

O EVANGELHO NO NOVO MILÊNIO: O USO DA WEB 2.0: UMA PARCERIA POSSÍVEL ESCOLA

Jackson Santos Fonseca^{*}
Edislane Figueira Fonseca Santos^{**}

RESUMO

Este trabalho ocupa-se com o uso da Web 2.0 no inter-relacionamento evangélico educativo e suas interações mediadas por meios eletrônicos. A abordagem tem como característica norteadora a preocupação com o processo de evangelização que envolve mecanismos de cognição e fé que interferem no viver social do indivíduo. Nessa perspectiva, procura-se mostrar que a Web 2.0 é um viés em expansão contemporaneamente, sendo um mecanismo proativo no processo de evangelização, ou seja, educação social, destacando assim, sua importância e aplicabilidade social. Estabeleceu-se como objetivo principal a reflexão em relação ao uso dos meios midiáticos no processo de ir e levar a palavra de Deus a todos os lugares (Mt 28.18-20) e as interações desencadeadas no processo de ensino aprendizagem. O grande diferencial oriundo dessa nova possibilidade para o evangelismo é o de oferecer opções de espaço, de atores, de tempo e fluxos, funcionando como um novo palco, possibilitando interações em níveis nunca antes imaginados.

Palavras-chave: Igreja. Evangelismo. Web 2.0. Fé.

ABSTRACT

This paper deals with the use of Web 2.0 on the interrelationship evangelical education and their interactions mediated by electronic means. The approach is characterized by a concern with guiding the process of evangelization which involves mechanisms that interfere with cognition and faith in social life of the individual. From this perspective, it attempts to show that Web 2.0 is an expansion bias in contemporaneously, being a proactive mechanism in the process of evangelization, that is, social education, thus underscoring its importance and social applicability. It was established as a main objective the discussion regarding the use of media resources in the process to go and bring the word of God everywhere (Matthew 28:18-20) and the interactions triggered the process of teaching and learning. The big difference coming from this new opportunity for evangelism is to offer space options, actors, and flows of time, working as a new stage, enabling interactions at levels never before imagined.

Keywords: Church. Evangelism. Web 2.0. Faith.

^{*} Possui Mestrado em Teologia pela Faculdade Escola Superior de Teologia. Especialização em Tecnologias em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Especialização em Docência do Ensino Superior pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Graduação em Licenciatura Plena em Geografia pela Universidade do Estado da Bahia, Graduando em Pedagogia, pela Faculdade de Ciências Educacionais. Atualmente é professor e gestor. Tem experiência na área de Educação, Gestão Escolar e Informática Educacional. E-mail – Jacksonsantosnen1@hotmail.com.

^{**} Graduanda em Administração pela Universidade Salvador – UNIFACS. E-mail – Edislane_26@hotmail.com. O presente representa parte da dissertação: *O Evangelho no novo milênio: o uso da Web 2.0: uma parceria possível*, orientada pelo professor Dr. Emilio Voigt,

INTRODUÇÃO

Contemporaneamente, a articulação realizada via Internet, comumente é definida como rede mundial de computadores, permite a comunicação e a transferência de dados entre equipamentos e, conseqüentemente, entre as pessoas conectadas a ela. Esse meio de comunicação faz parte das mídias. Este trabalho utilizará a definição de Wilson Dizard, que as considera como o conjunto de meios tecnológicos cujos mais expressivos expoentes são: TV, jornais, revistas e Internet.¹

A abordagem metodológica parte da observação hermenêutica das interações oriundas de portais, que são sites especializados em determinadas temáticas. Os portais com temáticas religiosas cristãs, que enfocam a evangelização, formam o pano de fundo dessa pesquisa. A evangelização vem da palavra “evangelho”, cuja raiz grega “evangelion” tem por significado “boas novas”. Alguns pressupostos teóricos acerca do processo de evangelização que irão nortear este trabalho: biblicamente, temos em Mateus 28. 19-20 e Marcos 16.15:

Ide, portanto, fazei discípulos de todas as nações, batizando-os em nome do Pai, e do Filho, e do Espírito Santo; ensinando-os a guardar todas as coisas que vos tenho ordenado. E eis que estou convosco todos os dias até à consumação do século (Mt 28.19-20); E disse-lhes: Ide por todo o mundo e pregai o evangelho a toda criatura (Mc 16.15).

No Dicionário Brasileiro de Teologia:

É o ato de se testemunhar com a vida (martyria), palavra (kerygma), obras (diakonia) e sinais o cumprimento da promessa de Deus. [...] A evangelização não pode ser confundida com colonização, violência cultural, etnocídio e vários outros males praticados.²

Um dos pontos em comum entre os questionamentos que se colocam diante das novas tecnologias comunicacionais, entre elas a Internet, gira em torno de sua utilização pela sociedade e na práxis cristã. O que, de acordo com a historicidade, reverte-se de inúmeras e variadas possibilidades de aplicações e interações como nunca se viu antes.

