

# *A INTERNET COMO FERRAMENTA IMPORTANTE NA PROPAGAÇÃO DO EVANGELHO DE JESUS CRISTO*

INTERNET AS AN IMPORTANT TOOL TO DISSEMINATE THE GOSPEL OF JESUS CHRIST

INTERNET COMO HERRAMIENTA IMPORTANTE EN LA DIFUSIÓN DEL EVANGELIO DE JESUCRISTO

**Claubério Nascimento da Silva**

Graduando em Teologia no Centro Universitário Internacional UNINTER. Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso. 2º Semestre - 2018.

**Sandra Morais Ribeiro dos Santos**

Professora no Centro Universitário Internacional UNINTER.

## **RESUMO**

O crescente uso da Internet no mundo tem levado pessoas a passarem muitas horas diárias conectadas à rede. Diversos fatores contribuem para o aumento da utilização dessa rede mundial de computadores, entre eles o entretenimento, as compras, as pesquisas. Essa tecnologia de informação e comunicação possibilita a interação entre as pessoas, independentemente de tempo e espaço. Nesse contexto, abre-se para a igreja uma nova oportunidade e possibilidade de evangelização na chamada era digital. Por esta razão, este trabalho procura verificar, através de leitura de artigos, livros e outras fontes, o uso da Internet como instrumento de propagação do evangelho. Após a análise, observou-se a existência de sites de diversas denominações religiosas e também a disponibilidade de outros recursos que podem servir para a evangelização. Apesar da impossibilidade de dimensionar o alcance exato no que diz respeito à evangelização, ou às mudanças na qualidade de vida das pessoas, advinda da interação com a Internet, percebe-se que as igrejas têm explorado essa ferramenta tecnológica para fins evangelísticos, publicitários, institucionais e que cada dia cresce mais o número de seus usuários na rede.

**Palavras-chave:** Internet. Evangelização. Igreja.

## **ABSTRACT**

The increasing use of the Internet in the world has been leading people to spend many hours connected every day. Several factors contribute to the increased use of this worldwide computer network, including entertainment, shopping, and research. This information and communication technology enables interaction between people, regardless of time and space. In this context, a new opportunity and possibility of evangelization in the so-called digital age is opened up for the church. For this reason, this paper seeks to verify, through reading articles, books and other sources, the use of the Internet as a tool to disseminate the gospel. After analysis, the existence of sites of diverse religious denominations, and the availability of other resources that can serve for evangelization were observed. Despite the impossibility of measuring the exact reach evangelization can obtain, or the changes in life quality for people with access to the internet, it was noted that churches have been exploring this technological tool for evangelistic, publicity and institutional purposes, and that the number of its users is growing each daily.

**Keywords:** Internet. Evangelization. Church.

## **RESUMEN**

El creciente uso de la Internet en el mundo ha hecho que las personas pasen muchas horas diarias conectadas a la red. Muchos factores han contribuido para el incremento en el uso de esa red mundial de computadores,

entre ellos el entretenimiento, las compras, los procesos de estudio e investigación. Esa tecnología de información y comunicación posibilita la interacción entre las personas, independientemente del tiempo y espacio. En ese contexto, se abre para la iglesia una nueva oportunidad y posibilidad de evangelización en la llamada era digital. Por ello, este trabajo trata de verificar, por medio de la revisión de artículos, libros y otras fuentes, el uso de la Internet como instrumento de divulgación del evangelio. En esa revisión, se pudo constatar la existencia de páginas de diversas orientaciones religiosas, así como la disponibilidad de otros recursos virtuales, pasibles de ser utilizados para fines de evangelización. Aunque no se pueda comprobar el alcance exacto de la evangelización o de los cambios en la calidad de vida de las personas como efecto de la interacción con la Internet, se percibe que las iglesias han venido explorando esa herramienta tecnológica con fines de evangelización, así como con propósitos publicitarios e institucionales, y que cada día se incrementa el número de sus usuarios en la red.

**Palabras-clave:** Internet. Evangelización. Iglesia.

## **INTRODUÇÃO**

O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação, principalmente da Internet, tem sido uma realidade cada vez mais presente na vida do ser humano. As pessoas passam horas conectadas à rede fazendo as mais variadas atividades (pesquisa, entretenimento, relacionamento, compras, estudo, etc.); essa facilidade proporcionada pela Internet é um dos atrativos que tem garantido o crescimento do número de internautas no mundo inteiro.

