

O Adventismo na era da Internet: Aspectos missiológicos e comunicacionais observados na *Revista Adventista*

Rodrigo FOLLIS¹
Fábio DARIUS²

Resumo: O presente artigo analisa a abordagem da *Revista Adventista* quanto ao uso da internet como meio evangelizador para o adventismo brasileiro. A discussão se deu a partir de uma análise documental, com abordagens quantitativa e qualitativas, principalmente a partir da análise do discurso. O objetivo foi discutir como esse movimento entende, através de seus discursos, os perigos e benefícios desse uso, e como aplicar alguns conceitos de contextualização missionária dentro dessa realidade. Além da própria questão missiológica, a discussão trouxe questões sociais e comunicacionais, tal como aspectos da globalização que trazem importantes questões para a igreja cristã: como a perda da comunidade em detrimento da individualidade provinda pelo uso e pela velocidade trazida com os novos meios comunicacionais e de transporte. Em geral, obtemos na *Revista Adventista* uma discussão mais voltada para questões de como a internet é um instrumento criado por Deus para levar a mensagem a mais pessoas em um menor tempo. Quando se critica o meio, é muito mais relacionado a questões de conteúdos que ali podem ser acessados e que são contrários a fé adventista do que a perigos e modificações mais amplos que esses meios podem trazer. O alerta que geramos, ao fim da discussão, é quanto à necessidade de contextualizar a mensagem e o meio, mas sempre saindo dos meros aspectos culturais epidermes e nos preocupando com as relações mais profundas que essa ação gerará em nós, na recepção do evangelho e também na sociedade. Ou seja, pensar como a própria adoção a um meio técnico ou uma nova abordagem teórica para a evangelização traz consequências positivas e negativas para todos os envolvidos no processo de comunicação missionária.

Palavras-chave: Comunicação; Internet; Adventismo; Desafios; Contextualização.

Foi a partir do congresso de Lausanne que se adotou, nas denominações evangélicas, a expressão “contextualização” para se referir à necessidade de se adaptar os usos e costumes do cristianismo para àqueles que viviam em culturas diferentes da vivida pelo missionário. Assim, se um brasileiro quiser comunicar o evangelho a um árabe, se faz necessário contextualizar sua

¹ Doutor em Ciências da Religião e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor nos cursos de Comunicação e Teologia do Unasp. Diretor da Unaspres.

² Doutor em Teologia Histórica pela EST. Professor nos cursos de graduação e no mestrado em Educação do Unasp, Engenheiro Coelho.

mensagem, objetivando encontrar uma fala com a menor quantidade de ruídos possível (BURNS, 2011). A não muito tempo atrás, essa necessidade de contextualizar seria considerada incorreta, devido a uma confusão teológica que a considerava um sinônimo para se “perder a palavra de Deus”.

Essa crença vinha da visão de que a forma como se encontra a mensagem, na cultura do missionário, bastaria para convencer qualquer cultura do mundo. Vários teóricos se levantaram contra essa concepção, mostrando números e relatando que muitos ouvintes simplesmente não se interessavam pela pregação tal como ela era realizada, sendo preciso mudar a forma como falamos. Além disso, esses mesmos teóricos apontaram o perigo do missionário agir como um imperialista ao considerar a totalidade de nossa cultura, que nunca será completamente bíblica, melhor do que a dos nossos interlocutores (NASCIMENTO, 2015). Nesse caso, a noção era de que, não contextualizar seria tanto um péssimo negócio como também errado e opressor.

É necessário se preocupar em não se perder a essência da mensagem de Deus, o que não pode ser confundido com simplesmente obrigarmos àqueles que têm hábitos diferentes de nós a viver inteiramente iguais à nossa cultura. A igreja deve manter a essência da pregação cristã, mas também se faz necessário caminhar para um conceito de alteridade, na qual nos preocupemos com o outro como parte importante dessa pregação. Questões culturais, quando não estiverem claramente contrárias aos conceitos bíblicos, não só podem, como devem, ser contextualizadas. Esse preceito vale tanto para questões culturais que envolvem outros países, nações e povos como para missões urbanas, entendida como algo mais amplo do que apenas pregar à grandes cidades, servindo também para à articulação dos pensamentos cristãos aos modos como devemos viver em meio as transformações sociais e técnicas que envolvem esses centros urbanos. E precisamos analisar essas questões a partir de um mundo globalizando.