¹ DIZARD, Wilson. *A nova mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 24.

² CESAR, Elyeser Barreto. Evangelho. BORTOLLETO FILHO, Fernando; SOUZA, José Carlos; KILPP, Nelson (Orgs.). *Dicionário Brasileiro de Teologia*. São Paulo: ASTE, 2008. p. 406.

Essa é a linha que se pretende seguir e desenvolver durante a pesquisa e a confecção do trabalho de conclusão de curso, buscando e tentando elencar estudos e meios que contemplem as especificidades que a questão comporta.

Assim, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar, a partir de argumentos plausíveis o entrecruzamento evangelização-Internet. Com esse objetivo, inicia-se essa pesquisa buscando demonstrar que, na atualidade, o entrecruzamento evangelização-Internet representa um fator importante para manter a igreja “em movimento” e em sintonia com seu tempo.

Não se pretende, com esse trabalho, fazer apologia à Internet ou afirmar que esse ou aquele é o único caminho ou modelo a ser seguido indiscriminadamente pelas igrejas. Cada igreja possui seu tempo e maneira, apropria-se dos conhecimentos e segue a vontade e o mover do Espírito Santo.

CIBERCULTURA, MÍDIAS E INTERNET

São apresentados, a seguir, conceitos e pressupostos teóricos para compreender e fundamentar as interações articuladas na atualidade através do ciberespaço.

Cibercultura e interações através das novas tecnologias

De início, devemos conceituar cibercultura, tendo em vista os vários sentidos em que pode ser empregado. Para Piérre Lévy, a cibercultura

Relaciona-se diretamente com a dinâmica política, antro-po-social, econômica e filosófica da sociedade contemporâneas, interconectada em e através de redes, como também engloba os desdobramentos que este comportamento requisita e demanda.³

É a expressão da cultura contemporânea, fortemente marcada pelas tecnologias digitais, associadas à Internet como: Home banking, cartões inteligentes, voto eletrônico, redes sociais, pages, palms, declaração de Imposto de Renda, pagamento de contas, inscrições em diversos concursos e cursos, educação a distancia - virtual (EAD), entre outras interações via Web. Essas, entre inúmeras

³ LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: 34, 1999. p. 92.

outras situações, demonstram e comprovam como a Cibercultura está presente na vida cotidiana de cada indivíduo.

Neoevangelização

Sebastião Soares concebe a evangelização segundo cinco marcas ou cinco balões que simultaneamente a carregam no “vendaval” do Espírito:

Proclamar as boas novas do Reino; ensinar, batizar e nutrir as pessoas que se aproximam da fé; exercer serviço de amor a quem está em necessidade; lutar para transformar as estruturas injustas da sociedade; trabalhar em favor da vida e da conservação e renovação dos recursos da terra.⁴

Nessa linha, a evangelização é a única tarefa da Igreja. Parafraseando o Evangelho de João, capítulo 9, vemos a importância do anunciar por obras e por palavras. Não se trata de uma nova maneira de evangelizar e sim de ver o processo transformador como algo mutável que pode ser implementado de acordo com o seu tempo.

É importante diferenciar conceitualmente igreja de templo, pois comumente seus significados são considerados similares. A definição utilizada nesse trabalho para Igreja vai ao encontro do: Novo Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa, que a conceitua como comunidade de fiéis de uma mesma fé ou religião⁵; Para o Minidicionário escolar de língua portuguesa, igreja é definida como comunidade de fiéis, ligados pela mesma crença⁶; Para os evangélicos, em geral, igreja significa o corpo de Cristo. O termo Igreja é comumente empregado para designar conjunto de pessoas que seguem os preceitos bíblicos, independente de onde estejam. “Templo”, em ambos os dicionários, refere-se a um espaço físico, independente do nome ou denominação que se queria utilizar. Seguindo essas definições, uma comunidade na Internet pode ser considerada uma igreja? Cabem ressalvas no tocante ao grau, qualidade e quantidade de inter-relacionamento que podem ocorrer intermediados por esse meio, de maneira proativa entre seus membros.

⁴ SOARES, Sebastião A. Evangelização e diaconia. *Cadernos CESE Debate*, ano 6, n. 5, jul. 1996, p. 51.

⁵ IGREJA. In: FERREIRA, Aurélio. Buarque de Holanda. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

⁶ IGREJA. In: RIOS, Dermival Ribeiro. *Minidicionário escolar de língua portuguesa*. São Paulo: Difusão Cultural do Livro, 1999. p. 319.

