

IDE E PREGAI O EVANGELHO A TODO INTERNAUTA: DA IGREJA PRIMITIVA AO EVANGELISMO DIGITAL. DESDOBRAMENTOS DO PROCESSO DE EVANGELIZAÇÃO PROVOCADOS PELO CIBERESPAÇO

GO AND PREACH THE GOSPEL TO EVERY INTERNET USER: FROM PRIMITIVE CHURCH TO DIGITAL EVANGELISM. CONSEQUENCES OF THE EVANGELIZATION PROCESS CAUSED BY CYBERSPACE

ID Y PREDICAD EL EVANGELIO A TODO INTERNAUTA: DE LA IGLESIA PRIMITIVA AL EVANGELISMO DIGITAL. DESDOBLAMIENTOS DEL PROCESO DE EVANGELIZACIÓN PROVOCADOS POR EL CIBERESPACIO

Marcelo Carvalho Costa¹

Resumo

Considerando o processo de evangelização como a principal estratégia de expansão do cristianismo, este artigo trata das transformações e adequações sofridas por esse processo desde a Igreja Primitiva, passando pela utilização da imprensa, rádio e TV, até o surgimento do evangelismo digital. A ênfase é descobrir quais os desdobramentos advindos da utilização do processo de evangelização no ciberespaço. Objetiva-se entender como a evangelização evoluiu ao longo do tempo, desde os primeiros cristãos até o contexto atual, levantar as principais características do ciberespaço e da cibercultura, traçar o perfil do habitante do ciberespaço e descobrir quais desdobramentos podem resultar do encontro entre evangelização, ciberespaço e cibercultura. Para tanto, procede-se a uma pesquisa bibliográfica básica de caráter exploratório com o objetivo de gerar novos conhecimentos úteis para o avanço da Teologia. Desse modo, observa-se que o encontro entre evangelização, ciberespaço e cibercultura gera quatro desdobramentos principais, são eles: novas espacialidades, novas ritualidades, novas discursividades e novos métodos de evangelização. O que permite concluir que o ciberespaço é um importante campo para ações evangelísticas, no entanto, graças à sua cultura cibernética, ele gera uma força reversa que acaba por modificar a própria evangelização.

Palavras-chave: Ciberespaço. Cibercultura. Evangelização.

Abstract

Considering the process of evangelization as the main strategy of expansion of Christianity, this article deals with the transformations and adaptations suffered by this process from the Primitive Church, through the use of the press, radio and TV, to the emergence of digital evangelism. The emphasis is to find out what are the consequences of the use of the process of evangelization in cyberspace. The objective is to understand how evangelization has evolved over time, from the first Christians to the current context, to raise the main characteristics of cyberspace and cyberculture, to trace the profile of the inhabitant of cyberspace and to find out what consequences can result from the encounter between evangelization, cyberspace and cyberculture. To this end, a basic bibliographic research of exploratory character is carried out with the objective of generating new knowledge useful for the advancement of theology. Thus, it is observed that the encounter between evangelization, cyberspace and cyberculture generates four main consequences, they are: new spatialities, new ritualities, new discursivities and new methods of evangelization. This allows us to conclude that cyberspace is an important field for evangelistic actions, however, thanks to its cybernetic culture, it generates a reverse force that ultimately modifies evangelization itself.

Keywords: Cyberspace. Cyberculture. Evangelism.

Resumen

Considerándose el proceso de evangelización como la principal estrategia de expansión del cristianismo, este artículo trata las transformaciones y adecuaciones sufridas por ese proceso desde la Iglesia Primitiva, pasando por la utilización de la prensa, radio y TV, hasta el surgimiento del evangelismo digital. El punto central es descubrir

¹ Teólogo (em formação) e Economista com sólida vivência na área acadêmica em faculdade estadual. Orientador de inúmeros trabalhos de graduação e pós graduação e atuação como consultor de empresas nas áreas de administração e logística empresarial.

cuáles son los desdoblamientos producidos por la utilización del proceso de evangelización en el ciberespacio. Se trata de entender cómo la evangelización evolucionó a lo largo del tiempo, desde los primeros cristianos hasta el contexto actual, de presentar las principales características del ciberespacio y de la cibercultura, de definir el perfil del habitante del ciberespacio y de descubrir qué desdoblamientos pueden resultar del encuentro entre evangelización, ciberespacio y cibercultura. Para ello, se realiza una investigación bibliográfica básica, de carácter exploratorio, con el objetivo de generar nuevos conocimientos útiles para el avance de la Teología. De ese modo, se observa que el encuentro entre evangelización, cibercultura y ciberespacio genera cuatro desdoblamientos principales; son ellos: nuevas espacialidades, nuevas ritualidades, nuevas discursividades y nuevos métodos de evangelización. Ello permite concluir que el ciberespacio es un importante campo para acciones evangelizadoras; sin embargo, gracias a su cultura cibernética, produce una fuerza reversa que termina por cambiar la propia evangelización.

Palabras-clave: Ciberespacio. Cibercultura. Evangelización.

1 Introdução

O ponto de partida deste trabalho é a conhecida ordenança deixada por Jesus de Nazaré aos seus discípulos e que está registrada na Bíblia Sagrada. A ordem popularmente conhecida como "Ide" determina que todos os cristãos devem multiplicar os ensinamentos (Evangelho) de Jesus para todas as pessoas do mundo. A esse esforço dá-se o nome de Evangelização. Evangelizar, portanto, é o conjunto de todas as ações realizadas pela Igreja com o objetivo de proclamar o Evangelho de Jesus e formar discípulos. Esse processo pode acontecer de diferentes maneiras (discipulado, liturgia, catecismo, etc.) e nos mais diversos locais (casa, escola, trabalho, Igreja etc.). A ordenança vem sendo cumprida por meio das ações de evangelização desde a chamada Igreja Primitiva (33-325 d.C) e o processo já passou por inúmeros níveis de transformação ao longo do tempo.