Essa globalização foi possível devido a criação e propagação de vários instrumentos técnicos, como o avião, que encurtou as distâncias, o moderno sistema de comunicação, que permite contato em segundos com qualquer lugar do mundo, a qualquer momento. Muitos são os efeitos positivos trazidos por essas e outras invenções, e não é preciso discutir muito tempo para chegar a eles. Entretanto, algo que deve ser considerado é a relação de como todos esses instrumentos aumentam a velocidade da vida. Um exemplo disso é a volatilidade percebida nos inúmeros lançamentos da moda. Um celular top de linha não dura mais do que um ano, pois no próximo verão um novo será lançado

e todos seremos convocados a atualizar nossos aparelhos, não pela perda de capacidade do antigo, mas para continuarmos com o mesmo *status* social. Assim é com notícias, filmes, músicas e mesmo discussões políticas, os assuntos do momento são trocados com cada vez mais rapidez.

A questão aqui é se a religião, dentro dessa realidade social, não estaria produzindo uma fé descartável. A igreja pode se tornar um local não mais de comunidade, mas de programas. E um programa, na lógica da velocidade, é cada vez mais rápido e superficial. Até mesmo por não termos como nos aprofundar no pouco tempo em que assuntos e pessoas, dentro dessa nova lógica social, são tratados e estão em evidência. Será que a igreja, devido a isso, não estaria dispensando o “engajamento real, pessoal, vivido no coração da vida cotidiana”, e, em seu lugar, eliminando “o compromisso com a comunidade eclesial local”, perdendo o “contato físico, em âmbito social, com os demais fiéis”? (BABIN; ZUKOWSKI, 2001, p. 34). Em outras palavras, será que não estamos correndo o risco de perder a comunidade nos moldes bíblicos? A contextualização para uma nova época social é importante. Afinal, as pessoas estão dentro dela, se comunicam e fazem sua identidade a partir dos novos processos trazidos pela globalização. Mas, ao fazer isso, a igreja não perderia sua essência (considerando que parte da essência bíblica-cristã é estar em comunidade)?

Ao questionar essas coisas, não sugerimos a demonização dos instrumentos midiáticos, nem achamos ser a solução uma vida acética e antimoderna. Afinal, não cremos ser preciso, para se pregar a verdade bíblica, modificar por completo o meio social (isso só ocorrerá quando Jesus voltar, conforme afirma Apocalipse 21). Para “uma evangelização efetiva” temos, sim, que “olhar a realidade cara a cara e dar-lhe um nome para que possamos discuti-la e confrontar-nos com ela” (BABIN; ZUKOWSKI, 2001, p. 23). Para Puntel (2010, p. 165), a igreja deve anunciar a mensagem de salvação mesmo dentro de uma sociedade cada vez mais envolta na lógica da velocidade, da globalização e da mídia. Para isso, é preciso contextualizar. Ou, segundo essa autora:

é necessário discernir e renovar-se, bem como voltar a pensar na própria identidade. [...] É necessário individualizar formas críveis para uma comunicação da fé em [um novo] contexto sociocultural, no qual o Evangelho deve se encarnar sem dispersar-se e sem anular-se. E isso faz parte da identidade da Igreja: a evangelização.