Biblicamente, a Igreja nasceu de uma decisão de Jesus registrada em Mateus 16.18: “Pois também eu te digo que tu és Pedro, e sobre esta pedra edificarei a minha igreja, e as portas do inferno não prevalecerão contra ela”. A igreja continuará a existir se as pessoas de e com fé no Evangelho buscarem interagir à luz das escrituras bíblicas e mantiverem atuais as ações da igreja nas variadas situações contemporâneas, de forma clara e sempre aberta a novos encontros situacionais e culturais. Dentro dessa realidade, deve-se anunciar, numa linguagem compreensível e atualizada com seu tempo, a mensagem libertadora do Evangelho.

Aparte de tais proposições, a investigação foi direcionada para procurar argumentos e embasamentos que confirmassem ou não essa tese. Tendo como norteador e ponto de partida a pergunta norteadora: “O entrecruzamento proativo da evangelização com a Internet é uma ação possível?”.

O evangelho na era do conhecimento

A Internet é um viés midiático em constante crescimento em todo mundo. A evangelização neste espaço desconhece fronteiras ou tempos pré-estabelecidos. Na relação Evangelização-Internet, deve-se sempre ter em mente que o Evangelho é comunicado, ou seja, as boas novas de Jesus Cristo. O interesse primário é o Evangelho e o que ele significa. Dessa maneira, o que importa primeiro é o que se quer comunicar e depois o como comunicar. É levar e informar o conteúdo sem a camisa de força da metodologia, ainda que na comunicação o que e o como sejam e estejam comumente inseparáveis.

A contemporaneidade é caracterizada como a era do conhecimento devido à rápida e avassaladora criação e disponibilização de uma gama de informações a quem tem acesso aos meios tecnológicos. A cada momento, uma quantidade inimaginável de informações é gerada e compartilhada.

Contemporaneamente convive-se com suspeita e deslumbramento frente à veracidade e potencialidade das mídias e, em especial, da Internet, tanto para as interações em geral quanto para a difusão do Evangelho. Desencadeando assim algumas consequências como o deslocamento do local de ocorrência das interações, ou seja, do presencial para o virtual; possibilitando assim uma nova lógica da inter-relação tempo espaço, que permeia as ações individuais e coletivas.

As mídias e, em especial, a Internet, colocadas a serviço do Evangelho são susceptíveis de ampliar, quase até ao infinito, o campo para levar e ouvir a palavra de Deus, fazendo com que essa mensagem chegue a milhões de pessoas que, segundo os moldes tradicionais, não a conheceriam e/ou demandaria vultosas ações e recursos pessoais e financeiros.

Muitos evangélicos podem vir a se sentir, em um futuro relativamente próximo, culpados pelo não uso e/ou pelo atraso na apropriação das mídias e consequente utilização em sua práxis evangélica. Na Internet, temos uma releitura do inter-relacionamento evangélico, na qual o fazer e o conviver se revertem da virtualidade, criando e implementando assim espaços nunca antes imaginados como palco de evangelização.

No entanto, o uso da Internet para a evangelização comporta uma exigência: a mensagem deve chegar às multidões ou massa com a capacidade de penetrar no coração e na consciência de cada um individualmente, visando atingir e transformar, não de forma alienante, e sim emancipatória, desenvolvendo proativamente uma sensibilidade para buscar uma vivência e ambiência harmônica entre os seres, possibilitando uma transformação e um compromisso realmente pessoal e transformador. Isto vai ao encontro do que é pregado no Evangelho.

A palavra é viva e cada um, de acordo com sua historicidade, interpreta e interioriza a mensagem, podendo se apropriar ou não, para transformar seu viver e conviver para atender a essa realidade.

A enorme e mássica presença do computador e da Internet em nosso cotidiano é fato inegável. Isso pode ser constatado por dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV), divulgados através da 20ª Pesquisa Anual do Uso de Informática, em 26 de maio de 2009.⁷ Segundo a pesquisa, o Brasil tem aproximadamente 60 milhões de computadores, o equivalente a um Computador Pessoal – PC para cada três habitantes. Porém, não se pode determinar quantos estão conectados à Internet. Esses dados demonstram a inserção dessa mídia em nosso cotidiano. Conjuntamente a eles, temos os dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), que estimou a média nacional de tempo de conexão à Internet

⁷ FELITTI, Guilherme. *Brasil tem um computador para cada três habitantes, diz FGV*. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/computacao_pessoal/2009/05/26/brasil-tem-um-computador-para-cada-tres-habitantes-diz-fgv>. Acesso em: 30 de mai. 2009.

em 23 horas e 51 minutos para o mês de março de 2009.⁸ Esses dados demonstram que a vivência e ambiência com a cibercultura estão rapidamente se tornando uma realidade para uma parcela significativa de nossa sociedade. Esses dados são constituídos de estimativas e médias, e não demonstram as particularidades locais, estadual e regional. Todavia, eles dão um indicativo das tendências e caminhos que estão se delineando em nosso tempo.