Diante disso, o presente trabalho faz uma reflexão sobre os processos de evangelização desde a Igreja Primitiva até a Evangelização Digital, passando pela utilização da imprensa, do rádio e o televangelismo. Ao longo do texto, pode-se observar que historicamente a Igreja foi adaptando o processo de evangelização a cada nova ferramenta ou campo evangelístico. Com o surgimento do ciberespaço, a partir dos anos 80/90, a Igreja vislumbrou a possibilidade da utilização desse novo campo para proclamar o Evangelho. Contudo, para utilizá-lo também foram necessárias algumas adaptações ao processo de evangelização. Essas adaptações geraram um conjunto de desdobramentos que acabaram por impactar o próprio processo de evangelização. E são justamente esses desdobramentos os principais alvos deste trabalho.

O ciberespaço possui uma cultura própria, que é diferente da cultura que conhecemos no chamado mundo *offline* (mundo físico). A chamada cibercultura, que surge a partir do uso de dispositivos e suportes tecnológicos, como o *smartphone*, transformou vários aspectos de nossa vida diária. A forma de trabalhar, o lazer, a comunicação e a educação são exemplos disso. E é justamente essa cultura cibernética que pode impactar as diferentes ações contidas no processo de evangelização.

Portanto, buscou-se reunir dados/informações com o propósito de responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais os desdobramentos provocados pelo ciberespaço no processo de evangelização do cristianismo?

Para responder ao problema de pesquisa foram traçados três objetivos principais. O primeiro é investigar como se comportaram os processos de evangelização desde a Igreja Primitiva até o televangelismo. Basicamente verificar as abordagens utilizadas e se houve adequações ao longo do tempo. O segundo objetivo é entender melhor o conceito e o funcionamento do ciberespaço. Estudar quais são as suas origens, recursos, meios, plataformas e cultura. Além disso, é necessário conhecer o perfil dos usuários que o frequentam. O último objetivo é justamente verificar como o processo de evangelização pode ser impactado pela cultura cibernética do ciberespaço. De forma mais específica, descobrir quais desdobramentos podem resultar do encontro entre evangelização, ciberespaço e cibercultura.

Diante da importância de cumprir a ordenança deixada por Jesus de Nazaré aos seus discípulos, as igrejas de uma maneira geral buscam aproximar as suas ações evangelizadoras às necessidades vigentes. Nesse contexto, o trabalho visa auxiliar os cristãos a entender melhor as características do ciberespaço para tornar o processo de evangelização mais eficiente e eficaz. Além disso, conhecer os impactos que a cibercultura pode exercer sobre o próprio processo.

Para o desenvolvimento do presente trabalho foi realizada uma pesquisa bibliográfica. A pesquisa baseia-se em publicações científicas das áreas de evangelização e tecnologia da informação. O fichamento bibliográfico foi organizado em três frentes de trabalho. Primeiro, foi necessário estudar como o processo de evangelização evoluiu ao longo do tempo, desde a Igreja Primitiva (30-325 d.C) até o televangelismo (décadas de 1950 e 1960). Para isso, foram encontrados autores que contribuem não só com o estudo do contexto histórico, mas também com uma análise crítica sobre as modificações que ocorreram em cada uma das fases. A segunda frente de trabalho incluiu autores que escreveram sobre o ciberespaço e cibercultura. O desafio nesse caso foi o de encontrar obras que mais se alinhassem ao contexto teológico da pesquisa. A terceira e última frente de trabalho é a utilização de textos de autores que escreveram justamente sobre os impactos que o ciberespaço provoca na evangelização e sobre as características do evangelismo digital.

O trabalho estrutura-se em três partes; primeiro apresenta uma análise sobre o processo de evangelização desde a Igreja Primitiva até o televangelismo. Os destaques ficam por conta da descrição das abordagens utilizadas pela Igreja Primitiva, da utilização da imprensa e os primeiros programas de rádio e TV de cunho evangelístico. A segunda parte é reservada unicamente para entender o conceito e as características do ciberespaço e da cibercultura. Nessa

parte traça-se também o perfil do internauta brasileiro. Na terceira são descritos os desdobramentos advindos do encontro entre o processo de evangelização, ciberespaço e a cibercultura. Para um melhor entendimento, os desdobramentos são sistematizados em quatro elementos (espaço, rito, discurso e método).

2 Desenvolvimento

2.1 Processo de Evangelização: da Igreja Primitiva ao Televangelismo

Uma das últimas orientações dadas por Jesus de Nazaré aos seus discípulos encontra-se na Bíblia Sagrada, no livro de Marcos, capítulo 16, versículo 15. A ordem foi: “Ide por todo o mundo, pregai o Evangelho a toda criatura” (BÍBLIA, 2009, Mc 16, 15). Essa instrução é conhecida como a “Ordenança de Jesus” ou “Ide” e é considerada a principal mola propulsora da expansão do cristianismo. Em linhas gerais, é uma ordem dada a todos os cristãos para proclamar a palavra do Mestre por todos os cantos do mundo.

Os esforços de multiplicação do Evangelho de Jesus são realizados através de um processo conhecido como evangelização.

De modo geral, evangelização diz respeito à realidade mais ampla do agir da Igreja. Trata-se de toda e qualquer ação que o cristão estabelece para viver os princípios e ensinamentos de Jesus em sua realidade prática. E um sentido mais abrangente, “é o conjunto de todas as ações da Igreja em vista da atualização do mandato de Jesus de levar, a todas as pessoas, a novidade de sua mensagem de amor e fraternidade” (JULIATTO, 2008, p. 39-40).

