

# DESAFIOS, CAMINHOS E PERSPECTIVAS PARA A EVANGELIZAÇÃO NA CULTURA DIGITAL

Andréia Gripp<sup>1</sup>

## Resumo

A Igreja tem na atualidade um importante desafio: integrar a mensagem cristã à cultura criada pelas novas tecnologias da comunicação e assim, impregnar a sociedade midiaticizada dos valores evangélicos. O estado da questão não é tanto a posse ou a eficiência no uso dos modernos meios de comunicação pela Igreja institucional, mas sim a sua responsabilidade, como continuadora da obra de Cristo no mundo, pela humanização do ambiente digital. O objetivo deste artigo é lançar um olhar sobre os desafios, caminhos e perspectivas que a cultura criada pelos modernos meios de comunicação social oferecem à vivência da fé. É uma reflexão no campo da Teologia Prática, feita a partir da pesquisa bibliográfica de documentos do Magistério da Igreja e de teóricos como Manuel Castells e Muniz Sodré.

**Palavras-Chave:** Igreja; pastoral; cultura digital; evangelização.

## Introdução

Vive-se na contemporaneidade uma geração marcada pela mídia. Fenômeno que o autor Muniz Sodré, em sua obra "Antropológica do Espelho" (p. 21), chama de midiatização: uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de ‘tecno-interação’ –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*.

Para Sodré, midiatização é a articulação do funcionamento das instituições sociais com a mídia. Os “processos de midiatização” se potencializam, principalmente, com a difusão das tecnologias digitais, ligadas à Internet, pois seus mecanismos possibilitaram que as práticas e relações sociais passassem a ser mediadas por protocolos que se apóiam nas lógicas midiáticas e mercadológicas.

Não se pode ignorar mais que o mundo atualmente é baseado na Internet (CASTELLS, 2003: 9), em tempo real (*online*), com novas sociabilidades e sensibilidades, no qual o advento da Internet colocou em curso grandes transformações nas relações sociais. As tecnologias da comunicação possibilitam a existência de novas formas de interação social mediadas, que moldam um novo *bios* e um novo *ethos* (SODRÉ, 2002), gerando um novo sujeito. Muniz Sodré

---

<sup>1</sup> Andréia Gripp é professora do Departamento de Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), no setor de Cultura Religiosa. Doutora e Mestra em Teologia Sistemática-Pastoral pela PUC-Rio. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Gama Filho. É membro do Grupo de Reflexão sobre Comunicação da CNBB (GRECOM). Email: andreia.gripp@puc-rio.br

afirma que a Internet não é meramente um instrumento, um meio, mas sim um ambiente, com uma forma de se viver própria, que expande sua configuração para outros ambientes e configura uma nova cultura.

“A Internet tornou-se a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade em rede. [...] Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação” (CASTELLS, 2003, pp. 8 e 10). De fato, as novas tecnologias possibilitaram a criação de aparelhos que passaram a fazer parte da vida do homem hodierno, chegando a serem considerados como que uma extensão dele próprio (MCLUHAN, 1974).

Aquilo que para Marshall McLuhan era uma possibilidade, hoje é possível ser constatada: o ser humano já não se entende sem os meios eletrônicos de comunicação, a ponto de se sentir perdido quando esquece ou perde o celular, ou mesmo quando a conexão com uma rede sem fio não funciona.

É, portanto, preciso compreender que isso interfere no processo de evolução da humanidade e, conseqüentemente, em todas as relações humanas (inclusive com o divino), porque certamente implica numa mudança em relação à sua percepção da vida e da experiência religiosa. Esta mudança provoca o surgimento de novos padrões de comportamentos, nova forma de se comunicar, novas sensibilidades e novas insensibilidades. Só será possível achar caminhos para integrar a mensagem do Evangelho a essa realidade virtual/digital se a sua complexidade é entendida.

Como a “comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana” (CASTELLS, 2003:10), a utilização da Internet no processo comunicativo tem ampla influência sobre a forma de se viver em sociedade. Mas o contrário também acontece. Castells afirma que ao se usar a internet de muitas maneiras, ela pode ser transformada (2003: 10).