As aplicabilidades do computador associado à Internet são inumeráveis e podem ser utilizadas para variadas finalidades e, de certa forma, essas ações acabam sendo revestidas de características divinas, como onipresença e onisciência. Ou seja, pode estar em vários lares ao mesmo tempo e o tempo todo, transmitindo em determinados momentos fragmentos de um grande saber emancipado e, em outros, doutrinando segundo óticas de origens, demandas e anseios indefinidos. Essa realidade já extrapolou o espaço dos lares, das escolas e das universidades, chegando a restaurantes, saguão de aeroporto, comércio em geral. Independentemente da relação espaço-tempo, estabelecem-se intermediações midiáticas e suas implicações.

Evangelizadores na contemporaneidade

Os evangelizadores contemporâneos, em sua maioria, tornaram-se animadores de palco, desempenhando em determinado momento o papel de responsáveis por programas religiosos nas várias mídias, como também, responsáveis por grupos, congregações, igrejas e centros de formação, dentre outros.

Na busca por se inteirar e dominar as várias mídias e, em especial, a Internet, para se manter atualizado com seu tempo, muitos evangelistas se afastam do que realmente estavam buscando: subsídios para evangelizar, aconselhar, enfim, pastorear. Um evangelista que se apropria proativamente das mídias não deve perder de foco. A utilização dos aparatos de comunicação interpessoal não deve ser utilizada como modismo. Deve buscar estar atento ao sopro do Espírito Santo, como também a ouvir os anseios das pessoas deste tempo e, principalmente, ser

⁸ AGÊNCIA ESTADO. *Brasil lidera ranking em tempo de acesso residencial à internet*. Disponível em: <<http://www.triangulomineiro.com/noticia.aspx?catNot=56&id=8618&nomeCatNot=Inform%C3%A1tica%20e%20Tecnologia>>. Acesso em: 03 jun. 2009.

ressonância e amplificador da Palavra de Deus. Esses são alguns dos desafios com que os evangelizadores contemporâneos se confrontam.

Um questionamento salutar e apropriado é sobre a relevância das mídias. Alguns dizem que não servem para evangelizar, outros que é um veículo do mal. Na vertente contrária, alguns dizem que é uma revolução frente às possibilidades de evangelização, que podem levar o Evangelho, ao mesmo tempo, a pessoas geograficamente distantes, entre outros argumentos. Essa discussão também ocorre em outras áreas e o fato central é que muitos colocam a mídia como algo dotado de consciência, podendo fazer o bem ou o mal. No entanto, o ponto a ser pensado deveria ser por quem e como essas mídias estão sendo utilizadas, pois a mídia por si só é neutra, por se tratar de um meio. No entanto, ao se definirem formas, meios, metas e conteúdos, entre outros aspectos, elas são dotadas de significados e significantes, tornando-se capazes de realizar ações.

O papel das mídias para a evangelização contemporânea

Evangelizar deve ser uma ação proativa, um dar-se constante, é levar a mensagem sem saber como ela irá chegar. Contemporaneamente, evangelizar através das mídias continua tendo a mesma essência, pois se dá sem saber como o outro irá receber a mensagem. O que mudou foi o palco e o tempo de ocorrência.

Essência humana: o cuidado

A partir da segunda metade do século XX, houve um crescimento acelerado da população urbana no Brasil. Ao mesmo tempo, há o surgimento e a proliferação dos primeiros trabalhos de evangelização protestante, e, conseqüentemente, o surgimento de igrejas evangélicas. Fato que é facilmente constatado por dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística⁹ (IBGE) e de outros institutos de pesquisa, como o Instituto de Estudos da Religião (ISER),¹⁰ no Rio de Janeiro, e pelo Departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo (USP),¹¹ em São Paulo. A quantidade de pessoas que se denominam evangélicas a cada dia

⁹ IBGE. *Os imigrantes alemães no Brasil*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/povoamento/alemaes/imigalema.html>>. Acesso em: 20 out. 2008.

¹⁰ ISER. Disponível em: <<http://www.iser.org.br>>. Acesso em: 20 out. 2008.

¹¹ UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/sociologia/docentes/index.php>>. Acesso em: 20 out. 2008.

aumenta e, conseqüentemente, a necessidade do cuidado que, nesse trabalho, é abordado na ótica de Leonardo Boff:

De origem latina, a palavra cuidar é mais freqüentemente associada ao verbo cogitare, embora também encontremos referência a sua origem na palavra, também latina, curare, derivada da primeira. [...] Na primeira, o sentido é de pensar, supor, imaginar; e, na segunda, tratar de, pôr o cuidado em.¹²

Pode-se conjugar essa definição às teorias da psicologia moral, também de Boff, que possibilitam uma interpretação proativa sobre o cuidado sintetizando as dimensões cognitivas, afetivas e morais do cuidado, aproximando-se ao cuidado demonstrado por Jesus.

