*”, que há muitas maneiras de usar as inovações, porém a tecnologia é mais bem usada quando seguimos a orientação da criação e restauramos o que se apresenta e está quebrado.

“O mundo não é produto do acaso evolutivo; é produto do projeto intencional do Criador. Podemos honrar esse sistema quando as tecnologias são usadas para consertar o que parece estar quebrado dentro da ordem criada” (2022, p.274). Reinke pontua que os cristãos, sendo povo de Deus, devem florescer em suas vocações mesmo dentro de uma cidade perversa, ou se pode compreender aqui, uma cibercultura perversa. Ele comenta: “se Deus é o centro da sua vida, a tecnologia é uma grande dádiva” (2022, p.207).

É a igreja que tem condições de dar respostas para este mundo. Isso, é o que defende o pastor Ricardo Massay no livro “*A igreja ideal: a importância de mudar permanecendo igual*”, onde pondera que a igreja não pode viver como uma sociedade secreta, fechada e omissa quanto à grande comissão. “Jesus não deseja uma igreja que salve o mundo, até porque isso ele mesmo já fez. O que ele quer é que a igreja testemunhe da salvação que a alcançou, para que alcance os que ainda precisam”

(2021, p.53). Massay é objetivo ao expor sua crítica: “Precisamos parar de pedir às pessoas que venham até nós para ouvir a mensagem e começar ir às pessoas a fim de ouvir suas necessidades” (2021, p.71). Ele diz que igreja foi chamada para participar da esperança de muitos e do desespero de todos, sabendo que, enquanto estende a mão, terá de dar a outra face. O que remete também ao conselho de Jesus a seus discípulos: "Eu os estou enviando como ovelhas no meio de lobos. Portanto, sejam astutos como as serpentes e sem malícia como as pombas", (BÍBLIA. Mateus 10:16, 2000).

É interessante como Massay articula as palavras ao usar a expressão “a igreja fincada na rocha e no compasso dos tempos” para expor a fidelidade à Palavra ao passo que é sensível ao mundo. Ele ressalta que não há mudanças no evangelho, mas sim, na forma de comunicá-lo. “A igreja fincada na rocha e no compasso dos tempos sabe que Jesus é o único caminho para a salvação do mundo, mas também sabe que existem muitos caminhos para levar Jesus à humanidade” (2021, p.101). De acordo com o pastor a igreja deve estar atenta ao fato de que boa parte de sua missão deve estar focada naqueles que ainda não fazem parte dela.

Não desejo ver uma igreja primitiva no século 21, mas sim uma igreja para o século 21 com os princípios da igreja primitiva. Isto é, uma igreja que pare de confundir modernismo com mundanismo, sabendo que nunca deixará a centralidade de Cristo, mas que também não vai engessar costumes temporais por uma vida toda (MASSAY, 2021, p.102).

Ao defender a proposta de seu livro, Massay entende que a igreja de Jesus deve aprimorar-se em “mudar permanecendo a mesma”, isto é, viver o paradoxo da fundamentação bíblica imutável e da encarnação ambiental sempre em transformação.

Muito do que a igreja realiza na terra depende da sua coragem de enfrentar os desafios do pioneirismo. Só podemos dizer que temos fé no futuro se abraçamos a incerteza de vivê-lo. A fé é a certeza do que não vemos e, se não vemos, é possível que não acertemos de primeira. E é aqui que entra a verdadeira confiança: uma vez que já sabemos que é possível não acertar de cara, precisamos ter fé em que, mesmo havendo erros, obstáculos e até alguns prejuízos, valerá a pena continuar no caminho que a fé apontou desde que sempre estejamos fincados na rocha imutável que é Cristo e em sua Palavra (MASSAY, 2021, p.116).

Ao propor Jesus como o modelo para todos seguirem, Massay destaca que encher uma igreja é diferente de influenciar o mundo. Ao olhar para o Cristo a igreja deve perceber sua adaptação cultural, onde ao se encarnar como um homem judeu, viveu como tal.