O processo de evangelização pode ocorrer principalmente através de atividades como:

- a) A realização de discipulado ou catecismo (em grupo ou individual);
- b) A implementação de escolas bíblicas e atos litúrgicos (missa, culto etc.);
- c) Na organização das igrejas nos lares (igrejas em células) entre outras.

Hoje os processos de evangelização são fundamentados na Bíblia Sagrada, no entanto, esse era um recurso que os primeiros discípulos, também conhecidos como “Igreja Primitiva”, não tinham. Tudo era transmitido pelas palavras (tradição oral).

De acordo com Green (2020, p. 12-21), os primeiros cristãos não tinham estratégias nem táticas particularmente admiráveis e nem tinham a Bíblia para guiar suas ações.

Ainda segundo Green, existiam cinco abordagens de evangelização adotadas pelos primeiros cristãos, que foram mais tarde registradas na Bíblia e que servem de base até hoje para as igrejas, são elas:

1. Evangelização pública: um exemplo é a pregação pública de Pedro no dia de Pentecostes (At 2,14-41);
2. Evangelização pessoal: um dos exemplos mais impressionantes do Novo Testamento é o de Filipe e o eunuco etíope (At 8, 5; 6, 26-40);
3. Evangelização nos lares: a primeira comunidade cristã se reunia no andar superior de uma casa particular, da mãe de João Marcos (um dos discípulos de Jesus), em Jerusalém (At 1,13s; 12, 12);
4. Fundação das igrejas: no livro de Atos dos apóstolos, podemos encontrar mais vinte e uma cartas que tratam da fundação de igrejas;
5. Ênfase ao Espírito Santo: a capacitação dada pelo Espírito Santo à Igreja foi prometida por Jesus em Atos capítulo 1, versículo 8. Mais tarde em Atos capítulo 2, versículos de 1 a 4 a promessa foi cumprida.

Se fizermos uma rápida análise das abordagens adotadas pela Igreja Primitiva, podemos perceber a importância dos fatores geográficos, logísticos e culturais na escolha das ações.

De acordo com Green (2020, p. 15), do ponto de vista geográfico e logístico, a *Pax Romana* ajudou muito os discípulos. Durante esse período, todo o mundo conhecido estava controlado pelo Império romano. Para manter o seu poder, Roma construiu uma poderosa infraestrutura logística interligando os territórios conquistados. Era justamente essa infraestrutura que os primeiros cristãos utilizavam, ora para fins comerciais, ora religiosos, e levavam a mensagem cristã consigo.

Para Ferguson (2017, p. 23-24), do ponto de vista cultural, as influências gregas predominavam na língua, na educação, na literatura e na filosofia durante o início do cristianismo. A língua mais falada nos países situados às margens do Mediterrâneo era o dialeto grego, conhecido como *Koiné* ou dialeto comum; essa era a língua universal, usada para todos os fins.

A tabela 01 apresenta uma projeção de crescimento do cristianismo a partir das ações da Igreja Primitiva.

Tabela 01 - Expansão do cristianismo
(*baseado em uma população estimada em 60 milhões)

Ano	Número de cristãos	Percentual da população*
40	3000	0,005
50	5000	0,00833
100	7530	0,0126
150	40.496	0,07
200	217.795	0,36
250	1.171.356	1,9
300	6.299.832	10,5
350	33.882.008	56,5

Fonte: Stark (2006, p. 17)

Se analisarmos os aspectos estratégicos de evangelização das igrejas, provavelmente iremos encontrar no mínimo uma das cinco abordagens adotadas pelos primeiros cristãos (existe uma grande probabilidade de encontrarmos todas elas).

Entretanto, com o passar dos séculos, a atuação essencialmente geográfica exercida pela Igreja Primitiva não era mais suficiente para alcançar a dimensão necessária de pessoas.

Diante disso, as igrejas adotaram novas estratégias de evangelização em massa, como a utilização da imprensa, do rádio e da TV.

Em 30 de setembro de 1452, Johannes Gutenberg (considerado o criador da imprensa) começa a produção do primeiro livro impresso do mundo. Esse livro ficou conhecido como a “Bíblia de Gutenberg”. Ele imprimiu a sua transcrição da Bíblia em Latim com 1282 páginas. Até o ano de 1455 foram impressas 180 unidades. No Brasil, a primeira Bíblia traduzida por João Ferreira de Almeida para a língua portuguesa chegou em 1814 a bordo de navios portugueses que para cá se dirigiam.

Entre as décadas de 20 e 30, as ações evangelizadoras começaram a contar com o uso da fotografia e da imprensa. Surgiram os panfletos de propaganda devocional, os folhetos de cânticos e de orações.

Para Klein (2006, p. 152), não podemos negligenciar a história da participação religiosa no rádio. Curiosamente, este veículo está associado, desde o seu nascimento, à esfera religiosa, se considerarmos o padre Roberto *Landell* de Moura, o seu inventor.

No Brasil, muito cedo o rádio passou a ser utilizado pelas igrejas evangélicas. No dia 23 de setembro de 1943, o programa “A Voz da Profecia”, apresentado pelo pastor Roberto Rabelo, da Igreja Adventista, foi transmitido a várias cidades por 17 emissoras de rádio. A utilização do rádio forçou as igrejas a adequarem a sua estratégia de evangelização. A princípio o uso era limitado à leitura de passagens bíblicas. Tempos mais tarde, os pregadores perceberam

o poder das ondas do rádio e começaram a utilizar inflamados sermões e o uso de testemunhos de pessoas que se converteram ao cristianismo.

Entre os exemplos mais representativos quanto ao uso da TV como ferramenta de evangelização, a partir das décadas de 50 e 60, estão o bispo católico *Fulton Sheen* e o pastor protestante *Billy Graham*. Eles possivelmente foram os primeiros a adequar meio e mensagem no uso da linguagem de televisão. O programa do bispo *Sheen* se chamava “*Life is Worth Living*”; em uma tradução literal, algo como “Vale a pena viver”, ou “A vida vale a pena ser vivida”. O programa tinha tanta audiência que o bispo foi vencedor de um prêmio *Emmy*.