Morrendo na cruz cuida dos ladrões crucificados ao seu lado e cuida de sua mãe, entregando-a aos cuidados do discípulo predileto João (Jo 19,26-27). Jesus foi um ser de cuidado. O evangelista Marcos diz com extrema finura: "ele fez bem todas as coisas; fez surdos ouvir e mudos falar" (Marcos 7,37). Teve cuidado com a vida integral.¹³

Normalmente, pensa-se em cuidado apenas com entes queridos, com a natureza ou com temas da moda (que estejam tendo uma repercussão na mídia). Na maioria das vezes, não se vê ou não se presta atenção no que está acontecendo à volta, com pessoas ao redor, como amigos, vizinhos e colegas de trabalho, dentre outros. Comumente, ajuda-se um estranho a apanhar algo que caiu, a atravessar a rua, a dar uma informação de onde fica algo e situações do tipo. Porém, não se faz o mesmo com quem está próximo. Que cuidado é esse? No entanto, saber cuidar é uma maneira de encarar a vida, ou melhor, uma filosofia de vida.

Historicamente, temos inúmeros exemplos de pessoas que se dedicaram a servir e não a ser servidos, abdicando de riqueza e status. Se forem elencados nomes, teremos uma lista quilométrica, pois não se deve ficar focado apenas àquelas pessoas que, de uma maneira ou de outra, tiveram ou têm repercussão na história ou na mídia, e sim as anônimas que fazem a diferença no cotidiano, colocado por Boff:

¹² BOFF, Leonardo. *Saber cuidar. ética do humano: compaixão pela terra*. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 42.

¹³ BOFF, 2002, p. 168.

Fez da misericórdia a chave de sua ética. É pela misericórdia que os seres humanos chegam ao Reino da vida; sem a misericórdia não há salvação para ninguém (Mateus 25,36-41). As parábolas do bom samaritano que mostra compaixão pelo caído na estrada (Lucas 10,30-37) e a do filho pródigo acolhido e perdoado pelo pai (Lucas 15,11-32) são expressões exemplares de cuidado e de plena humanidade.¹⁴

As mídias, sobretudo a Internet, têm muito a contribuir nesse processo de retomada de consciência coletiva do cuidar, pois a mídia é um espaço privilegiado de apropriação e construção do conhecimento, desenvolvimento de potencialidades e sociabilização e de reflexão sobre as interações vivenciadas e experienciadas atualmente.

Quase todos os indivíduos, em essência, desejam e sonham com um futuro mais promissor, com uma sociedade sustentável, solidária e menos injusta, quase uma idealização. No entanto, segundo Boff, essa utopia “é que mobiliza movimentos, cria ideologias e alimenta o imaginário dos seres humanos que não se cansam de sonhar com um futuro reconciliado e integrado da sociedade humana”.¹⁵

Essa filosofia de vida de servir sem buscar ser servido, visando o bem da coletividade sem o prejuízo da individualidade, é em essência o exemplo deixado por Jesus. Assim, o trabalho verdadeiro de evangelizar é servir sem olhar a quem, que Boff coloca:

Jesus de Nazaré, é uma das figuras religiosas que mais encarna o modo-de-ser-cuidado. Revelou à humanidade o Deus-cuidado experimentando Deus como Pai e Mãe divinos que cuida de cada cabelo de nossa cabeça, da comida dos pássaros, do sol e da chuva para todos (cf. Mateus 5,45; Lucas 21,18). Jesus mostrou cuidado especial com os pobres, os famintos, os discriminados e os doentes. Enchia-se de compaixão e curava a muitos. Fatos inusitados para a época, associou a si várias mulheres como discípulas (Lucas 8,2-3). Cultivou um amor terno para com as amigas Marta e Maria (Jo 11,20-28; Lucas 10,38-42). Não furtou-se aos sinais do amor erótico manifestados por uma pecadora pública que lhe beijava e ungiu os pés com perfume (Lucas 7,37-39).¹⁶

Essa demonstração de amor e cuidado incondicional é um exemplo a ser copiado e seguido. O cuidado deve ser uma ação contínua e rotineira, que se inicia com a gestação e se finda com a morte. Devemos cuidar de todos os meios, fatores e ações que influenciem no viver e conviver em nosso planeta. Boff afirma:

¹⁴ BOFF, 2002, p. 168.

¹⁵ BOFF, 2002, p. 65.

¹⁶ BOFF, 2002, p. 168.

Sem o cuidado, ele deixa de ser humano. Se não receber cuidado, desde o nascimento até a morte, o ser humano desestrutura-se, define-se, perde sentido e morre. Se, ao longo da vida, não fizer com cuidado tudo o que empreender, acabará por prejudicar a si mesmo e por destruir o que estiver à sua volta. Por isso o cuidado deve ser entendido na linha da essência humana (que responde à pergunta: o que é o ser humano?). O cuidado há de estar presente em tudo. Nas palavras de Martin Heidegger: “cuidado significa um fenômeno ontológico – existencial básico”. Traduzindo: um fenômeno que é a base possibilitadora da existência humana enquanto humana.¹⁷

Mídias a serviço da evangelização

Contemporaneamente, não se poderia deixar de lançar mão das mídias, tais como: rádio, jornais, revistas, TV e agora a Internet. A Internet oferece inúmeras possibilidades de interação síncrona e assíncrona como: sites, fóruns, blog, fotoblog e comunidades, dentre outros. O grande diferencial oriundo dessas novas mídias para o cuidado e/ou evangelização é a possibilidade de oferecer outras opções de espaço, atores, tempo, fluxos e interações.