A Internet tem se configurado também como um ambiente de interação social, no qual os usuários podem expressar suas ideias e opiniões, dialogar, debater, enfim, um espaço virtual livre para a comunicação entre as pessoas independentemente de tempo, espaço, cor, sexo, religião, etc.

Nessa perspectiva, abre-se para a igreja cristã uma nova oportunidade e possibilidade de evangelização na chamada era digital. Dessa forma, o presente trabalho procura verificar, através de pesquisa em artigos, sites, livros, etc., a possibilidade de usar a rede mundial de computadores como uma ferramenta que auxilie na propagação do evangelho, a fim de cumprir a Grande Comissão ordenada pelo Senhor Jesus Cristo de levar o evangelho a todas as nações.

## **INTERNET NO BRASIL**

A entrada da Internet no Brasil teve início na década de 90. A priori, apenas instituições de pesquisa faziam uso da mesma e com fins bastante específicos. Foi a partir de 1995, através de instrumento legal editado pelo Governo Federal, que foi criada a figura

do provedor de acesso privado, possibilitando a conexão à rede de qualquer cidadão comum (JUNGBLUT, 2010).

Ela é um sistema universal de redes de computadores interligados. Compreende um espaço eletrônico que lida com informações que são compartilhadas através da interatividade de seus usuários e que não está limitada, para que ocorram as interações possíveis, às questões restritivas de tempo e espaço. Esses dados podem estar nos mais diversos formatos (imagens, textos, gráficos, vídeos, tabelas, animações, sons) necessitando-se de objetividade para que as interações não sejam desestimuladas (FONSECA; SANTOS, 2012).

Segundo Jungblut (2010) a Internet é um espaço livre e amplo para expressar ideias, entretenimento, compras, estudo e para pesquisar os mais diversos assuntos. Essas possibilidades criadas a partir da rede mundial de computadores, atraíram indivíduos de todas as classes sociais, sem distinção de sexo, cor, raça ou religião.

Com os avanços da tecnologia a expansão da rede de computadores tomou uma proporção gigantesca a nível mundial. A Internet já faz parte da vida de muitas pessoas e a sua introdução no cotidiano social, supera, além de obstáculos espaciais e temporais, qualquer outra tecnologia eletrônica de comunicação já implantada no Brasil e no mundo (JUNGBLUT, 2012).

Diversos fatores contribuem para a crescente utilização da Internet e também das redes de relacionamento virtual, como por exemplo, o entretenimento, a facilidade em se comunicar e a acessibilidade à informação. Vê-se cada vez mais jovens e adultos conectados a esse tipo de estrutura coletiva. Entre os jovens, a rede social é mais utilizada do que o e-mail, essa é uma tendência também para as outras faixas etárias (CIRIBELLI; PAIVA, 2011).

Informações referentes ao ano de 2006 sobre o uso da Internet no mundo, mostram que apenas 15,6% da população mundial possuía acesso à Internet, ou seja, pouco mais de 1 bilhão de pessoas (BALBONI, 2007). Pouco mais de 10 anos depois, em 2017, o número foi para 3,6 bilhões de internautas, correspondendo a 47% da população mundial, estimada em 7,6 bilhões. Observa-se claramente que a quantidade de usuários de Internet triplicou em pouco mais de uma década (TRACTO, 2017).

No Brasil, 59% da população está conectada, ou seja, mais de 120 milhões de pessoas, segundo relatório sobre economia digital divulgado pela Conferência das Nações

Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, na sigla em inglês), colocando dessa forma o país em quarto lugar no ranking mundial de usuários de Internet (VALENTE, 2017).

Estudos atuais mostraram que os brasileiros ficaram mais de 60 horas por mês navegando na Internet, sendo as redes sociais uma das principais razões. Verificou-se também, que jovens e adultos estão cada vez mais conectados às redes sociais *online*. Diversos fatores influenciaram os usuários a se cadastrarem, como por exemplo, o entretenimento, a facilidade em se comunicar e a acessibilidade à informação (CIRIBELLI; PAIVA, 2011).

Nessa perspectiva, vê-se a dimensão que o uso dessa Tecnologia da Informação e Comunicação tem tomado a cada dia que passa. As pessoas se incluem na sociedade através das interações que são construídas durante sua vida, num primeiro momento dentro da família, em seguida na escola, no trabalho, na comunidade; essas relações consolidam a esfera social. A sociedade é uma enorme estrutura em rede que une as pessoas entre si (TOMAÉL *et al*, 2005).