Assim, podemos caminhar para a questão mais precisa a ser abordada no presente artigo: estaria a Igreja Adventista Do Sétimo Dia (IASD), dentro da realidade brasileira, preocupada e preparada para evangelizar essa sociedade contemporânea? Como essa questão é muito ampla,

nos focaremos em investigar apenas uma parte dela. Propomos um levantamento histórico dentro da editoria da *Revista Adventista*, órgão de máxima imprensa da instituição no Brasil, publicada ininterruptamente por mais de 100 anos. A intenção é buscar na revista qual a percepção que o movimento tem de sua relação com a internet e como ela traz novos desafios evangelísticos, ou seja, missionários e de contextualização urbana.

Metodologia

Nossa análise se localiza em uma fonte bem delimitada, assim, a presente pesquisa é caracterizada como documental, ou seja, possui um suporte com “informação registrada, formando uma unidade, que possa servir para consulta, estudo ou prova” (APPOLINÁRIO, 2009, p. 67). O *corpus* selecionado é a *Revista Adventista*, nela a busca se deu por método não probabilístico, tendo na busca pela palavra-chave sua principal forma de encontrar o material a ser analisado. Citamos todos os achados, através de tabelas quantitativas, quanto ao aparecimento das expressões: *web*, *internet*, *rede mundial de computadores*, *online*. Os quais analisamos a partir de uma perspectiva qualitativa.

A construção das tabelas com o resultado se deu através da junção de duas vertentes; para a primeira seguimos o pensamento de Strauss e Corbin (2008) quanto a uma metodologia que consiga trazer o melhor da teoria quantitativa para a análise qualitativa. Os autores argumentam que a criação de códigos e categorias para enquadrar o *corpus* antes mesmo de se entrar em contato com ele acaba por conduzir a um viés metodológico; sendo melhor criar as categorias no decorrer da análise do *corpus* e depois aglutinar em categorias menores. Inverte-se a lógica, obtendo-se as categorias depois da análise dos materiais e não antes. Foi essa a construção que produzimos, seguindo-se da análise das categorias encontradas (FLICK, 2008; BAUER, 2015). Também nos baseamos em técnicas de Análise de Conteúdo, as quais podem ser entendidas nas obras de Bardin (1977), Franco (1986) e Rocha e Deusará (2005).

O que fizemos foi acessar o site www.revistaadventista.com.br e clicar na aba “acervo”, lá colocamos os termos a serem buscados para uma leitura geral de grande parte do material, de maneira não probabilística. Essa plataforma *online* é mantida pela Casa Publicadora Brasileira, editora oficial da IASD no Brasil e responsável pela publicação do periódico. Através do site encontramos de maneira fácil e livre todo o acervo da revista durante seus mais de 100 anos de

publicação. Essa busca é automatizada e resulta em um *pdf* com a página original do período de maneira digitalizada (*fac-símile*), garantindo sua confiabilidade.

Catalogamos os termos por aparições: se em uma mesma matéria encontrássemos três citações, as consideramos cada uma a partir de sua lógica direta, pois nos interessava ver todas as tendências e não apenas a quantidade de citações em si. Pudemos perceber, através da variação dos números, as diferentes ênfases durante os períodos históricos, dados que passamos a analisar qualitativamente, segundo Godoy (1995), Gill (2002); Magalhães (2009), Orlandi (1987) e Wilson (2003). Os textos, sejam de notícias ou demais seções do periódico, foram considerados de igual modo dentro da análise empreendida, importando o histórico durante o tempo e não o gênero discursivo do texto (i.e. reportagem, notícia, nota etc.). Como a quantidade de informação é grande, devido ao longo período pesquisado e também a frequente atenção que os assuntos abordados encontram na revista, optamos por, após a análise dos textos, fazer tabelas quantitativas para traçarmos as tendências encontradas. Tínhamos como objetivo localizar os textos nos quais essas palavras encontram lugar, para entender como se procede a abordagem sobre a internet e seu uso missiológico pelo adventismo brasileiro, a partir da maneira como foi relatado e discutido na revista.