Uma das grandes características de Jesus foi sua capacidade de estar perto de quem queria alcançar. Ele não se tornou inflexível a ponto de comprometer sua capacidade de comunicação; pelo contrário, ele se esvaziou de sua superioridade e conversou olhando nos olhos. Jesus integrou-se à sociedade não para absorver seus valores culturais equivocados, mas para confrontá-los e, até combatê-los. Se por um lado ele não desdenhou a cultura, por outro não a supervalorizou. Jesus inseriu-se no ambiente cultural sem jamais viver de maneira desalinhada à vontade de Deus (MASSAY, 2021, p.123).

Após assimilar o conceito da cibercultura, o mundo em que vivemos, a tecnologia como campo da cultura, considerar a *Missio Dei*, buscar entender o movimento de Deus no mundo e buscar se alinhar com seus propósitos, compreender a necessidade de contextualização na comunicação cristã, entender a voz da igreja na vanguarda do tempo, e o discernimento entre o modo e seu conteúdo, sem esquecer a pandemia que isolou o planeta e conectou a igreja — ainda que possa ter sido de modo reativo e não intencional, certo é que temos de compreender as mudanças de paradigmas na teologia da missão, e contemplar as conexões das dimensões transcendente e imanente da salvação.

David Bosch no livro “Missão Transformadora” considera que a missão da igreja precisa ser “multidimensional”, para que seja fiel à suas origens e seu caráter. Ele compartilha que:

todo esse estudo parte da premissa de que a definição de missão é um processo contínuo de peneirar, testar, reformular e descartar. Isso significa que se deve entender a missão como uma atividade que transforma a realidade e, simultaneamente, que existe uma necessidade constante de a própria missão se transformar. [...] A missão constitui um ministério multifacetado em termos de testemunho, serviço, justiça, cura, reconciliação, libertação, paz, evangelização, comunhão, implantação de igrejas, contextualização etc. (BOSCH, 1998, p. 609, 610).

Toda essa dinâmica requer consciência e disposição. A Igreja não precisa anunciar o Evangelho para dar “*check*” em uma lista de tarefas. O Corpo de Cristo caminha em obediência a voz de seu Senhor, que deixou o comando para ir e fazer discípulos. Não basta querer pregar o Evangelho. É preciso querer ser ouvido ao anunciar o Evangelho. Pois, o contrário de intencionalidade pode significar estar entorpecido. Muito do que se observa nas redes sociais de igrejas são exposição de imagem institucional, sua liturgia e exibição de estrutura física. Não é difícil encontrar no mundo virtual, uma Igreja que adere aos memes e a “*trend*” (conteúdo que se torna popular nas redes sociais), mas sem outro objetivo que não apenas se trata de um convite para um de seus cultos. A situação ainda pode se tornar mais infrutífera ao perceber em muitos casos que a linguagem utilizada são jargões religiosos e termos

estranhos para quem não é cristão, antes familiar apenas em determinados nichos denominacionais.

Uma igreja entorpecida por sua agenda tem uma comunicação vislumbrada por diversos recursos de divulgação, mas sem um alvo claro definido. O ciberespaço se não for visto como um campo missionário fatalmente incorrerá na percepção da cibercultura como um palco para vaidades. Até algum tempo atrás, antes da pandemia da COVID-19, havia quem tivesse resistência às tecnologias, mídias e redes sociais a serviço da igreja. Como também, não era difícil perceber que o inconsciente popular evangélico percebia missões como uma atividade geográfica. Contudo, esse saudosismo não é muito proveitoso. Hoje, povos e territórios já não são tão bem delimitados. Se antes missionários eram tidos como pessoas com chamados específicos para atravessar continentes, é preciso pontuar o óbvio. Estar em missão é algo identitário ao cristão, onde quer que esteja, e em qualquer época que esteja. Limitar o potencial de recursos tecnológicos e midiáticos à função de ser o "novo" boletim informativo da igreja é desconsiderar tanto o papel da comunicação, quanto a responsabilidade da Igreja.