No Brasil, segundo Klein (2006, p. 152), no dia 18 de novembro de 1962 foi ao ar, em São Paulo, o programa adventista “Fé para Hoje”, com apresentação do pastor Alcides Campolongo e sua esposa. Tratava-se do primeiro programa religioso a ocupar o espaço televisivo no Brasil.

Vale destacar que a Igreja também precisou adequar o seu processo de evangelização a partir da utilização da TV. Os programas não eram cerimônias religiosas filmadas, mas especialmente criadas levando em conta as características da TV. O conteúdo da evangelização ganhou ares de produção cinematográfica e os pregadores tornaram-se apresentadores de auditório com *status* de celebridade televisiva. A utilização da TV para fins evangelísticos ganhou o nome de “televangelismo”.

Para se ter uma ideia da importância da utilização da TV como ferramenta evangelística, de acordo com a última versão do Informe Anual da TV Aberta, publicado em 2016 pela ANCINE (Agência Nacional do Cinema), o gênero religioso prevalece no cômputo da grade das emissoras brasileiras com 21% da programação total.

Com todos os esforços realizados pelos cristãos ao longo da história, o resultado do “Ide”, determinado por Jesus de Nazaré, foi bastante expressivo. De acordo com um novo relatório do Centro para o Estudo do Cristianismo Global (2018), intitulado “*Status of Christian Christianity*”, atualmente, existem 2,5 bilhões de cristãos no mundo. No entanto, os discípulos sabem que ainda não conseguiram cumprir a meta mais importante da ordenança: a parte em que o Mestre determina “para toda a criatura”. Portanto, qualquer nova ferramenta ou campo de evangelização é rapidamente percebido por eles.

2.2 Ciberespaço: um novo campo de evangelização

A origem do ciberespaço se deu no período da pós-modernidade e seu prenúncio aconteceu em 1984 “com a criação do conceito pelo escritor norte-americano, William Gibson,

em seu primeiro livro de ficção científica” (ASSIS, 2010 *apud* SILVA *et al.*, 2014, p. 177). Na obra intitulada “*Neuromancer*”, Gibson vaticina a sociedade pós-moderna com toda a intimidade que envolve a relação homem/máquina. Para o autor, o termo designa o universo das redes digitais, descrito como um campo de batalha.

Para Lévy (1999, p. 95) o ciberespaço é

o espaço de comunicação aberta pela interligação mundial dos computadores e das memórias informáticas. Esta definição inclui o conjunto de sistemas de comunicação eletrônicos (compreendendo o conjunto das redes hertzianas e telefônicas clássicas) na medida em que acompanham informações provenientes de fontes digitais destinadas à digitalização.

Sbardelotto (2017, p. 47) considera o ciberespaço uma “ágora digital”, ou seja, uma praça pública digital aberta, na qual as pessoas partilham ideias, informações, opiniões e, podem ainda, ganhar vida, novas relações e formas de comunidade.

Gontijo *et al.* (2007, p. 36) afirma que podemos pensar o ciberespaço como um campo gerador de infinitas possibilidades interativas, um novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de reconfiguração de identidades, para além de sua dimensão mais visível e pragmática.

Para Bicalho e Morais (2016, p. 20-21),

as principais transformações sociais promovidas pela revolução tecnológica podem ser analisadas sob a ótica da relação entre tempo e espaço, alterada pelas comunicações em redes de alcance mundial. No sentido da compressão do espaço-tempo, o ciberespaço permite a comunicação de todos com todos independentemente de espaços físicos, enquanto o desencaixe permite que o usuário deste território virtual vivencie processos que não fazem parte de sua tradição cultural, um hibridismo cultural.

Essas transformações podem ser organizadas, de acordo com Gontijo *et al.* (2007, p. 36), da seguinte forma:

- a) Mudanças na tecnologia informática: a tela do computador não é o espaço de irradiação, mas ambiente de adentramento e manipulação;
- b) Mudança na esfera social: há um novo espectador menos passivo diante da mensagem mais aberta à sua intervenção (emergência de um novo leitor);
- c) Mudança no cenário comunicacional: ocorre a transição da lógica da distribuição (transmissão) para a lógica da comunicação (interatividade).

Sobre as mudanças resultantes do ciberespaço, Bicalho e Morais (2016, p. 9) também fazem uma importante observação ao lembrar que

o acesso ao ciberespaço é feito por meio de módulos de processamento, como computadores pessoais, celulares, tablets, notebooks, entre outros, que deixam de ser um centro e passam a ser um nó de uma grande rede universal, sendo impossível traçar os limites e as possibilidades de acesso ao conteúdo deste espaço onde se estruturam novas relações sociais, econômicas e de poder. Encoraja, portanto, um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos e da coincidência dos tempos, constituindo um território que não se define apenas pela infraestrutura material dos processos de telecomunicação, mas também, pela forma como as pessoas se relacionam e trocam informações.

Todas as mudanças identificadas em Gontijo *et al.* (2007) e Bicalho e Morais (2016) produzem, em conjunto, aquilo que Lévy (1999, p. 17) chama de cibercultura:

o conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

Para Lemos (2008, p. 11 *apud* CHAMPANGNATTE; CAVALCANTI, 2015, p. 314), “a cibercultura é a modalidade sociocultural que surge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias”. Ainda segundo o autor, a cibercultura é caracterizada por três leis principais, que são:

1. Liberação do polo de emissão: novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e da opinião;
2. Princípio da conexão generalizada: participação e a colaboração de pessoas nos conteúdos;
3. Reconfiguração da paisagem comunicacional da indústria cultural: refere-se à ideia de modificação dos fundamentos das instituições sociais e das práticas comunicacionais.