As tabelas de análises são comparadas dentro do desenvolvimento histórico em que as citações se encontram, isso através do ano de publicação da revista. A análise foi disposta em décadas, devido a quantidade de material encontrado, ficando mais simples de ser visualizado e de se perceber tendências globais. O período pesquisado vai da primeira edição de 1906 até a última de 2015. O objetivo foi incluir um grande período histórico para se perceber tendências mais consolidadas sobre o uso da internet e dos tópicos missiológico ligados a ele.

Junto com as tabelas, escolhemos citações retiradas da revista para serem analisadas. Devido ao número de possibilidades, escolheu-se as mais representativas das tendências e dos pensamentos encontrados, não se pretendendo mencionar todas as citações localizadas, tal como fizemos nas tabelas, que contemplam o total de citações de cada termo ou categoria. Um detalhe desse número é importante: se em uma reportagem foi citada três vezes a palavra internet, ela aparecerá contabilizada três vezes. As referências foram cruzadas e alguns artigos podem aparecer em categorias diferentes. O objetivo é entender o espírito do grupo, por isso a opção dessa abordagem mais ampla.

É importante salientar que optamos, em todo a presente pesquisa, por não referenciar, no final do texto, citações de artigos e reportagens encontradas na *Revista Adventista*. Essa opção se deu por não considerarmos esse material primariamente como referência, mas como objeto/fonte do presente estudo. Evitando-se um desnecessário aumento das referências ao final do texto, as informações (mês, ano e página) para se encontrar as citações foram disponibilizadas no texto. Além disso, sempre que foi necessário usar uma reportagem, notícia ou artigo retirado da *Revista Adventista*, se ocultou qualquer menção ao autor responsável pelo texto. Essa informação aparece na maioria das vezes na revista, mas não foi utilizada no presente artigo. O que em nada inviabiliza a pesquisa, pois o que importa é o conteúdo e a tendência do grupo e não os indivíduos-autores. Também se manteve a grafia original da revista, respeitando o documento tal como ele foi escrito em seu momento histórico e linguístico.

O uso da internet como narrado pela *Revista Adventista*

Como era de se esperar, a *Revista Adventista* dá tanta ênfase para a internet como o fez para os demais meios comunicacionais (FOLLIS, 2017), não sendo estranho encontrar sua discussão nas páginas da revista durante as três últimas décadas. Como o uso e a difusão desse meio comunicacional ainda é recente, incluímos em nossa pesquisa todas as citações até 2015, para termos um vislumbre sobre sua abordagem (tabela 1, abaixo). Nisso já percebemos que nesses últimos cinco anos já tivemos mais citações do que toda a década passada (2000 – 2010), o que mostra que os esforços da IASD estão fortes na inclusão da denominação dentro desse novo meio, ao mesmo tempo em que ele se torna mais popular e usado em larga escala dentro da sociedade brasileira. Entretanto, como tudo é muito novo, um trabalho futuro, que olhe para trás e descortine o que tem ocorrido nesse exato momento, trará mais detalhes e descobertas do que as que aqui elencamos: que se foca em tendências.

Tabela 1 - Quantificação da expressão “internet” na Revista Adventista (1906-2015)

Termo	1906	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
Internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	144	432	470

A primeira citação sobre a internet pela revista é em Setembro de 1995 (p. 7) e resume uma reportagem da revista *Globo Ciência* de Julho daquele ano. Nela diz que a biblioteca do congresso americano trabalha para digitalizar 5 milhões de livros e outros itens. E que “o objetivo é permitir que as pessoas usem a biblioteca de suas casas, por meio de um PC e, no futuro, de uma TV de alta definição”. Mas nada se menciona quanto a aplicação desse instrumento na evangelização, a nota acaba sendo apenas de conhecimento geral, informando sobre o que ocorre no mundo. Mas aqui já vemos o começo do que será tendência na revista.