As formas que se estabelecem a comunicação da Igreja devem ser repensadas, organizadas, atualizadas e direcionadas. A comunicação da Igreja não deve significar um departamento, mas uma ferramenta a serviço da mensagem da própria Igreja. Assim, a boa notícia da Igreja não se limita ao serviço de uma agenda, para divulgação de atividades, nem se restringe à liturgia, para a exibição de momentos do culto. Não basta reunir membros da igreja com habilidades à comunicação, e mídias em geral, antes é preciso direção e olhar pastoral. Em uma igreja saudável pressupõe o trabalho pastoral na formação de discípulos que vivem em missão. Cientes que a responsabilidade da comunicação da Igreja não está em potencializar a visibilidade da placa institucional, ou de qualquer denominação, mas no objetivo de sucesso em anunciar o Evangelho até os confins da *web*. Do contrário, a igreja pode se tornar apenas encantada pelos meios (*mídias*), porém sem qualquer fim.

A comunidade de fé dos que foram regenerados também possui uma criatividade redimida, que não fica a olhar somente para si. A Igreja deve buscar estar próxima de quem ela tem interesse que a ouça. Se a igreja é vocacionada à missão de Deus na criação, a *Missio Dei* promove tanto identidade quanto propósito. Assim,

a igreja deve se expressar em missão, com uma mente renovada, um coração obediente, um olhar redimido, e com os pés que anunciam o Evangelho por onde quer que vá, nem que seja a um *click*. Mais do que proatividade, e até disposição, é preciso entendimento. O que não se deve confundir com o conhecimento de técnicas audiovisuais, de marketing, ou mesmo publicidade e propaganda. É preciso o entendimento de quem somos em Cristo Jesus, de quem é a Igreja, e por compreender sua natureza, se comunicar de acordo com sua identidade. Por mais clichê que seja, para que assim a Igreja possa ter uma comunicação com propósito. Mas isso, só se antes perceber com clareza que deve viver em missão.

Todavia, o que se percebe em linhas gerais é que o conteúdo mais acessível a todos, produzido por inúmeros cristãos, e outras tantas igrejas, se evidencia, como também se dispersa, em quatro nichos: divulgação litúrgica, debates teológicos, militância política, e escândalos, dos mais diversos, seja adultério, estelionato, ou performances religiosas caricatas. Obviamente, isso não é o todo, o saldo da comunicação cristã na internet, mas é inegável ser grande parte dela. Enquanto não se olhar e considerar seriamente a cibercultura como uma nova fronteira da missão, perderemos relevância no espaço público e incorremos no risco de tornar a voz da Igreja dispensável para a sociedade contemporânea. Além do labor missionário e da vida missional, é preciso ainda considerar como parte da *Missio Dei* o exercício teórico, sua reflexão, e a disciplina que estuda a missão. É primordial mais intencionalidade, como também mais intensidade no pensar e na produção dentro da Academia a respeito de missiologia. O ambiente acadêmico pode ser espaço frutífero para formação de líderes e pastores que tomam a Teologia como ferramenta a serviço da missão de Deus no mundo.

Falemos mais de Jesus. Será que quando uma igreja pensa em evangelismo, considera ainda apenas a entrega de folhetos na rua, ou na realização de um culto na praça? Não haveria no século XXI alternativas para agregar a esse leque de ações do anúncio da Palavra de Deus? E isso não significa apenas digitalizar "as quatro leis espirituais". Apresentar Jesus na cibercultura pode incluir expor a Bíblia como fonte de resposta às dúvidas que afligem a humanidade. Um exemplo que se pode observar a respeito, quanto a relevância da comunicação da Igreja, foi quando o Rio Grande do Sul foi atingido por enchentes e alagamentos em maio de 2024. Na ocasião enquanto algumas igrejas se mobilizavam para arrecadar doações à população atingida, outras

tantas mantiveram seus meios de comunicação apenas informando horários das atividades da instituição e fotos do último culto. Havia um espaço entre a movimentação para donativos e a vida normal nas redes sociais de igrejas de outras localidades: a população que não fora alcançada pelo Evangelho e que se perguntava onde estava Deus em meio ao caos que atingiu a região sul do Brasil.