## **A internet e a igreja**

No início do século XXI, a maioria dos iniciantes na rede mundial de computadores, faziam uso de uma versão simples da Internet. As buscas e/ou publicações de informações eram as principais atividades realizadas na rede. A interatividade entre as pessoas através de chats (comunicação imediata, direta, síncrona) e fóruns de discussão (comunicação mediata ou assíncrona) começou a ganhar mais cada vez mais adeptos e, dessa forma, criaram-se modelos adaptados ao ciberespaço (JUNGBLUT, 2012).

A popularização da Internet no Brasil levou cada vez mais ao empoderamento dos usuários dessa tecnologia. A partir daí, observou-se a presença maior das igrejas evangélicas na rede, conforme afirma Jungblut (2012, p. s.d.):

A utilização de espaços evangélicos de publicação e a presença de seus representantes em interação na Internet brasileira eram bem mais visíveis do que a de qualquer outro grupo religioso. Vinham depois, nesse ranking, distantes, os espíritas e, bem mais longínquos ainda, os católicos e grupos esotéricos. Grupos afro-brasileiros eram praticamente invisíveis naquele momento.

Para Jungblut (2012) uma ferramenta de comunicação com este potencial não poderia ficar muito tempo sem ser utilizado pelos evangélicos, que sempre tiveram por hábito buscar o uso eficiente de todas as tecnologias possíveis para levar o Evangelho de Jesus Cristo a toda a parte. Organizações religiosas, como a igreja evangélica, perceberam as inovações tecnológicas da sociedade e começaram a concentrar esforços nesses espaços de interação digital (FURTADO, 2016).

As igrejas precisam estar atentas às mudanças que ocorrem ao seu redor, seja no campo espiritual ou material e, conseqüentemente, modernizar a sua forma de agir. Torna-se imprescindível a participação ativa da igreja na rede mundial de computadores, a fim de que o ciberespaço possa ser um cenário de diálogos com temáticas cristãs e sociais, que incentive as trocas de experiências e vivências humanas. Para que isso se concretize, é preciso estar ciente de que a visibilidade acerca de Deus está ao redor e não sob o controle da igreja; esse deve ser o ponto de partida (FONSECA; SANTOS, 2012).

O contexto digital em que as pessoas estão inseridas, e a igreja faz parte desse contexto, estimula modificações nos hábitos dos indivíduos. De acordo com Tomaél et al. (2005) foi a partir da evolução dos meios de comunicação, principalmente depois da Internet, que as relações sociais se liberam das restrições do espaço físico e geográfico; elas acontecem em qualquer hora e lugar. Dessa forma, as interações em uma rede refletem a realidade ao seu redor e produzem efeitos sobre ela.

Ainda sobre essa influência que a Internet exerce sobre a vidas e o cotidiano das pessoas Fantoni e Borelli, (2013), afirmam que:

A Internet exerce uma influência muito grande sobre o modo de pensar e sobre os comportamentos individuais ou coletivos, em especial dos mais jovens. Esse “mundo digital” possui uma cultura bem diferente da que vivenciamos no nosso dia-a-dia. Essa nova cultura, a cibercultura, possui algumas características peculiares, como por exemplo, uma linguagem própria, uma nova lógica, não mais a lógica do começo, meio e fim, mas uma lógica pós-moderna, não linear.

As redes sociais têm sido uma das preferências dos usuários que navegam na Internet. A relação que é desenvolvida através de seu uso, seja a nível individual (cada pessoa) ou coletivo (a igreja) ganha uma dimensão que vai além da simples usabilidade da tecnologia. De acordo com Tomaél et al. (2005):

A interação constante ocasiona mudanças estruturais e, em relação às interações em que a troca é a informação, a mudança estrutural que pode ser percebida é a do conhecimento, quanto mais informação trocamos com o ambiente que nos cerca, com os atores da nossa rede, maior será nossa bagagem de conhecimento, maior será nosso estoque de informação, e é nesse poliedro de significados que inserimos às redes sociais.

De acordo com Ciribeli e Paiva (2011) a necessidade de interagir com outras pessoas é um aspecto do ser humano e a maneira como isso acontece pode ser variada, principalmente nos dias atuais. Segundo os autores supracitados:

O convívio em grupos com os mesmos ou diferentes interesses pode trazer inúmeras vantagens, se bem aproveitado. Esse convívio pode se dar por meio de associações de bairros, escolas, grupos políticos e outros. Um dos meios que vêm se destacando nos últimos anos é a mídia social, que dá suporte às redes sociais na Internet.

