

COMUNICANDO O REINO DE DEUS NA CONTEMPORANEIDADE: O OUVINTE COMO PONTO DE PARTIDA¹

Naurimar Carvalho Furtado de Mello²

RESUMO

O artigo é uma pesquisa bibliográfica sobre o uso do ciberespaço pelas entidades religiosas para comunicar o Reino de Deus. Contextualiza a forma que a mensagem cristã é propagada e ressalta a importância do ouvinte como receptor ativo. Contrapõe o discurso conservador da mensagem religiosa com a forma moderna que essas mensagens são propagadas nas novas mídias. Apresenta a Nova Homilética como uma forma de comunicação mais apropriada à participação do ouvinte e sua influência na narrativa dos pregadores e expõe a importância desse uso nas novas mídias tão utilizadas e difundidas nesse tempo. O artigo reconhece o conceito de prosumidor de informações onde o ouvinte além de consumir informações as produz e publica. Conclui que a igreja moderna não deve abrir mão do uso desses espaços para comunicar o Reino de Deus na contemporaneidade.

Palavras-chave: Comunicação; Encarnação; Ciberespaço; Igreja; Ouvinte.

INTRODUÇÃO

A vida contemporânea e o consumo de informação têm características específicas. A religiosidade sempre dependeu das formas comunicacionais para sua disseminação, mas na atualidade é preciso compreender como essa mensagem deve ser realizada para que sua efetivação aconteça.

A primeira parte do artigo discorre sobre a mensagem cristã, sua importância e a forma como o ouvinte deve ser levado em consideração durante essa transmissão. A fundamentação teórica mostra a forma de comunicação nos tempos atuais e explica como o ouvinte se comporta ao consumir e produzir informações.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em forma de Artigo como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Teologia da Faculdade Unida de Vitória no ano de 2020, sob a orientação do professor Abdruschin Schaeffer Rocha.

² Graduando do Curso de Bacharel em Teologia da Faculdade Unida de Vitória, Espírito Santo.

O artigo expõe a importância e a participação do leitor que deve influenciar o pregador em sua narrativa, exhibe como exemplo importante o quadro comparativo do modelo Homilético tradicional e o modelo da Novo Homilética mostrando as diferenças e os meios adequados de lidar com os dois modelos, uma vez que uma das plataformas de comunicação mais utilizadas é o púlpito.

Na segunda parte o artigo apresenta os conceitos teológicos de Reino de Deus e Encarnação, e os aproxima à comunicação da mensagem cristã. Parte-se do pressuposto de que o cerne da mensagem cristã — o seu caráter encarnacional — torna-se um caminho fecundo para se pensar a comunicação do Evangelho no mundo contemporâneo, já que, além de dar rosto à mensagem, aproximando Jesus do homem comum, também torna o discurso mais apropriado.

A terceira parte situa a comunicação realizada no mundo contemporâneo e expõe a importância de adequar a mensagem aos formatos corretos para a veiculação no mundo virtual. Em toda pesquisa é possível reconhecer a defesa do ponto de vista de que o ouvinte é uma parte fundamental no processo de consumo de informação religiosa, e que respeitar a função do ouvinte nesse processo, principalmente o feito em mídias virtuais, é fundamental.

1. O DESCOMPASSO ENTRE A MENSAGEM CRISTÃ ATUAL E O OUVINTE

O Cristianismo é uma religião baseada em um livro sagrado, a Bíblia, cujos escritos — que já remontam há mais de dois mil anos — reúnem elementos do judaísmo e da cultura helenista. Certamente dar significado, sentido e relevância ao conteúdo bíblico na contemporaneidade configura-se num grande desafio, uma vez que a percepção e valores do ouvinte contemporâneo apresentam mudanças culturais e sociais significativas em relação ao ambiente no qual se formaram os textos que sustentam a mensagem cristã.