Em Janeiro de 1996 (p. 13), uma notícia sobre um encontro de empresários adventistas mostra como o grupo está disposto a investir em diversos meios de comunicação para a pregação do evangelho. Se discute sobre a “implementação de uma emissora de televisão adventista para todo o Brasil” e também se aborda a nascente internet. Quanto a esse segundo aspecto, a revista assim descreve:

Uma das novidades do encontro foi a exposição sobre a Internet, feita pelo Pastor Erlo Braun, diretor do *Está Escrito*, e as possibilidades de evangelização que ela oferece. Ele explicou que a Internet é a segunda maior rede de comunicação do mundo, aglomerando hoje mais de 40 milhões de usuários ao redor do planeta. Segundo as expectativas, nos próximos cinco anos, mais de 400 milhões de pessoas estarão conectadas a essa rede. Isso, obviamente, abre oportunidade de evangelismo a longa distância, algo não imaginado antes. Como exemplo, o Pastor Braun citou o caso de um adventista, nos Estados Unidos, que está dando estudos bíblicos, através da internet, a uma pessoa na Grécia. Outra menção feita pelo diretor do *Está Escrito*, foi à “Igreja *on line*”, um projeto que reúne todas as comunicações existentes no mundo hoje, como o satélite, a televisão, a Internet e outras redes. Em poucas palavras, o usuário, de sua casa, pode entrar em contato com a Casa Publicadora Brasileira, a DSA e outras instituições, por exemplo, utilizando essa interligação de rede da “Igreja *on line*”. A novidade abre também a possibilidade de ensino à distância, como fazer o mestrado na Universidade Andrews sem sair de casa.

Também no ano de 1996, na edição de Agosto (p. 17), uma pequena propaganda no final da página anuncia “Cristo está voltando! Confira na internet: <http://unsite.com/advir/index.html>”. Assim, temos já nesse período uma demonstração do uso da internet como ferramenta de pregação por parte do adventismo, antes mesmo da própria revista entender bem o que seria esse novo meio comunicacional. Dentro do que vemos na tabela 2 (abaixo), é possível perceber no discurso sobre a internet a mesma ênfase encontrada

nos demais meios (rádio e televisão, como discutimos em Follis, 2017). A grande diferença está na pouca preocupação que a revista traz quanto aos perigos desse meio comunicacional, o que acaba difuso nas críticas à própria sociedade e na abordagem de temáticas que vão contrárias a pregação da mensagem do movimento. A IASD sempre se contextualizou em questões técnicas, utilizando-se os novos meios criados a cada época. Se por um lado essa contextualização não se faz de maneira acríica quanto ao conteúdo, o é, sem dúvidas, quanto ao próprio meio técnico.

Tabela 2 - Categorização da expressão “internet” na Revista Adventista (1906-2015)

Categoria	1990	2000	2010	Total
Meio evangelístico ³	51	147	156	354
Influência da vida moderna ⁴	30	90	86	206
Rede internacional de computadores ⁵	31	66	103	200
Meio de divulgar conhecimento ⁶	14	78	91	183
Avanço da tecnologia ⁷	18	51	34	103

O que mais percebemos são citações que indicam que a internet é, de maneira semelhante à TV e a internet, um instrumento dado por Deus para ajudar no avanço de sua obra (FOLLIS, 2017). Se na citação mencionada acima, de Agosto de 1996, vemos os primeiros planos para o uso da rede mundial de computadores como parte da escola bíblica, em Maio de 2013 (p. 27) temos uma matéria com o título “Lançar e puxar a rede: Novo Tempo recruta 400 instrutores bíblicos online”, indicando que aqueles planos prosperaram. E a matéria assim narra:

No dia 14 de Abril, a Igreja Adventista deu mais um passo importante para conectar o trabalho evangelístico da Rede Novo Tempo de Comunicação (NT) com as igrejas locais. A emissora tem sido estratégica no avanço do

³ Nesse grupo foram alocados a internet como meio de evangelização.

⁴ Aqui temos citações sobre a internet como maneira mais abrangente, tal como informativa (jornal ou publicidade) entre outras relações mais neutras, não sendo ligados diretamente ao evangelismo, mas indicam sua presença na sociedade brasileira.