Cada vez mais observa-se a presença das igrejas e/ou comunidades na web. Ela pode auxiliar no trabalho cristão de diversas maneiras, como por exemplo, através de fóruns, estudos bíblicos, mensagens de pastores, reflexões, histórias, estórias, testemunhos e ideias, dentre outros, compartilhando-se assim a fé com pessoas do mundo todo através de mecanismos online e off-line (FONSECA; SANTOS, 2012).

Ainda nessa temática, Puntel (2011) afirma que:

A Igreja assume o desafio de desenvolver uma comunicação adequada aos nossos tempos. Por exemplo, hoje já não se trata de dirigir uma comunicação à sociedade, segundo o modelo de transmissão, mas uma comunicação a partir e entre os mundos sociais, seguindo um modelo de participação, colaboração, intercâmbio e diálogo, como percebemos no processo da Internet e especificamente das redes sociais.

Observa-se que a Internet já faz parte da realidade de muitas pessoas e, conseqüentemente da igreja também. A rede mundial de computadores, e nela estão inseridas as redes sociais, representa uma enorme possibilidade de transformação social, podendo fomentar inúmeras e variadas maneiras de apropriação e interação. A adaptação proativa deve ser uma busca constante dos usuários da rede; ela não pode servir apenas como um espaço para conversações (FONSECA; SANTOS, 2012).

## **Evangelismo e a rede mundial de computadores**

O Evangelismo é o conjunto de verdades extraídas da Bíblia Sagrada que tem por objetivo amparar o trabalho da Igreja de anunciar as “boas-novas” de Cristo. Constitui-se na doutrina que apoia a missão evangelística da Igreja, conforme as narrativas e proposições do Antigo e do Novo Testamentos (Bíblia Gn 12.1,2; Is 11.9; Mt 28.19,20; At 1.8). Já a evangelização é a prática efetiva da proclamação do Evangelho, quer pessoal, quer coletivamente, até aos confins da Terra (ANDRADE, 2016).

A termo “evangelho”, oriundo do vocábulo grego *euaggélion*, significa literalmente “boa-nova”. Formada por dois vocábulos gregos: *eu*, bom, e *aggélion*, anúncio, ela é uma expressão milenar da língua grega que traduz o sentido de “recompensa por uma boa notícia”. Todavia, a palavra só adquiriu a conotação atual, a partir da vinda de Cristo. Após ser batizado por João Batista nas margens do Rio Jordão, Jesus apresentou-se a Israel com o evangelho do Reino (ANDRADE, 2016).

O evangelista Mateus descreveu a ação evangelizadora de Jesus da seguinte maneira: “E percorria Jesus todas as cidades e aldeias, ensinando nas sinagogas deles, e pregando o evangelho do Reino, e curando todas as enfermidades e moléstias entre o povo” (Bíblia Mt 9.35). Jesus traz uma conotação mais profunda para a palavra “evangelho”. A ideia de uma simples premiação para quem trazia uma boa notícia, é substituída, a partir daquele momento, por uma grandiosa recompensa para quem recebia a mensagem trazida por Cristo (ANDRADE, 2016).

A igreja de Cristo tem uma grande missão aqui na terra e uma grande oportunidade também. Cumprir a ordem dada por Jesus Cristo: “Ide por todo mundo e pregai o evangelho a toda criatura” (Bíblia Mc 16.15). É o imperativo que ressoa desde o século I d.C. até os dias atuais. O mundo tem passado por avanços tecnológicos e a igreja tem procurado acompanhar essas mudanças, no sentido de utilizar a tecnologia a serviço do Reino de Deus, conforme vemos nas palavras de Jungblut (2002) que existe, por parte de muitos grupos protestantes, uma já histórica afeição para com o domínio e utilização de modernas tecnologias de comunicação para fins de evangelização.

Esse pensamento, no que diz respeito à adaptação e uso de novas maneiras para a evangelização, é observado ao longo da história da igreja, conforme pontua Silva et al. (2013):

Desde que Jesus comissionou a igreja primitiva de levar o Evangelho Eterno a todas as nações (Mc 16.15), têm-se presenciado mudanças na mentalidade humana que em alguns momentos facilitaram, e em outros dificultaram o cumprimento da mesma. Ao longo dos anos, os mensageiros da verdade tiveram que adaptar a forma de apresentação conforme a cultura e as particularidades de cada época.