A internet é uma tecnologia particularmente maleável, suscetível de ser profundamente alterada por sua prática social, e conducente a toda uma série de resultados sociais potenciais – a serem descobertos por experiência, não proclamados de antemão. [...] A internet é uma rede de comunicação global, mas seu uso e sua realidade em evolução são produtos da ação humana sob as condições específicas da história diferencial. (2003: 11-12)

O desafio de integrar a mensagem do Evangelho à cultura midiática encontra neste ponto uma brecha importante que precisa ser percebida pelos membros da Igreja: clero, religiosos e leigos. Sem a compreensão da maleabilidade das novas tecnologias, a Igreja pode vir a se abster de influenciar a configuração dos padrões sociotécnicos e se contentar em repetir os padrões criados e impostos pelo mercado. Isto seria uma grande perda para a sociedade.

Pelo limite de páginas desse artigo, não será possível abordar a questão de forma ampla e por isso apenas serão destacadas apenas algumas questões importantes para uma reflexão.

## 1. Uma sociedade comprometida com a lógica do mercado e do consumo

O modelo de sociedade atual é moldado pelas tecnologias da comunicação e é basicamente informacional, pois organiza o sistema produtivo em torno de princípios de maximização da produtividade e difusão de tecnologias de informação. Esta nova realidade reestruturou o modelo capitalista de produção. Castells explica que esse modelo informacional de economia e cultura é caracterizado por uma produtividade baseada primordialmente no conhecimento. É informacional porque a produtividade e a competitividade das unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente da sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada no conhecimento (1999: 95). Além disso, segundo o sociólogo, a cultura e o sistema econômico que predomina na sociedade informacional, potencializada pela internet, estão comprometidos com a lógica do mercado e do consumismo.

Outra característica apontada por Castells é o fato de tudo tender a se transformar numa rede, com um sistema hierárquico horizontal e de livre expressão. Essa sociedade em rede é marcada pela existência de comunidades diversificadas, porém especializadas, porque reúnem seus integrantes a partir de interesses, conhecimentos, ideologias, gostos, estilos de vida e/ou valores em comum, mas sem a força das instituições e com uma dinâmica de interação específica, marcada pela superficialidade, pela ubiquidade, pela destemporalização e pela desterritorialização, entre outros.

Isso faz com que as comunidades virtuais favoreçam uma espécie de privatização da sociabilidade, com a reunião de redes ao redor de um indivíduo. Ao moldar um novo padrão da sociabilidade, a dinâmica vivida na rede favorece a consolidação do individualismo e das relações descompromissadas, baseadas em relacionamentos líquidos, como define Bauman (BAUMAN, 2011).

Esse mundo que surge com as tecnologias digitais é de tal forma plural e global que não reconhece, ou simplesmente ignora, a Revelação. Sua dinâmica, como dito anteriormente, é a do mercado. A visão sobre o ser humano que prevalece nesse contexto segue a lógica do consumo, uma lógica utilitarista e efêmera, que não reconhece o valor inalienável de sua vida. Essa realidade impõe o desafio de uma nova evangelização.

Vive-se, nesse contexto, não uma crise da religião, mas da transmissão da fé, que precisa urgentemente de novas formas e novos canais para atingir o ser humano. Na dinâmica de vida promovida pela internet, embora as pessoas não ignorem totalmente a Igreja, na maior parte do tempo em que estão "conectadas" não pensam em ser Igreja (obviamente os batizados) e não pensam na Igreja (como agência educadora). Conceitos como: comunidade, autoridade, fidelidade, fé, humildade, escondimento, gratuidade, amor ao próximo, fraternidade, respeito, ética, fidelidade, hierarquia e obediência – entre outros que são importantes para a doutrina cristã –, ou são totalmente ignorados, ou possuem outro referencial na rede.

O mandato missionário que Cristo deu aos seus discípulos: “Ide por todo o mundo e pregai o Evangelho a toda criatura” (Mc 16,15) é mais do que atual nesse contexto. Por isso, como Sacramento Universal da Salvação, a Igreja precisa assumir a diaconia da comunicação.

## 2. Integrar o Evangelho ao mundo digital é criar cultura

Diante do desafio da nova evangelização, podemos voltar ao que ensina Castells: as tecnologias criam um mundo em que as relações sociais são tecidas pelas redes digitais de informação e comunicação; mas, por outro lado, a tecnologia é também moldável a partir da sua utilização pelo indivíduo ou por um grupo de indivíduos.