⁵ Citações sobre o uso de e-mails, chats, redes sociais e outras relações diretamente ligadas ao uso de computadores foram alocados dentro dessa categoria.

⁶ Intimamente ligado à questão de evangelização, aqui não necessariamente se discute o processo proselitista em si, mas mostra-se como o meio digital tem um poder de transmitir conhecimento como nunca visto até hoje.

⁷ Esse grupo mostra claramente a doutrina do destino manifesto aplicado à criação da internet, nele se percebe como a mão de Deus para se pregar a mensagem ao mundo. Aqui vemos citações que engrandecem o poder dessa tecnologia e a usam para mostrar como nosso tempo é diferente de qualquer outro do passado.

adventismo no Brasil. Reunidos no auditório da TV Novo Tempo, em Jacareí, SP, 400 voluntários de todas as regiões administrativas do Estado de São Paulo receberam orientação sobre como utilizar a internet para a evangelização. O objetivo foi recrutar esses membros como instrutores bíblicos virtuais para o site www.biblia.com.br. A iniciativa do pastor Arilton Oliveira, gerente da Escola Bíblica da NT, tem o objetivo de diminuir o déficit de voluntários necessários para atender a demanda de mais de 37 mil alunos dos cursos bíblicos online oferecidos pela Rede.

A internet não vive a mesma resistência dos demais meios, o que acaba diluído nas críticas anteriores. Aproveita-se a tendência proselitista da memória fundante do adventismo como mecanismo para a consolidação e aceite da internet como ferramenta útil. A IASD tem uma pregação urgente para fazer: ela quer contar ao mundo sua crença. Dessa maneira, toda criação de um instrumento comunicacional é vista como a mão de Deus auxiliando para se concretizar essa pregação. É claro que existe também, no mesmo momento em que se aceita os meios comunicacionais como instrumentos evangelizadores, uma recusa de muito dos conteúdos ali produzidos. Eles são úteis para a pregação, mas também são perigosos para a vida espiritual do crente. O adventismo vive um conflito entre a aceitação e a recusa dos instrumentos comunicacionais, e isso fica claro em toda a história editorial da revista adventista. Mas, para a internet, os embates para se aceitar mais amplamente os outros meios comunicacionais auxilia em seu aceite (FOLLIS, 2017). Assim, nota-se que a internet é incluída no mesmo rol que a TV e o rádio, tal como o relato de Janeiro de 2014 (p. 35), ao afirmar que

o evangelho está sendo pregado todos os dias por meio dos veículos de comunicação de massa. Seja por meio da televisão, das ondas do rádio ou via internet, a mensagem de esperança chega à casa de milhões de brasileiros por intermédio da Rede Novo Tempo de Comunicação. Mas o que acontece quando, por exemplo, alguém aceita o chamado do pastor Luís Gonçalves para “chegar mais perto” no fim do programa Arena do Futuro? Quem deseja dar o passo seguinte, tem a chance de se tornar um aluno matriculado da Escola Bíblica - departamento da TV Novo Tempo responsável pela instrução bíblica dos interessados e o encaminhamento deles para as igrejas. [...]. E a aplicação desses alunos pode ser medida pelo envio de 200 mil estudos bíblicos gratuitos, somente no ano passado [2013].

Em Março de 2015 (p. 11) lê-se uma pequena nota intitulada “Evangelismo pela internet”, na qual lemos dados do setor de web da Noto Tempo, os quais mostram o alcance obtido pelo site biblia.com.br em 2014. O quadro indica que naquele ano se alcançou a marca