Essas novas tecnologias de comunicação podem colaborar para a construção de uma cultura digital participativa. O conhecimento é compartilhado e novas formas de linguagem são construídas, conforme afirma Puntel (2011):

Os novos meios e tecnologias de comunicação, cada vez mais usados, velozes e invasivos, são características de nossa época e têm modificado profundamente a existência cotidiana das pessoas. Cria-se uma cultura participativa e uma construção partilhada de conhecimento (“inteligência coletiva”). Essas novas tecnologias, cultura digital, está impulsionando uma profunda transformação da comunicação, dando lugar a uma nova cultura com novas linguagens.

Esse “mundo virtual” é um ambiente que apresenta várias possibilidades e atrativos para seus usuários. Para a igreja de Cristo, constitui-se como uma “porta aberta”, tanto para evangelização como para o fortalecimento da fé cristã, conforme afirmam Fonseca e Santos (2012):

Os internautas e, sobretudo, os novos evangélicos podem mergulhar nos inúmeros portais, blogs ou sites de relacionamento para a inserção e exploração da dimensão espiritual da vida cristã. Para se manter atualizado com seu tempo, a igreja precisa se transformar de maneira que possa apresentar a boa nova de Jesus Cristo àqueles que hesitam em ir a um templo.

A Igreja de Cristo sempre procurou maneiras diversificadas para cumprir o mandamento do Senhor Jesus em relação à propagação das boas-novas de salvação. Dessa forma, não se pode desprezar a colaboração entre o computador e a Internet a serviço da evangelização, haja vista a gama de possibilidades e recursos que podem ser utilizados pela Igreja a fim de anunciar o evangelho de Cristo (FONSECA; SANTOS, 2012).

Tornar acessíveis as tecnologias da informação e comunicação para as pessoas tem sido um dos objetivos atuais. A apropriação digital permite que os indivíduos interajam entre si nos espaços midiáticos disponíveis, ou seja, a partir do acesso as essas tecnologias as pessoas podem, de forma ativa, não apenas trocar mensagens através de correio eletrônico, participar de chat, usar uma rede de relacionamento como o *facebook*, por

exemplo, mas podem aprimorar suas relações interpessoais e, por conseguinte, modificar sua condição de vida. Esse processo é parecido com a evangelização que pode transformar as pessoas de forma individual para atuação na comunidade (FONSECA; SANTOS, 2012).

### **Sites e portais religiosos**

Observa-se na Internet um número cada vez maior de sites de igrejas de variadas denominações. A presença dos sites evangélicos é bem mais visível na rede se comparada com a de outros grupos religiosos. Eles se apresentam de maneira bastante diversificada, seja para fins institucionais, publicitários/comerciais ou pessoais. Há uma interatividade individual de relacionamentos fora do ambiente eclesial, onde os evangélicos se lançam à interatividade comunicativa via Internet buscando não só a formação de comunidades de crentes como também o trabalho de conversão (JUNGBLUT, 2002).

Esse fenômeno da chamada “igreja eletrônica” já se verifica há alguns anos e não está restrita apenas a uma determinada igreja ou denominação, mas se estende a denominações mais tradicionais, como observa Rocha (2006):

A chamada “igreja eletrônica” é uma evidência desse mundo novo aberto à evangelização, com grandes possibilidades propiciadas a evangelistas e comunicadores de todas as denominações, desde a Católica Romana até protestantes históricas, evangélicas e neopentecostais.

Esses sites e portais religiosos utilizam-se de diversas mídias e hipermídias para atrair não somente os fiéis de alguma denominação, mas também aqueles que estão precisando de uma palavra de conforto ou aqueles que estão apenas navegando na rede para fins de entretenimento e que acabam sendo “fisgados” por sites que usam a Internet para evangelizar. Nesse sentido, os evangélicos têm um comportamento mais atuante na rede, como observa Jungblut (2010):

Neste caso, os evangélicos estão sozinhos na dianteira pois, no Brasil atual, empenham-se, como ninguém mais, numa gigantesca mobilização pela expansão de seu rebanho e a Internet, como já havia acontecido com o rádio e a TV, se tornou um front onde estes religiosos gastam muito de sua energia conversionista. Diferentemente de outros grupos, eles agem vigorosamente segundo a lógica do mercado, fazendo com que cada grupo ou indivíduo evangélico potencialize, ao máximo, na Internet, os apelos salvacionistas desta modalidade de cristianismo.