De acordo com a ONU (2018), o ciberespaço possui aproximadamente 3,9 bilhões de usuários (internautas). Levando em consideração que a população mundial é de aproximadamente 7,7 bilhões de pessoas, temos um percentual aproximado de 50% da população conectada a ele.

No Brasil, o ciberespaço possui 150,4 milhões de internautas; isso representa 71% da população total. Em média, o brasileiro passa 9 horas e 17 minutos conectado todos os dias, utilizando-se dos mais variados dispositivos, como *smartphone*, computador, tablet etc.

De acordo com o relatório *Digital 2020: Brazil*, da quantidade diária total de horas conectado (9h e 17 minutos), o brasileiro gasta: 37% nas redes sociais em qualquer dispositivo, 36% com TV (TV aberta, *streaming* e *on demand*), 14% com *streaming* de música e 13% com jogos.

Em termos de números e possibilidades, podemos observar que o ciberespaço é um importante campo de evangelização, com um potencial de atingir pessoas que os métodos tradicionais não seriam capazes de fazer.

Benassi (2011, p. 14) afirma que o ciberespaço é uma poderosíssima ferramenta de comunicação, que oferece às pessoas o acesso a informações em muito menos tempo e com um volume muito maior.

Alguns especialistas defendem que o uso do ciberespaço para a propagação do Evangelho se compara ao impacto que a prensa tipográfica teve no tempo do alemão Martinho Lutero, principal líder da reforma protestante. O alemão utilizou a prensa para reproduzir em massa suas ideias e atingir o maior número de pessoas no menor tempo possível.

A importância do ciberespaço no processo de evangelização já havia sido detectada no passado.

De acordo com Sbardelotto (2017, p. 25), a Igreja Católica, ao longo do tempo, tentou se aproximar, captar e responder a esses “sinais dos tempos” comunicacionais. Um grande marco histórico, nesse sentido — anterior à revolução digital, mas que serviu de horizonte para os passos comunicacionais eclesiais posteriores — foi a publicação do decreto *Inter mirifica*, sobre os meios de comunicação social, aprovado em 1963 pelo Concílio Ecumênico Vaticano II. Ainda segundo o autor, “foi a primeira vez na história que um Concílio da Igreja abordou, em um documento próprio, a comunicação, reconhecendo e assumindo assim, os ‘novos caminhos’ abertos para a manifestação do espírito humano” (SBARDELOTTO, 2017, p. 25).

Outro grande marco histórico, segundo Sbardelotto, ocorreu no papado de João Paulo II (1978-2005), o primeiro pontífice que reconheceu a “revolução das comunicações e da informática em pleno desenvolvimento” e que efetivamente inseriu a Igreja no processo de digitalização. O lançamento do site do Vaticano aconteceu em 1995, a princípio somente com uma mensagem natalina de autoria do Papa João Paulo II.

Atualmente a Igreja Católica se utiliza de diversos recursos oferecidos pelo ciberespaço como ferramenta de evangelização (site e redes sociais).

Do ponto de vista da perspectiva protestante, é mais complicado determinar com precisão o momento em que os evangélicos começam a utilizar o ciberespaço como campo de evangelização. De acordo com um estudo feito por Borelli *et al.* (2010, p. 165), uma das primeiras igrejas a utilizar o ciberespaço foi a Igreja Universal do Reino de Deus ainda no final dos anos 90. Em 30 de abril de 2001, a igreja lança o site Arca Universal. Um outro exemplo de pioneirismo digital foi a Igreja Adventista, que colocou no ar em 1994 o seu primeiro site. O *cvvnet.org* é considerado o primeiro a disponibilizar uma série de estudos bíblicos *on line*.

A pandemia provocada pelo Covid-19 (Corona Vírus), em 2020 no Brasil, foi importante na medida em que forçou muitas igrejas cristãs a utilizarem o ciberespaço como modo de manter o seu funcionamento. Isso aconteceu por conta da necessidade de isolamento social como forma de redução do contágio.

Um exemplo disso é a Igreja Evangélica Pentecostal Brasil para Cristo, pastoreada por Helbes Mendes. Segundo notícia publicada pelo portal *meionorte.com*, a igreja fez as suas primeiras experiências de transmissão *on line* no dia 21 de março de 2020. Nas palavras do pastor Mendes:

Criamos grupos de WhatsApp com todos os integrantes para fornecer informações seguras e confiáveis dos órgãos governamentais. Nossos cultos não ocorrem na igreja, mas ocorrem em cada lar e fazemos vídeos no Instagram e no Youtube. Estou fazendo lives para que toda a população possa ouvir uma mensagem de fé e esperança (IGREJAS..., 2020).

Todas as ações feitas por líderes religiosos, cristãos e pela própria Igreja utilizando-se dos recursos, canais e plataformas existentes no ciberespaço — como os *smartphones*, as redes sociais e os *blogs* — para propagar a mensagem do Evangelho de Jesus de Nazaré é denominado de Evangelismo Digital, Evangelismo Virtual, E-Vangelismo ou Web-evangelismo. Atualmente podemos observar um crescimento da utilização dessa forma de evangelização com o surgimento dos missionários virtuais (web-missionários) e dos influenciadores digitais cristãos; no entanto alguns cuidados precisam ser tomados.

Da mesma forma que a Igreja remodelou os processos de evangelização para a utilização do rádio e da TV, será preciso uma nova adequação para utilizar todo o arcabouço oferecido pelo ciberespaço. Por exemplo, hoje é possível evangelizar através de elementos como as redes sociais, *podcasts*, *e-books*, vídeos, grupos *on line*, revistas eletrônicas, aplicativos e etc.