1.1. Fundamentos da comunicação no mundo contemporâneo

É por meio da comunicação que nos ligamos ao outro e percebemos o mundo. Comunicar é uma característica essencial do ser humano que se materializa de várias maneiras

diferentes incluindo a verbalização e suas variáveis. As formas de comunicação foram se modificando com o passar do tempo, assim sendo, deve-se dar atenção a este meio de interligação existente há primórdios, porém, em constante mutação no tempo. O sociólogo francês, Michel Maffesoli, ressalta que a comunicação é o cimento da sociedade³. Só é possível nos compreendermos a partir das relações, afinal, é a partir do outro que se dá o processo comunicacional fundamental para que essas relações existam.

Para nos expressar, utilizamos a linguagem verbal e não verbal. Segundo o filósofo e linguista suíço, Ferdinand Saussure, a linguagem verbal utiliza a língua e possui um sistema de signos, que é empregado por meio de símbolos e sinais, que por sua vez, representam algo que está fora deles⁴. Isso significa que a comunicação passará pelo entendimento, cultura e crenças do receptor, o emissor não controla a recepção.

Apesar de suas ideias estarem mais voltadas para as questões políticas e sociais, o filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas é um grande pensador da comunicação. Para ele a linguagem é tudo em todos, tem uma dimensão com amplo significado, e por meio dela é possível à compreensão mútua que levará ao entendimento e ao consenso⁵. Habermas defende o conceito de “agir comunicativo” que usa a linguagem para obter um entendimento mútuo, que diferente da compreensão do que é dito, implica principalmente na aceitação do ato da fala e tem consequências, fazendo com que o receptor tenha ações coerentes com as informações repassadas⁶.

Habermas afirma que se dois utilizarem a mesma linguagem para se comunicar isso não é suficiente para que as mensagens se efetivem⁷. O autor destaca que existe a necessidade de um quadro de referências comum que traga sentido aos atos de fala. O pensador alemão define como “o mundo da vida” o saber intuitivo, que dominamos quando crescemos em uma cultura e compartilhamos de uma mesma experiência. Quando falante e ouvinte usufruem de elementos do mesmo mundo, os participantes podem referir-se ao mundo objetivo, social e subjetivo, sendo que cada um representa um fragmento do mundo da vida. Estes mundos correspondem às tradições culturais, solidariedades sociais e estruturas da personalidade, que o autor aponta como componentes estruturais do mundo da vida. Essa congruência, mediada

³ MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). *Revista Famecos*, Porto Alegre, v.10, n. 20, p. 13-20 [18], abril 2003.

⁴ SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix; USP, 1969, p. 331.

⁵ HABERMAS, J. *O Pensamento pós-metafísico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990, p. 37.

⁶ Cf. HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra, 1997.

⁷ HABERMAS, J. *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 514.

pelo agir comunicativo, faz com que os envolvidos no processo comunicacional tenham ações coerentes com as mensagens trocadas⁸.

Outro pensador que colaborou com seus estudos no sentido de reconhecer a importância de todos os elementos que compõem o processo comunicacional foi Harold Lasswell que destacou cinco questões cruciais na construção adequada da mensagem midiática que, quando levadas em conta, auxiliam na compreensão correta da mensagem: “quem?”, “diz o que?”, “em que canal?”, “para que?”, “com que efeito?”⁹. Isso posto, o emissor passa a reconhecer que caminhos e que elementos são fundamentais para a efetivação da mensagem pretendida.

Partindo desses pressupostos percebe-se que propagar a mensagem de Cristo, que está baseada em um livro sagrado escrito há mais de dois mil anos, que traz narrativas de povos e culturas, bem distantes da realidade dos que a recebem, e que agora tem que lidar com o sujeito pós-moderno e suas especificidades, é um obstáculo a ser vencido. Isto porque a história é verbalizada no presente e traz consigo valores e culturas atuais.

Conhecido como “teólogo da cultura” e por ter vivido o horror da primeira guerra mundial, Paul Tillich descreve uma simbiose entre cultura e religião. Em seu livro *Teologia da Cultura*, ele afirma:

Não existe linguagem sagrada caída de um céu sobrenatural para ser encerrada nas páginas de um livro. O que existe é uma linguagem humana baseada em nosso encontro com a realidade, em evolução ao longo do tempo, usadas para as necessidades cotidianas, para expressão e comunicação, literatura e poesia, bem como para mostrar a preocupação suprema¹⁰.