Ao se constatar que as tecnologias digitais criam uma nova cultura, pode-se aplicar ao ambiente digital a afirmação de Marchiori: uma cultura se forma através do relacionamento existente entre as pessoas dentro dos grupos, e da personalidade da organização. "Os grupos se relacionam, desenvolvendo formas de agir e de ser que vão sendo assumidas por seus membros. A partir do momento que o grupo passa a agir automaticamente a cultura está enraizada e incorporada" (MARCHIORI, 1999). Muda, assim, o foco dos estudos acerca da relação entre evangelização e redes digitais/sociais, porque abre a perspectiva de uma reflexão mais ampla, com foco não apenas utilitarista – visando à aquisição e à utilização de meios de comunicação como mecanismos de publicidade –, mas com um foco voltado aos processos e às pessoas.

Isso leva ao entendimento de que à medida que cada batizado, como membro do Povo de Deus e Corpo de Cristo, assumir a sua identidade e testemunhar<sup>2</sup> a sua fé, a mensagem cristã poderá penetrar nessa nova cultura e transformá-la a partir de dentro. A sociedade midiaticizada será impregnada pelos valores evangélicos. Tendo sido incorporados os valores cristãos na cultura midiática digital, eles conduzirão as decisões e as ações na rede, que deixará de ser pautada unicamente pela lógica do mercado, que visa o lucro apenas. Inicia-se, assim, um processo de evangelização e humanização do mundo digital.

Os valores cristãos elevam o homem em sua dignidade. A isto esta autora chama de humanização: uma mudança nos paradigmas e nos valores que regem as relações na cultura midiática digital, que deixam de ser meramente tecnológicos ou econômicos e passam a ser valores de comunhão, introduzidos na rede pela presença ativa dos batizados que, como Igreja, agem inspirados pelo Espírito Santo.

É precisamente neste contexto que se encaixa a afirmação do Papa João Paulo II, na Carta Encíclica *Redemptoris Missio*: "é necessário integrar a mensagem [cristã] nesta 'nova cultura', criada pelas modernas comunicações" (JOÃO PAULO II, 1990, n. 37). O verbo integrar

---

<sup>2</sup> Testemunhar no sentido de pautar escolhas, ações, gestos e palavras pela lógica do Evangelho, e não apenas no sentido de “fazer declaração”, “contar uma história”.

deve ser entendido nesse texto como "incutir" a mensagem cristã na cultura digital e assim gerar valores cristãos na cultura midiática. Este "incutir" eu pode ser substituído pela palavra "impregnar"<sup>3</sup>, pois é um processo gradual<sup>4</sup>. Impregnar no sentido de infiltrar, de encharcar, de influenciar profundamente.

A percepção dessa realidade conduz a Igreja a uma conversão pastoral, que implicará numa necessária reforma do agir pastoral. E o caminho para essa reforma, para que a fé se torne cultura no ambiente digital, não é outro, senão o vivencial. Não é a propaganda, não é o proselitismo, não é o encher a rede de conteúdo doutrinal ou moral. Sem tirar a importância dessas ações, que precisam também existir, Spadaro vai pontuar que a força do testemunho é insubstituível na atualidade.

Porque conteúdo é possível encontrar no mundo digital os mais diversos e estes podem ser contestados por quem pensa diferente. O testemunho, entretanto, possui uma força vital própria, possibilitando sua aceitação. Spadaro explica que isso acontece porque testemunhar nessa dinâmica significa

(...) antes de mais nada viver uma vida comum, alimentada pela fé em tudo: na visão de mundo, nas escolhas, nas orientações, nos gostos e, portanto, também no modo de comunicar, de estabelecer amizades e de relacionar-se dentro e fora da rede (SPADARO, 2016, p. 37).

## Conclusão

A partir da reflexão apresentada, conclui-se que para se gerar valores cristãos na sociedade marcada pela midiatização é preciso não apenas possuir e utilizar as tecnologias de forma tecnicamente eficiente, mas compreender que se está diante de uma nova cultura e por isso precisa saber usar todo o seu potencial sem repetir simplesmente os padrões mercadológicos.

Quando a ação pastoral não está centrada nesse desafio, as redes sociais são gerenciadas seguindo apenas as técnicas mais eficazes ensinadas pelo mercado e as suas leis, deixando em segundo plano, até sem perceber, os valores do Evangelho. Neste caso, quem passa a determinar e mensurar as ações pastorais são os valores econômicos. A grande preocupação gira mais em torno do número de "curtidas" e de "visualizações" das postagens, por exemplo, do que com o sofrimento do ser humano.