de 149.491 usuários ativos, com 91.792 alunos inscritos em algum curso bíblico, orientados por 1.097 instrutores leigos treinados pela IASD, os quais acompanharam 86.249 estudos bíblicos em andamento e responderam a 11.183 dúvidas doutrinárias. No final do ano, foram concluídos 34.002 estudos. Mas não se informa quantos alunos desses foram batizados e estão inseridos hoje nas igrejas por todo o Brasil. Percebe-se, em toda a linha editora da revista, que a discussão não é quanto ao processo completo de contextualização da prática comunicacional em sua abordagem missiológica, apenas enfatiza-se os efeitos positivos em questões de números de batismos e de alcance. Entretanto, cremos que aqui estamos apenas no primeiro aspecto da boa discussão teológica: é preciso continuar o processo e questionar quais modificações existem quando contextualizamos a mensagem e mudamos o meio comunicacional em nossas pregações. Que igrejas obteremos? Ela mudará a cosmovisão dos que se envolverem com nossa pregação? Ou estamos seguros que é aqui temos apenas questões culturais epidérmicas e que a contextualização não gerará nenhum ruído naquilo que consideramos essencial à mensagem?

Considerações finais

A ênfase adventista, tem como objetivo pregar sua mensagem ao maior número de pessoas possível, no menor tempo e com a maior agilidade, pois o movimento acredita ser essa sua missão. E isso, não necessariamente, liberaria o uso completo desses meios para todos os crentes, que ainda vivem com fortes recomendações sobre como deveria agir no uso de tais instrumentos. Como vimos nas análises feitas, a partir de anos mais recentes, não se discute contra os meios de comunicação tanto como ocorreu na introdução do rádio e, principalmente, da televisão (FOLLIS, 2017). Se aceita mais o meio e se fala pouco até mesmo sobre o conteúdo em si. Embora, quando se fala, o conteúdo sempre acaba por ser eleito como o principal aspecto negativo, devendo o cristão tomar muito cuidado com o que coloca diante de seus olhos. A questão não, em nenhum momento, algo semelhante ao que discutimos na introdução do presente artigo. Os meios comunicacionais, com foco na internet, objeto desse artigo, sempre são vistos como neutros. O perigo está em seus conteúdos e não nos meios em si. O que tem sua lógica, mas não deve ser a totalidade da crítica, tal como argumentamos.

Quando falamos sobre a necessidade de contextualizar, precisamos sair dos meros aspectos culturais epidermes e nos preocupar com as relações mais profundas que essa ação

gerará em nós, na recepção do evangelho e na sociedade. Ou seja, pensar como a própria adoção a um meio técnico para a evangelização traz consequências tanto positivas como negativas para todos os envolvidos, isso deve sempre fazer parte do processo de discussões missiológicas.

Referências

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo, Atlas, 2009.

BABIN, P.; ZUKOWSKI, A. **Mídias**: chance para o Evangelho. São Paulo: Loyola, 2001.

BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUER, M. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. São Paulo: Vozes, 2015.

BURNS, B. (Ed.). **Contextualização missionária**: desafios, questões, diretrizes. 1. ed. São Paulo, SP: Vida Nova, 2011.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Penso, 2008.

FOLLIS, R. **Memória, mídia e transmissão religiosa**: estudo de caso da *Revista Adventista* (1906-2010). Tese (Doutorado em Ciências da Religião). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017.

FRANCO, M. **O que é análise de conteúdo**. São Paulo: PUC, 1986.

GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

GODOY, A. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

MAGALHÃES, E. Análise do discurso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

NASCIMENTO, A. **Evangelização ou colonização?**: o risco de fazer missão sem se importar com o outro. Viçosa: Ultimato, 2015.

ORLANDI, E. P. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas de discurso. Campinas: Pontes, 1987.

POSTMAN, N. **Tecnopólio**: A rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

PUNTEL, J. **Comunicação**: diálogo dos saberes na cultura midiática. São Paulo: Paulinas; Sepac, 2010.

ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B. Análise de conteúdo e análise do discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **Alea**, v. 7, n. 2, p. 305-322, dez. de 2005.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa**: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. São Paulo: Artmed, 2008.

WILSON, V. Modos de ler o discurso religioso. **Soletras**, Ano III, n. 5 e 6. São Gonçalo: UERJ, 2003. Disponível em: <<http://bit.ly/2nUpI03>>. Acesso em: 25 jan. 2008.