Entretanto, cada um desses elementos possui objetivo próprio, linguagem específica e engaja um perfil diferente de pessoa. Por exemplo, a evangelização feita por meio de uma rede social não pode ser semelhante a uma feita por um *podcast*. Somam-se a isso as características impostas pela cibercultura, que são diferentes da cultura do mundo físico.

Consciente do desafio, algumas igrejas estão profissionalizando seus processos de evangelização e criando departamentos para cuidar exclusivamente do evangelismo digital.

2.3 Desdobramentos do processo de evangelização provocados pelo ciberespaço

A utilização do ciberespaço como campo de evangelização criou uma força reversa que acabou atingindo o próprio processo evangelístico; essas transformações são o resultado de alguns desdobramentos que vamos apresentar agora.

Sbardelotto (2012, p. 89) afirma que, ao tentar conquistar o território digital, o cristianismo acabou por sofrer mudanças na sua maneira de impactar e evangelizar as pessoas. Ou seja, “a religiosidade *on line* é tanto sinal como produto da mudança”.

É importante esclarecer que os desdobramentos ocorrem parte por conta do próprio funcionamento do ciberespaço com suas plataformas, recursos e dispositivos e parte por conta da própria cibercultura contida nele.

A apresentação dos desdobramentos está baseada na sistematização proposta por Sbardelotto (2012, p. 315-330).

Classificamos os desdobramentos em 4 categorias a saber:

1. Novas espacialidades: surgimento de uma igreja universal e virtual, na qual os templos são os próprios lares; os púlpitos são os aparelhos eletrônicos e o sinal da pertença à igreja se expressa por meio da conexão de Internet (SBARDELOTTO, 2012, p. 89). Sobre esse aspecto, Gomes (2006, p. 9-27) afirma que o fiel agora sente que o templo é a sua casa. O sentimento de pertencimento a uma comunidade não é só no sentido físico de dentro do templo, mas de uma comunidade ligada por recursos eletrônicos. Essa nova modalidade de pertencimento faz surgir as chamadas “Comunidades Eclesiais Digitais (CED’s)”.
2. Novas ritualidades: o deslocamento do templo físico para uma igreja digital fez surgir uma nova categoria de ritual; os “rituais *on-line*”. Compreendemos rituais *on-line* como atos e práticas de fé exercidas em ambiente digital. As pessoas passam a encontrar uma oferta de experiência religiosa não apenas nas igrejas de pedra, nos padres (pastores) de carne e osso e nos rituais palpáveis, mas também na religiosidade existente e disponível nos *bits* e *pixels* da Internet (SBARDELOTTO, 2012, p. 28). A possibilidade de realização de rituais religiosos pelos fiéis, sem a intervenção presencial e direta da Igreja, resultou em um outro desdobramento que Sbardelotto (2012, p. 61) chama de “bricolagem religiosa”. Ou seja, o discípulo de Jesus pode viver seu momento sagrado onde quiser, na hora mais apropriada e sem a intermediação de um pastor, padre ou sacerdote.

3. Novas discursividades: a Internet, pela sua facilidade de uso e pela expansão do alcance e da abrangência das interações sociais, possibilita que as pessoas assumam um poder de ter uma “palavra pública” (SBARDELOTTO, 2017, p. 84). Nesse “empoderamento” provocado pelo ciberespaço, surge um novo posicionamento dos cristãos, dos leigos, não apenas como meros ouvintes da Palavra, mas também como possíveis “produtores de uma palavra” sobre a fé. De acordo com Sbardelotto (2017, p. 300-301), no ambiente digital, os cristãos passam a “tomar a palavra” publicamente, erigindo-se socialmente como especialistas religiosos no seu âmbito local de interação.
4. Novos métodos de evangelização: acumulados, os desdobramentos anteriores geraram uma força que acabou por modificar o próprio processo de evangelização da Igreja. Usando o campo missionário tradicional como referência, o ciberespaço passa a se revelar como renovador de paradigmas. Se no campo tradicional a intenção é a de busca, a atuação missionária no ciberespaço é de oferecimento. Já não há neste tipo de ambiente a ação ativa do missionário no sentido de buscar o indivíduo, de tomar a iniciativa do contato interpessoal para a evangelização. Os missionários passam a esperar que os usuários procurem suas páginas disponíveis, ou aguardam uma manifestação em algumas de suas redes sociais. O processo de evangelização é intermediado por uma relação de consumo da mensagem. De um lado, os web-missionários produzem conteúdo para os mais diferentes meios, plataformas e dispositivos do ciberespaço; de outro está o usuário que consome esse conteúdo produzido da maneira que achar melhor. A evangelização digital também tem um caráter portátil. O usuário tem sempre à mão, para pegar o que precisar, quando precisar, para a angústia que achar mais necessária. Basta desbloquear o seu *smartphone* e abrir um aplicativo.

3 Metodologia

O trabalho parte da hipótese que, semelhante ao que aconteceu com o processo de evangelização que sofreu adequações ao longo do tempo segundo novos campos e ferramentas que foram surgindo (imprensa, rádio e TV), o mesmo poderia acontecer quando ele fosse utilizado no ciberespaço.

Para o desenvolvimento do tema, adotou-se, para o alcance dos objetivos propostos, a realização de uma pesquisa exploratória. Essa decisão foi tomada após a leitura de Green (2020). Segundo o autor, a maior parte dos evangelistas não se interessam muito por teologia; e a maioria dos teólogos não se interessa muito por evangelização.

É importante destacar que sendo a evangelização um dos temas menos frequentes na Teologia, o presente trabalho se apresenta como uma pesquisa de natureza básica, ou seja, a sua contribuição é para fins didáticos (estudos de livros e materiais documentais).

Depois de sistematizada toda a necessidade metodológica do trabalho, tomou-se a decisão que, do ponto de vista do delineamento (planejamento), a melhor forma seria realizar uma pesquisa bibliográfica. Para o tema objeto do estudo, a pesquisa bibliográfica possibilita uma melhor aproximação e um entendimento mais adequado do percurso histórico e da realidade atual.