Assim, surge o questionamento: de que forma as igrejas utilizam as mídias para fazer jus ao que Jesus disse em Marcos 16.15 (Ide por todo o mundo, pregai o evangelho a toda criatura)? As principais interações evangélicas implementadas pelas mídias atualmente são: pregações, testemunhos, entrevistas, ministrações, mensagens, agendas, vídeos, louvores e fotos, dentre outras ações, que buscam articular os meios disponíveis com o processo de evangelização.

É importante ressaltar que esses meios por si só não cuidam ou evangelizam, cabendo implementações e articulações entre as mídias e a vida concreta, como bem assinala Boff:

A sociedade contemporânea, chamada sociedade do conhecimento e da comunicação, está criando, contraditoriamente, cada vez mais incomunicação e solidão entre as pessoas. A Internet pode conectar-nos com milhões de pessoas sem precisarmos encontrar alguém. Pode-se comprar, pagar as contas, trabalhar, pedir comida, assistir a um filme sem falar com ninguém. Para viajar, conhecer países, visitar pinacotecas não precisamos sair de casa. Tudo vem à nossa casa via on-line.¹⁸

Essa constatação é bem acertada, pois “criado para substituir o escravo, o instrumento tecnológico acabou por escravizar o ser humano ao visar à produção

¹⁷ BOFF, 2002, p. 168.

¹⁸ BOFF, 2002, p. 11.

em massa. Fez surgir uma sociedade de aparatos, mas sem alma”.¹⁹ Nessa ótica, a convivência evangélica é uma possibilidade. No entanto, essa interligação com o meio, não pode ser como seu senhor, e sim como parte integrante do nicho. Essa mudança de atitude é tanto possível como necessário.

Apropriações das mídias pelos evangélicos

Desde o início da segunda metade do século XX, o termo tele-evangelismo foi cunhado e é utilizado para designar o processo de disseminação do Evangelho através das mídias, em especial a TV e o rádio. De início, os principais expoentes dessa corrente foram os estadunidenses Billy Graham, Oral Roberts e Jerry Falwell, que tiveram uma grande influência nas décadas de 1960 e 1970, conseguindo significantes mudanças nos costumes e na moral estadunidense²⁰.

Seguindo essa corrente de evangelização através das mídias, vieram vários outros expoentes em inúmeros países espalhados pelo mundo. Esse evangelismo, quase sempre, vinha atrelado a uma forte carga ideológica, com direcionamentos extremistas nas doutrinas e um forte aparato publicitário e de marketing para conseguir uma profunda penetração nos lares e uma rápida aceitação, tanto para a aquisição de seus produtos comerciais, quanto para a audiência a seus programas.

Nesse tipo de Igreja de multidões, voltada para um público de massa, é muito mais importante a “participação pela emoção” que a “transformação pela fé”. O mais importante era o espetáculo, o culto perdia o mistério sagrado para se revestir da transparência da mídia, na qual imagem é tudo.

As residências ou outros locais de onde são acompanhados esses programas se transformam em templos. Os aparatos midiáticos equivalentes ao púlpito e o sinal de pertencer ao grupo se expressa pela audiência e consumo dos produtos. Para ser aceito como membro ou fiel, é necessária a capacidade de consumir, os artigos religiosos, em que “não existem maiores exigências, a não ser a participação pelo consumo dos bens oferecidos”.

No Brasil, os tele-evangelistas surgem com maior força na década de 1980, apresentando-se como maiores expoentes: Apóstolo Estevam Hernandez e sua

¹⁹ BOFF, 2002, p. 123.

²⁰ ASSMANN, Hugo. *La iglesia electrónica: y su impacto em América Latina*. San José: DEI, 1987. p. 86.

esposa, Bispa Sonia Hernandez, líderes da Igreja Renascer em Cristo (IRC), Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e Missionário R. R. Soares, líder da Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), dentre outros com menor repercussão nacional, mas com importância regional ou local. Todos esses tele-evangelistas utilizaram e utilizam as mídias disponíveis – TV aberta e a cabo, rádio, jornais, revistas, gravadoras de CD e DVD e, mais recentemente, a Internet para transmitir o que consideram sua missão de vida: levar a palavra de Deus a todas as criaturas e, em outra linha, a comercialização da fé.