A atuação da Igreja, como sua comunicação, pode ser mais profícua se considerar as dúvidas que atingem a todos e qualquer pessoa, que não tem a Palavra de Deus como luz para nortear seus caminhos. Temas como tristeza, luto, dor, o mal, o sofrimento, pobreza, e tantos outros, podem servir como portas de entrada para a Igreja anunciar a mensagem do Evangelho, que liberta o homem. Esta pesquisa não se resume a quem é contra ou a favor do uso da internet para missões. A questão é se a Igreja, ao não se posicionar contrária, está atuando de forma coerente na cibercultura? O que diz a voz da Igreja no ciberespaço? O efeito da comunicação da Igreja na cibercultura é positivo para a missão de Deus no mundo? Se após a pandemia, praticamente, não há mais quem seja resistente às novas mídias, como está a comunicação da igreja que aderiu o virtual como meio de expressão? Aderiram às redes sociais e novas tecnologias como recursos que potencializam a *Missio Dei*? Pois, não se trata apenas de aprovar, ou não, o mundo virtual, mas também de não desperdiçar a oportunidade de compartilhar a revelação de Deus à humanidade onde ela estiver, por não entender, ou interpretar, as novas tecnologias como um campo missionário.

Esta pesquisa visa despertar a reflexão e se desenvolve na construção de um panorama, a princípio apresentando a cibercultura como algo que já é parte da realidade, com dados e números expressivos que refletem a adesão da população mundial ao ciberespaço. O trabalho continua por desmistificar certa neutralidade das tecnologias, por justamente carregarem valores e interesses humanos, e como atua e compõe a cultura, que passa ser direcionada por narrativas. Com essa percepção, a pesquisa destaca o papel da comunicação na era atual, e como a Igreja pode perceber na sua própria história um caráter vanguardista no exercício do anúncio do Evangelho. Além disso, este TCC relembra a pandemia pela COVID-19, que isolou o mundo e conectou de vez a igreja na cibercultura. Situação essa que requer da comunidade de fé o exercício de contextualização de sua mensagem. A pesquisa se desenrola nesse contexto para evidenciar o entendimento de que há uma nova fronteira da missão,

onde o objetivo não é conquistar, tendo em vista o trabalho de Pierre Lévy que aponta não existir dominantes na cibercultura, mas antes, ser uma Igreja que influencia por meio do anúncio do Evangelho.

Ao questionar “para onde vai a missão?”, Bosch, assim como esse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), não tem como objetivo a crítica ao labor missionário das igrejas, contudo objetiva expandir sua compreensão e avançar suas fronteiras, rever demarcações e oxigenar a visão teológica da missão. Ainda mais em um campo missionário tão diverso, com todo o potencial inerente a cibercultura, além de plural e descentralizado como o ciberespaço.

Os críticos da missão geralmente partem da suposição de que missão era apenas o que missionários ocidentais estavam fazendo em termos de salvar almas, implantar igrejas e impor seus métodos e vontades a outros. Jamais podemos, contudo, limitar a missão exclusivamente a esse projeto empírico; ela sempre foi maior do que o empreendimento missionário observável. É claro que tampouco se deve divorciá-la completamente dele. Antes, missão é *Missio Dei*, que procura englobar em si as *missiones ecclesiae*, os programas missionários da igreja. Não é a igreja que "empreende" a missão; é a *Missio Dei* que constitui a igreja. A missão da igreja precisa ser constantemente renovada e repensada. Missão não equivale a competição com outras religiões, não é atividade de conversão, de expansão da fé, de edificação do reino de Deus; tampouco é atividade social, econômica ou política [...] Ela é a boa nova do amor de Deus, encarnado no testemunho de uma comunidade, em prol do mundo (BOSCH, p.619).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTEMEYER JUNIOR, Fernando; BOMBONATTO, Vera Ivanise (org.). *Teologia e Comunicação: corpo, palavra e interfaces cibernéticas*. São Paulo: Paulinas, 2011.

AMORIM, Felipe. *Cosmovisão cristã: como pensar as principais questões da vida à luz das escrituras*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2022.

BÍBLIA SAGRADA. Nova Versão Internacional. 1. ed. São Paulo: Editora Vida, 2000.

BÍBLIA. Português. A Bíblia Sagrada – Antigo e Novo Testamento. João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2ª ed. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.