Vale acrescentar que existem sites que são praticamente uma “igreja on-line”, conforme destacam Fantoni e Borelli (2013):

Com o enunciado fixo “A sua igreja online”, no banner principal, o fiel passa a ser sentir pertencente àquela comunidade virtual. A partir disso, ele se torna um usuário proativo, participante e frequentador do espaço, pois quer estar sempre ligado nas novidades da sua igreja.

Nesse contexto, Fonseca e Santos (2012) fazem uma observação que deve ser considerada:

É importante ressaltar que esses meios midiáticos por si só não evangelizam, cabendo diferenciar evangelismo de transmissão de doutrina ou informações: o primeiro contextualiza, desenvolve e busca uma transformação; a segunda apenas instrumentaliza.

Os sites e portais religiosos estão recheados de conteúdos evangelísticos que podem ou não servir para o proselitismo. Cada vez mais as variadas denominações religiosas, principalmente as igrejas evangélicas têm se utilizado desse recurso tecnológico para atrair os fiéis e também os usuários da rede que por um motivo ou outro acabam acessando os conteúdos ali disponíveis e que podem influenciar numa mudança de vida (FONSECA; SANTOS, 2012).

### **Softwares para a evangelização**

Dentre os recursos disponíveis indiretamente na rede pode-se verificar um número grande de *softwares* que dão acesso a conteúdo midiáticos por meio de ícones, ou seja, esses programas são instalados no computador e quando o usuário acessa a Internet, esses programas podem intermediar ou maximizar o evangelismo, através de mensagens, pregações, louvores, enquetes, vídeos diversos (FONSECA; SANTOS, 2012).

De acordo com Fonseca e Santos (2012), existem determinados *softwares* que tem capacidade para interagir com diversas mídias e dessa forma, cria-se uma interface amistosa e atraente para os usuários. Fonseca e Santos (2012) completam afirmando que:

Esses programas com características multimidiáticas, através da metodologia de hiperlinks, criam a possibilidade de que uma quantidade de informações sejam compiladas e articuladas facilmente. Basicamente, a utilização desses meios é

uma tentativa de levar o Evangelho a novos espaços de interação no processo de evangelização para a realidade contemporânea.

Existem também os chamados *softwares* aplicativos que são aqueles que não foram criados especificamente para a evangelização, mas que podem ser utilizados para tanto como por exemplo o blog, fotoblog, redes de interação social, e-mail. Nesse caso, Fonseca e Santos (2012) dizem que:

[...] podem e devem ser incorporados ao processo de evangelização, pois as possibilidades são inúmeras e mutáveis, e a criatividade individual é o limite. Os *softwares* evangélicos, criados para essa finalidade, representados por *blog*, portais, jogos, bíblias eletrônicas entre outros, buscam facilitar e contextualizar os ensinamentos bíblicos e também articular mídias para essa finalidade, auxiliando desde leigos a pregadores experientes.

É importante levar em consideração, além das possibilidades que as mídias oferecem para evangelização, os entraves que podem surgir durante esse processo, conforme observa Rocha (2006):

Ao considerar o potencial dos recursos da mídia disponíveis a serviço da evangelização, é possível visualizar grandes possibilidades para o cumprimento da Grande Comissão, a exemplo do alcance de um maior público ouvinte da mensagem da salvação. A abertura de grandes possibilidades, no entanto, não deve impedir de considerarem-se os problemas e riscos que se tornam ameaças letais à pregação e, por extensão, à Igreja.

Vale ressaltar que esses *softwares* são ferramentas que foram criadas para determinados objetivos específicos. Todavia, com a constante utilização por determinados grupos ou pessoas, tiveram a sua aplicabilidade inicial alterada, porém permanecem sendo as mesmas ferramentas, mesmo que seu uso tenha sido modificado. Isso mostra que esses instrumentos tecnológicos podem sofrer modificações e estão suscetíveis a serem utilizados para outras finalidades (FONSECA; SANTOS 2012).

## **Redes sociais**

O vocábulo *rede*, inicialmente, aponta para um conjunto enlaçado de cordas, fios, barbantes, etc., com distância e abertura regular e que pode ser empregada para diversas finalidades. Atualmente esse conceito começou a ser utilizado por diversas áreas do

conhecimento, inclusive na informática, para designar as interações e arranjos que podem ser feitos entre pessoas, empresas, etc., (FONSECA; SANTOS, 2012).