Uma estratégia muito forte utilizada por todos esses líderes desde a segunda metade da década de 1980 foi o louvor que, de acordo com a Bíblia, está ligado e associado com a ideia ou ato de agradecimento, valorização, glorificação e exaltação por aquilo que Deus fez, faz e fará em nossa(s) vida(s), ou seja, nós louvamos a Deus por suas obras, bênçãos, curas, livramentos, perdão, graça, amor, misericórdia, cuidado, etc. Deus age, agiu e agirá, e seu povo o louva, agradece, exalta, elogia, etc. Essa definição é um resumo de Sl 145.4; Sl147.12-13; Is 25.01; Lc 19.37. Geralmente, generaliza-se louvor, que é adorar e glorificar a Deus, como música, que é arte/ou ciência de combinar os sons de modo agradável ao ouvido. Assim, surgiu um novo filão, denominado Música Gospel, cujos principais expoentes são: Ludmila Ferber, Rose Nascimento, Apocalipse 16 FLG, Arautos do Rei, Kleber Lucas, Oficina G3, Cassiane, Aline Barros, Fernanda Brum, Renascer Praise, David Quinlan e J. Neto, dentre outros.

Apesar das denominações religiosas e dos músicos possuírem sites, blogs e outros tipos de comunicação e comunidades na Internet para divulgar seu trabalho e ampliar sua influência e atuação junto à sociedade, o foco desse trabalho é o processo de evangelização pela Web, sem se prender a uma igreja, pois se acredita no que Jesus afirmou em João 14.2: “Na casa de meu Pai há muitas moradas”. Vários são os caminhos, porém, o alvo é um só: Deus.

Ao longo da história, os avanços tecnológicos foram responsáveis por transformações nos mais diversos campos de atividades. As novas tecnologias da informação e da comunicação vêm auxiliando a humanidade nesse período de transformações econômicas, sociais e políticas globalizadas, em um processo irreversível e a cada vez mais acelerado, caracterizando assim o interfluxo de comércio, finanças, pessoas e informações, dentre outros aspectos.

Web 1.0 vs. Web 2.0

Com a crescente popularização e universalização da Internet, ampliam-se conjuntamente as suas aplicabilidades. O termo World Wide Web, traduzido para o português, significa rede de alcance mundial. Comumente é conhecida pela abreviatura WWW ou simplesmente Web. Em termos gerais, é a interface gráfica que possibilita uma comunicação mais amigável através da Internet. A conceituação de Web 1.0 e 2.0 apresentada a seguir é uma compilação de DEL.ICIO.US,²¹ Adam Reyher,²² Alex Primo²³ e Carlos Nepomuceno²⁴ e Coutinho e Bottentuit.²⁵

Na Web 1.0, os usuários eram passivos em relação à maioria das situações, ou seja, eram meros espectadores e receptores na maioria das interações. Atualmente, com a Web 2.0, eles assumem uma ação proativa, são espectadores e criadores do conteúdo disponibilizado na Internet. As novas tecnologias possibilitaram uma nova forma de participação do usuário na produção e manipulação dos conteúdos.

O termo Web 2.0 foi utilizado inicialmente em meados de 2004 pela empresa O'Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a “Web como plataforma”, envolvendo wikis, aplicações baseadas em folksonomia, redes sociais e tecnologia da Informação. Aparentemente, “Web 2.0” poderia significar uma nova versão para a Web. No entanto, o termo não se refere à atualização ou mudanças radicais em suas especificações técnicas, mas a uma mudança na forma como é utilizada por seus usuários e desenvolvedores.

Inúmeros estudiosos da área da comunicação, computação e programação dizem que a Web 2.0 nada mais é que uma jogada de marketing ou um “buzzword”,

²¹ WEB 2.0: a evolução da web. Disponível em: <<http://web2.0br.com.br/conceito-web20>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

²² REYER, Adam. *O que é web 2.0?* Disponível em: <<http://translate.google.com.br/translate?hl=pt-BR&langpair=en|pt&u=http://www.adamreyher.com/2007/08/20/what-is-web-20>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

²³ PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *E-Compós*, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

²⁴ CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. *O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva*. Rio de Janeiro: Campus, 2006. p. 83.

²⁵ COUTINHO, C. P.; BOTTENTUIT Jr., J. B. Comunicação educacional: do modelo unidireccional para a comunicação multidireccional na sociedade do conhecimento. In: MARTINS, Moisés de Lemos; PINTO, Manuel (Orgs.). *Actas do 5º Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)*. Braga: Universidade do Minho, 2008. p. 1862.

pois as linguagens de programação usadas na Web 2.0 já existiam na Web 1.0 e a ideia de colaboração não é algo recente. Como exemplo, temos os fóruns e listas de discussões logo no início da criação da Web, utilizados nas universidades americanas.