BOSCH, David J. *Missão Transformadora: Mudanças de paradigmas na Teologia da Missão*. Editora Sinodal: 1998;

BOTELHO, Marcos. *Vida cristã fora da caixa*. Viçosa, MG: Ultimato, 2013.

DULCI, Pedro (org.) et alii. *Teologia na era da internet*. Brasília: Box 95, 2018.

DURÃES, Ivan de O; MEDRADO, Gézio D. *O Deus Peregrino e a Igreja Virtual*. São Paulo: Editora Reflexão, 2022.

FERNANDEZ, Kaiky. *Click sem bait: marketing e comunicação a partir da ética cristã*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2023.

GOHEEN, Michael. *A missão da Igreja hoje: a Bíblia, a história e as questões contemporâneas*. 1. ed. São Paulo: Editora Vida Nova, 2014.

GROESCHEL, Craig. *#naluta: Seguindo Jesus em um mundo voltado para si mesmo pelas lentes de uma selfie*. São Paulo; Editor Vida, 2017.

GUDER, Darrell L. *Sejam minhas testemunhas*. São Paulo: Editora Vida, 2023;

KELLER, Timothy. *Como reconquistar o Ocidente para Cristo*. São Paulo: Heziom, 2023.

KELLER, Timothy. *Igreja Centrada: Desenvolvendo em sua cidade um ministério equilibrado e centrado no evangelho*. São Paulo: Vida Nova, 2014.

KELLER, Timothy. *Pregação: comunicando a fé na era do ceticismo*. São Paulo: Vida Nova, 2017.

KEMP, Simon. *Relatório de Visão Geral Global Digital 2024 – publicado em parceria com a Meltwater e We Are Social*. Disponível em <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>>. Acesso em: 05 set. 2024.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1993;

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999;

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996;

LIDÓRIO, Ronaldo. *Comunicação e cultura*. São Paulo: Vida Nova, 2014.

MASSAY, Ricardo. *A Igreja Ideal: a importância de mudar permanecendo igual*. São Paulo: GodBooks, 2021.

McCRACKEN, Brett. *A Pirâmide da sabedoria: Alimentando sua alma em um mundo de pós-verdade*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2023.

NEWBIGIN, Lesslie. *O segredo revelado: uma introdução à teologia da missão*. 1. ed. São Paulo: Editora Ultimato, 2003.

REINKE, Tony. *Deus, tecnologia e a vida cristã*. São José dos Campos: Editora FIEL, 2022.

REZENDE, Jonas. *Uma investigação teológica da comunicação: S.O.S. Babel*. São Paulo: Mauad, 2013.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez Rede: Religiosidades em reconstrução no ambiente digital*. São Paulo: Paulinas, 2017.

SCHUURMAN, Derek C. *Moldando um mundo digital: fé, cultura e tecnologia computacional*. São Paulo: Monergismo, 2019.

SILVA, Leandro (org.). *A Igreja do futuro e o futuro da igreja*. 1. ed. Viçosa: Editora Ultimato, 2021.

STETZER, Ed; PUTMAN, David. *Desvendando o código missional: tornando-se uma igreja missionária na comunidade*. São Paulo: Vida Nova, 2018.

STEURENAGEL, Valdir; PADILLA, C. René (Org.). *Raízes de um evangelho Integral*. 1. ed. Viçosa: Ultimato, 2021.

STRANGE, Daniel. *Conectados: relacionando sua fé com o que você assiste, lê e ouve*. 1. ed. São Paulo: Editora Monergismo, 2021.

VANHOOZER, Kevin J. *O pastor como teólogo público*. São Paulo: Vida Nova, 2016.

VERKERK, Maarten J.; HOOGLAND, Jan; STOEP, Jan van der; VRIES, Marc J. de. *Filosofia da tecnologia: uma introdução*. 1. ed. Viçosa: Ultimato, 2018.

WRIGHT, Christopher. *A missão de Deus: desvendando a grande narrativa da Bíblia*. 1. ed. São Paulo: Editora Vida Nova, 2014.

WRIGHT, Christopher. *A missão do povo de Deus: uma teologia bíblica da missão da igreja*. São Paulo: Vida Nova, 2012.