A capacidade que o ser humano tem de se agrupar com seus semelhantes e de estabelecer relações das mais diversificadas possíveis e em diversos ambientes ou grupos sociais (trabalho, escola, amizade, família), interagir e ampliar seus relacionamentos, modificar seus interesses conforme sua necessidade, mostra o caráter intrínseco da estrutura em rede que o ser humano utiliza. A própria natureza humana nos conecta com outras pessoas e estrutura a sociedade em rede (TOMAÉL *et al.*, 2005).

Essa organização em redes não é um fato recente, mas toma uma dimensão maior e diferente com o uso das tecnologias da informação e comunicação, conforme destacam Fonseca e Santos, (2012):

A organização social em redes não é um fato novo, já tendo existido em outros tempos e espaços. No entanto, o atual paradigma consiste em que a tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão, penetração e interligação em toda a estrutura social, desencadeando em determinado grau de interdependência e poder por parte de determinado segmento em detrimento de outro.

Dessa forma, o termo “redes sociais” aparece como um dos métodos utilizados pela sociedade para o compartilhamento da informação e do conhecimento, através da interação entre os indivíduos. Na Internet, as redes sociais constituem espaços para diálogo, entretenimento, bate-papos, relacionamentos etc., (TOMAÉL *et al.*, 2005).

Em pesquisa realizada recentemente, verificou-se que 58% da população brasileira utiliza alguma rede social on-line, ou seja, mais de 122 milhões de pessoas estão envolvidas com sites ou aplicativos de interação em rede. Entre as cinco mais utilizadas estão: Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram e Twitter (COSTA, 2018).

Segundo Ciribeli e Paiva (2011) os primeiros meios de interação pela Internet foram os blogs, as salas de bate-papo e os fóruns. A partir de 2004, começaram a surgir sites de relacionamento com focos muito bem definidos. Em 2010, as redes sociais mais utilizadas eram o Messenger e o Orkut.

Nesse cenário, as igrejas estão presentes no ambiente virtual, num ritmo que acompanha as mudanças tecnológicas e amplia cada vez mais o número de interessados. São vários pastores, líderes religiosos, cantores gospel das mais diversas denominações

que possuem perfil nas redes sociais on-line e que arrastam milhões de seguidores (FANTONI, BORELLI, 2013).

Observa-se que essas redes sociais utilizadas pelas diversas igrejas são uma importante ferramenta para atrair os fiéis, conforme destacam Fantoni e Borelli (2013):

As redes sociais, hoje, representam uma parte importante da atuação de usuários na Internet. Com este destaque, a Igreja consegue chamar a atenção ao enunciar que está ligada no que acontece no mundo e, com isso, angaria os fiéis que estão sempre nestas redes sociais. Uma simples posição de página pode fazer toda a diferença. A circulação neste ambiente é um fator importante para a sua fixação privilegiada.

De acordo com Tomaél *et al.* (2005), esse sucesso que as redes sociais na Internet têm adquirido é devido à liberdade de expressão e realidade dos conteúdos postados. O fato de as pessoas estarem interagindo em espaço e tempos distintos, ocasiona uma entrega maior dos usuários no que se refere à exposição de seus sentimentos e opiniões.

Percebe-se que esse recurso disponível na Internet é um excelente instrumento que pode ser utilizado para a evangelização. As pessoas são atraídas e podem receber a mensagem da salvação através dessa interação que é estabelecida na rede. Cria-se um elo entre o pastor, o usuário da rede social, a igreja e a religião (FANTONI; BORELLI, 2013):

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Internet está cada vez mais presente na vida das pessoas. A Igreja sempre utilizou de técnicas e tecnologias disponíveis em cada época da história, a fim de realizar suas atividades e alcançar um número maior de pessoas. As instituições religiosas estão conseguindo se apropriar dessa tecnologia para anunciar a mensagem do evangelho de Jesus Cristo.

As diversas denominações religiosas enxergaram que a Internet aparece como uma criação que revolucionou a forma das pessoas interagirem. Isso proporciona oportunidades e também desafios e abre espaço para diversas questões. Esse avanço tecnológico provocou uma mudança no “ser/fazer” das igrejas, pois elas precisaram se adequar a essa nova realidade que se apresentou.

Como a Igreja de Cristo tem a missão mais importante confiada ao ser humano, anunciar as boas-novas de salvação, ela sempre aproveitou as oportunidades que surgiram

no decorrer da história e, não seria diferente com a Internet. Há uma grande quantidade de sites e de conteúdo religioso que serve e pode servir como ferramenta relevante na evangelização.