Não se pode discordar totalmente dessas colocações, tendo em vista que as ferramentas existentes na Web 1.0, como por exemplo, e-mails, salas de bate papo, e fóruns já proporcionavam a interação entre os usuários. No entanto, essa interação era pequena tendo em vista a velocidade de conexão. O grande divisor d'águas entre a Web 1.0 e a Web 2.0 é a capacidade que os internautas têm em produzir e articular os conteúdos de maneira proativa.

Para a evangelização, não importa se a Web 2.0 é uma jogada de marketing ou um buzzword. O que interessa é como Wikis, Podcast, sites de relacionamento e compartilhamento de imagens e vídeos, entre outros recursos, podem ser utilizados para levar adiante o Evangelho. Poucos softwares foram desenvolvidos para fins evangelizadores. No entanto, a maioria deles é passível de ser apropriado para esse fim, devido às suas características articuladoras, colaborativas e sociais.

Uma abordagem pertinente para discutir e contextualizar essas transformações que estão pautando as interações via Web é dada pelas teorias de aquisição e apropriação do conhecimento. Por exemplo, as correntes interacionistas abordam a dialética externa de adaptação entre o organismo psicológico do indivíduo e seu mundo circundante ou contexto. Já as correntes construtivistas abordam a dialética interna de organização entre as partes do organismo psicológico, como explicação da mudança adaptativa. Dessas discussões, surgiu o termo socioconstrutivismo (ou, como preferem alguns especialistas, sociointeracionismo), usado para fazer distinção entre a corrente teórica de Vygotsky e Jean Piaget.²⁶ Essas concepções podem ser apropriadas para exemplificar o desenvolvimento de articulações entre os seres e o meio, tendo em vista que vão ao encontro das ideias cristãs de interligação e dependência entre os seres, ou seja, como os indivíduos tecem suas interações com o meio e são mutuamente influenciados e influenciam. Assim, a Web 2.0 disponibiliza e oferece, para o

²⁶ MOLL, Luis. Vygostky e o processo de formação de conceitos. In: TAILLE, Y. D. L. et al. *Piaget, Vygostky e Wallon: teorias psicogenéticas em discussão*. São Paulo: Summus, 1992. p. 184.

evangelismo, outras opções de espaço, atores, tempo e fluxos, possibilitando interações em níveis nunca antes imaginados.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADO. Brasil lidera ranking em tempo de acesso residencial à internet. Disponível em:

<<http://www.triangulomineiro.com/noticia.aspx?catNot=56&id=8618&nomeCatNot=Info%20rm%C3%A1tica%20e%20Tecnologia>>. Acesso em: 03 jun. 2009.

ASSMANN, Hugo. La iglesia electrónica: y su impacto em América Latina. San José: DEI, 1987.

BOFF, Leonardo. Saber cuidar: ética do humano: compaixão pela terra. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

CESAR, Elyeser Barreto. Evangelho. BORTOLLETO FILHO, Fernando; SOUZA, José Carlos; KILPP, Nelson (Orgs.). Dicionário Brasileiro de Teologia. São Paulo: ASTE, 2008.

COUTINHO, C. P.; BOTTENTUIT Jr., J. B. Comunicação educacional: do modelo unidireccional para a comunicação multidireccional na sociedade do conhecimento. In: MARTINS, Moisés de Lemos; PINTO, Manuel (Orgs.). Actas do 5º Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). Braga: Universidade do Minho, 2008.

DIZARD, Wilson. A nova mídia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FELITTI, Guilherme. Brasil tem um computador para cada três habitantes, diz FGV. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/computacao_pessoal/2009/05/26/brasil-tem-um-computador-para-cada-tres-habitantes-diz-fgv>. Acesso em: 30 de mai. 2009.

IBGE. Os imigrantes alemães no Brasil. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/povoamento/alemaes/imigalema.html>>. Acesso em: 20 out. 2008.

IGREJA. In: FERREIRA, Aurélio. Buarque de Holanda. Novo dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

IGREJA. In: RIOS, Dermival Ribeiro. Minidicionário escolar de língua portuguesa. São Paulo: Difusão Cultural do Livro, 1999. p. 319

ISER. Disponível em: <<http://www.iser.org.br>>. Acesso em: 20 out. 2008.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Rio de Janeiro: 34, 1999.

MOLL, Luis. Vygostky e o processo de formação de conceitos. In: TAILLE, Y. D. L. et al. Piaget, Vygostky e Wallon: teorias psicogenéticas em discussão. São Paulo: Summus, 1992.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E-Compós, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

REYER, Adam. O que é web 2.0? Disponível em: <<http://translate.google.com.br/translate?hl=pt-BR&langpair=en|pt&u=http://www.adamreyher.com/2007/08/20/what-is-web-20>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

SOARES, Sebastião A. Evangelização e diaconia. Cadernos CESE Debate, ano 6, n. 5, jul. 1996.

WEB 2.0: a evolução da web. Disponível em: <<http://web2.0br.com.br/conceito-web20>>. Acesso em: 13 mar. 2011.