Como instrumentos para a coleta de dados, utilizaram-se resumos de fichamentos. Os resumos foram elaborados com base nas obras de maior relevância sobre o tema. Os fichamentos foram organizados em três frentes de trabalho.

Primeiro foi necessário descobrir autores que pudessem contribuir com o percurso histórico do processo de evangelização e, além disso, oferecer informações sobre as transformações ocorridas ao longo desse tempo. Em um segundo momento foi necessário encontrar autores cujas obras estavam orientadas ao ciberespaço e à cibercultura. A terceira e última fase do fichamento foi a de encontrar obras que já apontaram possíveis desdobramentos provocados pelo ciberespaço no processo de evangelização.

Portanto, do ponto de vista metodológico, o trabalho é uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, ou seja, visa aumentar a aproximação com o tema por meio de uma abordagem dedutiva. Por tratar-se das transformações do processo de evangelização desde a Igreja Primitiva até o ciberespaço, o objetivo é contribuir com uma pesquisa básica e gerar novos conhecimentos úteis para o avanço da Teologia.

4 Considerações finais

Esse trabalho é uma importante contribuição na medida em que descreve o comportamento do processo de evangelização ao longo do tempo e suas respectivas transformações/adequações, ocorridas desde a Igreja Primitiva até o surgimento do ciberespaço. Configura-se como uma importante ferramenta de contextualização das estratégias evangelísticas às necessidades do mundo digital e atual.

De acordo com a pesquisa bibliográfica realizada, o encontro entre evangelização, ciberespaço e cibercultura gerou quatro importantes desdobramentos.

O primeiro está relacionado com o deslocamento espacial possibilitado pelo ciberespaço. Utilizando-se de dispositivos como o *smartphone* ou um tablet, conectados em plataformas como o *Youtube*, qualquer local pode se transformar em um templo religioso. Esse deslocamento espacial gerou outros dois desdobramentos. Um deles é a ressignificação da relação entre crer e pertencer, ou seja, não é mais necessário se unir a nenhum grupo religioso em particular. A ideia de pertença foi alterada para uma conexão de Internet, uma visualização no culto *on line* ou até mesmo uma “curtida” em uma rede social.

O segundo desdobramento é resultado do primeiro. O deslocamento espacial fez surgir uma nova categoria de ritual; os “rituais *on-line*”. Como a igreja se deslocou para a casa, trabalho ou carro, o cristão pode realizar os rituais quando achar melhor, sem a necessidade da intermediação presencial e direta da Igreja. Ele pode, por exemplo, rezar um terço por meio de um aplicativo ou oferecer a Santa Ceia para a família assistindo a um culto pelo computador. A essa desintermediação deu-se o nome de “bricolagem religiosa”.

O terceiro é, ao mesmo tempo, resultado e amplificação do segundo. A “bricolagem religiosa” é potencializada pela autonomia que as pessoas encontram no ciberespaço. Essa autonomia empodera e torna as pessoas consumidoras e geradoras de conteúdo. Diante disso, novas discursividades surgem instantaneamente e a todo momento e isso pode resultar na perda de controle institucional pela Igreja sobre o próprio processo de evangelização.

O quarto e último desdobramento é o resultado da junção dos três anteriores. Diferentemente do mundo físico (*off-line*), no qual a evangelização é a de busca, na cibercultura/ciberespaço ela é de oferta. O processo de evangelização é intermediado por uma lógica de consumo. De um lado os web-missionários produzem conteúdo para ofertar e de outro estão as pessoas escolhendo nas “prateleiras” o que querem levar. Além de uma lógica consumista, o evangelismo digital também tem um caráter portátil. A pessoa tem sempre ao seu alcance, por onde andar, o “produto” que “comprou”. Basta desbloquear o seu *smartphone*.

Com relação aos objetivos propostos, o trabalho alcançou o resultado esperado, pois oferece uma importante contribuição não só histórica para o entendimento do processo de evangelização, como contemporânea na compreensão e utilização de novas formas de evangelização. Além disso, pode servir de ferramenta para a elaboração ou melhoria dos planos estratégicos de diferentes igrejas e denominações.

Por fim, com base em toda a análise oferecida pelo trabalho, podemos concluir que o ciberespaço é um importante campo de evangelização, na medida em que oferece meios e

formas de se alcançar pessoas que os métodos anteriores não conseguem. No entanto, o processo de evangelização deve passar por transformações para se adequar à cultura cibernética e tornar-se mais eficiente e eficaz.

Nesse sentido, dada a importância do tema, se faz necessário o desenvolvimento de outras pesquisas que possam aprofundar o horizonte trilhado até aqui. Uma sugestão é fazer uma análise comparativa entre o método tradicional e a evangelização digital. Enquanto o método tradicional tem uma estratégia essencialmente geográfica, por meio da proliferação de igrejas das mais diferentes denominações, a evangelização digital independe de localização ou templo físico.

Referências

ANCINE. **TV Aberta. Informe Anual 2016**. Disponível em:

https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/televisao/pdf/informe_tvaberta_2016.pdf. Acesso em: 04 abr. 2020.

ASSIS, E. C. P. de. Ciberespaço e pós-modernidade em Neuromancer de William Gibson. *In: ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, 6, 2010, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: UFBA, FACOM, 2010. Recuperado de <http://www.cult.ufba.br/wordpress/24841.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2020.

BENASSI, Edgard Lopes. **Os ensinamentos de Jesus: da oralidade à Internet**. 2011. 113f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Marília, Marília, 2011.

BÍBLIA. **Bíblia de Estudos de Genebra**. 2. ed. Barueri, SP: Sociedade Bíblica do Brasil; São Paulo: Cultura Cristã, 2009.