Nesse contexto, a pesquisa mostrou algumas das possibilidades que estão disponíveis na rede mundial de computadores que podem ser usadas para a propagação do evangelho, como também a forte presença dos cristãos na rede. Observou-se que é possível mudança na vida das pessoas, advindas das interações na Internet, e que cada vez mais as diversas denominações religiosas têm procurado usar essa ferramenta tecnológica para promover o evangelho ou suas práticas litúrgicas.

Embora seja difícil quantificar com exatidão o alcance e a influência que o uso da Internet tem na evangelização, pode-se dizer que a Igreja tem utilizado de forma moderada esse recurso e que cada vez mais pessoas, fieis ou não, são atraídas para um ambiente de interação digital.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Claudionor de. **O desafio da evangelização: obedecendo ao ide do Senhor Jesus de levar as Boas-Novas a toda criatura**. Rio de Janeiro: CPAD, 2016.

BALBONI, Mariana Reis. Exclusão Digital no Brasil e Uso de Governo Eletrônico: Análise Sobre os Indicadores da Pesquisa Sobre o Uso das TICs em Domicílios no Brasil — 2006. **Revista Ip: Informática Pública**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p.83-90, 28 fev. 2008. Semestral. Disponível em: <[http://www.ip.pbh.gov.br/ANO9\\_N2\\_sum.html](http://www.ip.pbh.gov.br/ANO9_N2_sum.html)>. Acesso em: 05 nov. 2018.

BÍBLIA. Português. **Bíblia de Jerusalém**. 4. Ed. rev. e atual. São Paulo: Paulus, 2002.

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Víctor Hugo Pereira. Redes e mídias sociais na Internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 12, p. 59-73, jun. 2011.

COSTA, Thaís. **As redes sociais são amplamente usadas no mundo e no Brasil. Mas você sabe quais são as principais no Brasil? Conheça as redes sociais mais usadas no país com dados atualizados para 2018**. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>> Acesso em: 26 set. 2018.

FANTONI, Francieli Jordão; BORELLI, Viviane. Religião Evangélica na Internet: os contratos de Leitura dos Portais das Igrejas Universal, da Graça e Assembleia de Deus. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 14., 2013, Santa Cruz do Sul.

**Anais...**, Santa Cruz do Sul, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. p. 1-15.

FONSECA, Jackson Santos; SANTOS, Edislane Figueira Fonseca. Teorias acerca da importância das mídias no evangelismo contemporâneo. In: Congresso Internacional da Faculdades EST, 1., 2012, São Leopoldo. **Anais...** São Leopoldo, 2012. p. 315-329. v. 1.

FURTADO, Nicole Freixo. **Comunicação digital na igreja evangélica:** um estudo das redes sociais. 2016. 71 f. Monografia (Graduação em Comunicação)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

JUNGBLUT, Airton Luiz. O uso religioso da Internet no Brasil. **PLURA, Revista de Estudos de Religião**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 202-212, maio. 2010.

\_\_\_\_\_. Os evangélicos brasileiros e a colonização da Internet. **Ciências Sociais e Religião**, Porto Alegre, v. 4, n. 4, p.149-166, out. 2002.

PUNTEL, Joana T. A igreja a caminho na comunicação. **Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, dez. 2011.

ROCHA, José Miranda. EVANGELIZAÇÃO E MÍDIA: POSSIBILIDADES E RISCOS. **Kerygma: Revista Eletrônica de Teologia**, São Paulo, v. 2, n. 1, p.30-39, 2006. Semestral.

SILVA, Wagner Rodrigo da; SOUSA, Wesley Avelar de; XAVIER, Érico Tadeu. Evangelismo nas Grandes Cidades: analisando Métodos Eficazes para Alcançar Mentres Pós-Modernas. **Práxis Teológica**, p. 1-12, 2013.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; CHIARA, Ivone Guerreiro Di. Das redes sociais à inovação. **Ciências da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, ago. 2005.

TRACTO. **Quantas pessoas têm acesso à Internet no mundo?** 2017. Disponível em: <<https://www.tracto.com.br/quantas-pessoas-tem-acesso-a-Internet-no-mundo/>>. Acesso em: 20 maio 2018

VALENTE, Jonas. **Relatório aponta Brasil como quarto país em número de usuários de Internet.** 2017. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-10/relatorio-aponta-brasil-como-quarto-pais-em-numero-de-usuarios-de-Internet>>. Acesso em: 26 mar. 2018.