Quando se deixa a lógica do mercado dirigir as ações pastorais, facilmente e sem dor na consciência, apaga-se um comentário que seja considerado inadequado na *timeline* da (arqui)diocese, paróquia ou movimento. Apaga-se sem mesmo fazer a tentativa de entender o que a pessoa está querendo dizer através daquela postagem. Num clique, rapidamente, elimina-

<sup>3</sup>Também o Papa Paulo VI utilizou a expressão impregnar no texto da Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*, ao falar sobre a evangelização das culturas: "O Evangelho e a evangelização independentes em relação às culturas, não são necessariamente incompatíveis com elas, mas suscetíveis de as impregnar a todas sem se escravizar a nenhuma delas" (n. 20).

<sup>4</sup>Segundo o dicionário digital, impregnar significa fazer penetrar uma substância num corpo de forma gradual: Dicionário online de Português (www.dicio.com.br).

se aqueles que são incômodos, adotando-se uma atitude anticristã. O ser humano que está por trás de um comentário ou de uma curtida não é “visto” (considerado). Aquela pessoa passa a ser considerada apenas como um número e perde-se a oportunidade de formar uma cultura cristã na rede.

Como Sacramento Universal da Salvação, a Igreja precisa assumir a diaconia da comunicação. Para tanto, faz-se necessário abandonar pretensões de triunfalismo e entender que não se é mais do que um ponto da rede. Mas ao contrário disso ser desmotivador, deve impulsionar os organismos eclesiais, porque na rede todos os pontos têm oportunidade de interagir e de influenciar o ambiente, tornando a rede digital num lugar rico de humanidade. Não mais somente uma rede de fios, mas de pessoas humanas (FRANCISCO, 214).

Que cultura se quer gerar no ambiente digital precisa ser, portanto, a pergunta de fundo de toda estratégia de comunicação cristã. E a diaconia da Comunicação deve ser exercida por todos os batizados, pela *Ekklesia* de Cristo: é todo o povo de Deus que deve assumir a responsabilidade de pensar a ação pastoral, integrar e interagir no mundo digital, porque todo batizado constitui um nó dessa grande rede que se tornou a aldeia global.

#### Para refletir

1. A revolução tecnológica que está em curso desde 1950 coloca uma perspectiva de mudança de época, como o Papa Francisco define: não simplesmente uma época de mudanças, mas um tempo em que as mudanças já não são lineares, mas epocais.<sup>5</sup> Nestes tempos, “se transformam rapidamente o modo de viver, de se relacionar, de comunicar e elaborar o pensamento; de comunicar entre as gerações humanas e de compreender e viver a fé e a ciência” (FRANCISCO, 2019). Como você tem percebido essa mudança ao seu redor?

2. O autor Marshall McLuhan (1972, p.15) afirma em sua obra “A Galáxia de Gutenberg” que o desenvolvimento da humanidade caminha lado a lado com as tecnologias da comunicação, que “criam seu respectivo ambiente humano”. Para o autor, os meios de comunicação aperfeiçoam os sentidos e as habilidades do corpo humano. Para você, como os diversos meios de comunicação, ao longo da história, contribuíram para a mudança da sociedade? Aspectos positivos e negativos.

#### Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zigmunt. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. *A sociedade em redes*. São Paulo: Paz & Terra, 1999.

FRANCISCO. *Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro*. Mensagem para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vaticano: 2014. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

\_\_\_\_\_. *Discurso do Santo Padre à Cúria Romana na apresentação de votos natalícios*. Vaticano: 2019. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

JOÃO PAULO II. *Carta Encíclica Redemptoris missio*. Vaticano: 1990. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

PAULO VI. *Exortação Apostólica Evangelii Nuntiandi*. Vaticano: 1975. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>5</sup> FRANCISCO., Discurso do Santo Padre à Cúria Romana na apresentação de votos natalícios, 2019.

MARCHIORI, Marlene Regina. Comunicação é cultura. Cultura é comunicação. *Revista Comunicação Empresarial*, São Paulo, n. 31, segundo trimestre 1999. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/culturaorganizacional/0067.htm>

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação: como extensões do homem*. Editora Cultrix, 1974.

\_\_\_\_\_. *A Galáxia de Gutenberg*. São Paulo: USP, 1972.

SPADARO, Antonio. *Quando a fé se torna social*. São Paulo: Paulus, 2016.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.