BICALHO, Maria Gabriela Parenti; MORAIS, Rossana Cristina Ribeiro. Ciberespaço e território: construção de uma discussão interdisciplinar. **Revista PerCursos**, Florianópolis, v. 17, n. 34, p. 05 - 23, maio/ago. 2016. Disponível em: http://www.revistas.udesc.br/index.php/percursos/article/view/1984724617342016005/pdf_47. Acesso em: 20 mar. 2020.

BORELLI, Viviane *et al.* **Mídia e religião: entre o mundo da fé e o do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. Petrópolis: Vozes, 1997.

CENTRO PARA O ESTUDO DO CRISTIANISMO GLOBAL. **Status of Christian Christianity**. 2018. Disponível em: <https://www.gordonconwell.edu/center-for-global-christianity/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

CHAMPANGNATTE, Dostoiewski Mariatt de Oliveira; CAVALCANTI, Marcus Alexandre de Pádua. Cibercultura – perspectivas conceituais, abordagens alternativas de comunicação e movimentos sociais. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 16, n. 41, p. 312-326, set/dez. 2015. Disponível em: www.periodicos.pucpr.br Acesso em: 14 mar. 2020.

DIGITAL 2020: Brazil. **Datareportal**, [n.l.], 17 fev. 2020. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>. Acesso em: 07 abr. 2020.

FERGUSON, Everett. **História da Igreja**: dos dias de Cristo à pré-reforma. Rio de Janeiro: Central Gospel, 2017. v. 1.

GOMES, Pedro Gilberto. A chamada “Igreja eletrônica” – conceitos envolvidos. *In*: SIERRA GUTIÉRREZ, Luis Ignacio (org.). **Religião da mídia**: credibilidades em tensão. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2006. p. 9-27.

GONTIJO, Cynthia Rúbia Braga. *et al.* Ciberespaço: que território é esse? **Educ. Tecnol.**, Belo Horizonte, v. 12, n. 3, p. 34-38, set./dez. 2007. Disponível em: <https://periodicos.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/114/116>. Acesso em: 14 mar. 2020.

GRAHAM, Billy. [Notas]: Revista Ultimato, p. 19, set. 1986. *In*: Evangelização – definições protestantes. [Viçosa], **Revista Ultimato**, n. 286, jan./fev. 2004. Disponível em: <http://www.ultimato.com.br/revista/artigos/286/evangelizacao-definicoesprotestantes>. Acesso em: 13 abr. 2020.

GREEN, Michael. **Evangelização na igreja primitiva**. 2. ed. São Paulo: Vida Nova, 2020.

GUIMARÃES Jr., Mário J. L. O ciberespaço como cenário para as Ciências Sociais. *In*: Congresso Brasileiro de Sociologia, 9, 1999, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: UFRS, 1999. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/viewFile/14652/13398>. Acesso em: 14 mar. 2020.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. **O peregrino e o convertido**: a religião em movimento. Petrópolis: Vozes, 2008.

IGREJAS evangélicas fazem cultos e atendimentos por Internet. **Meionorte.com**, Piauí, 22 mar. 2020. Notícias, [n.p.]. Disponível em: <https://www.meionorte.com/noticias/igrejas-evangelicas-do-piaui-fazem-cultos-por-internet-384676>. Acesso em 15 abr. 2020.

JULIATTO, Clemente Ivo. **Um jeito próprio de evangelizar**: a pastoral na PUCPR. Curitiba: Champagnat, 2008.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia**: interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LE MOS, A. As estruturas antropológicas do ciberespaço. *In*: LEMOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Instituto Piaget, 1999.

Ide e pregai o evangelho a todo internauta: da igreja primitiva ao evangelismo digital. desdobramentos do processo de evangelização provocados pelo ciberespaço

MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de A. (org). **Religiões e religiosidade no (do) ciberespaço**. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.

MYKLOS, Jorge. **Ciber-religião**: a construção de vínculos religiosos na cibercultura. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2012.

ONU aponta que, mais da metade da população mundial usa internet. **G1**, Rede Globo, 07 dez. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/12/07/mais-da-metade-da-populacao-mundial-usa-internet-aponta-onu.ghtml>. Acesso em: 21 mar. 2020.

PHILLIPS, Keith W. **A formação de um discípulo**. 2. ed. São Paulo: Editora Vida, 2008. SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez bit**: a comunicação e a experiência religiosas na Internet. Aparecida, SP: Editora Santuário, 2012.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede**: religiosidade em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SILVA, Taziane Mara da *et al.* Ciberespaço: uma nova configuração do ser no mundo. **Psicologia em Revista**, Belo horizonte, v. 21, n. 1, p. 176-196, abr. 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v21n1/v21n1a12.pdf>. Acesso em 10 abr. 2020.

STARK, Rodney. **O crescimento do cristianismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.

MYKLOS, Jorge. **Ciber-religião**: a construção de vínculos religiosos na cibercultura. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2012.

ONU aponta que, mais da metade da população mundial usa internet. **G1**, Rede Globo, 07 dez. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/12/07/mais-da-metade-da-populacao-mundial-usa-internet-aponta-onu.ghtml>. Acesso em 21 mar. 2020

PHILLIPS, Keith W. **A formação de um discípulo**. 2. ed. São Paulo: Editora Vida, 2008.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez bit**: a comunicação e a experiência religiosas na Internet. Aparecida, SP: Editora Santuário, 2012.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez rede**: religiosidade em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SILVA, Taziane Mara da *et al.* Ciberespaço: uma nova configuração do ser no mundo. **Psicologia em Revista**, Belo horizonte, v. 21, n. 1, p. 176-196, abr. 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v21n1/v21n1a12.pdf>. Acesso em 10 abr. 2020.

STARK, Rodney. **O crescimento do cristianismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.