A religião é por si só um elemento da cultura que necessita de sentido e significado em todos os tempos, seja no que está baseada, seja no que será propagada. Segundo o filósofo francês, Gilles Lipovetsky vivemos a pluralização das sociedades, qualquer tipo de padronização ou conceitos absolutos parecem estar fadados ao insucesso¹¹. O autor analisa a autonomia do sujeito, liberto de ideologias políticas, freios institucionais e normas da tradição. E quando nos deparamos com esse sujeito contemporâneo compreendemos a

⁸ HABERMAS, 2000, p. 514.

⁹ LASSWELL, Harold. *The Structure and Function of Communication in Society: the communication of ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948, p. 215

¹⁰ TILLICH, Paul. *Teologia da Cultura*. São Paulo: Fonte Editorial, 2009, p. 89.

¹¹ LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos Hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004, p. 80.

dificuldade de difundir conceitos religiosos na atualidade, que deve adequar tanto o conteúdo, quanto a forma.

As gerações são consideradas a partir de hábitos, costumes e culturas, porém a régua do tempo tem mudado uma geração que antes se contava a cada vinte e cinco anos, hoje, se considera em apenas dez anos, tal a velocidade dos acontecimentos e transformações. Zygmunt Bauman, em seu livro *Modernidade Líquida*, cita: “a modernidade nasceu sobre as estrelas da aceleração e da conquista de terras, e essas estrelas formam uma constelação que contém toda a informação sobre seu caráter, conduta e destino”¹².

Portanto, umas das consequências deste tempo é o imediatismo, as efemeridades, a deserção, o niilismo e o vazio. Por estas e outras razões também é conhecida como a era das incertezas e das pluralidades.

Vivemos o tempo da livre escolha, do individualismo sem barreiras que coloca em cheque o próprio *ethos*¹³ humano, que deixa de estar baseado em uma unidade primitiva e caia na fragmentação, desencantamento e dessacralização. Valoriza-se a satisfação própria, a realização, o consumo, frivolidades.

A essas características acrescentamos ainda que o consumidor de informação da era digital comporta-se, como exemplifica Denis Renó, como um prosumidor de informação¹⁴. O autor salienta que atualmente o consumidor de informação além de receber essa mensagem, a consome, recria ao seu modo e reproduz nas esferas digitais, agindo como um produtor e reconstrutor de informação, verbal, escrita e até mesmo mimetizada.

Renó destaca que “o usuário é parte do processo e não só uma audiência passiva” e na atualidade essa prática de reconstrução do discurso quando feita com os elementos religiosos podem ser perigosas e prejudiciais, travestidas de elementos, tanto na construção, quanto na propagação da mensagem¹⁵.

¹² BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000, p. 131.

¹³ Conjunto dos costumes e hábitos fundamentais, no âmbito do comportamento (instituições, afazeres etc.) e da cultura (valores, ideias ou crenças), característicos de uma determinada coletividade, época ou região.

¹⁴ RENÓ, Denis. *Periodismo transmedia: reflexiones y técnicas para el ciberperiodistas de los laboratorios de medios interactivos*. Madri. Fraga, 2012, p. 89.

¹⁵ RENÓ, Denis, 2012, p. 89.

1.2 O mundo contemporâneo e o “novo” ouvinte

O que estamos defendendo aqui converge com o pensamento de Bellotti, segundo o qual “A audiência não é passiva e suscetível à dominação econômica ou religiosa”¹⁶. A autora ressalta que, ainda que os discursos religiosos sejam constituídos com objetivos específicos (evangelização, instrução, diferenciação etc.), podem ganhar outros sentidos quando se leva em conta a recepção dos fiéis ouvintes. É preciso entender que os discursos, principal forma de propagar a mensagem cristã, diferem do processo comunicacional tradicional que se resumem a transmissão de informação contendo como elementos o emissor (aquele que fala), meio (língua falada ou escrita, imagem etc.), mensagem (conteúdo presente no meio) e receptor (alvo da mensagem), porque os ouvintes podem ser afetados pela argumentação e pela subjetivação do discurso.

Quando levamos em conta a prática discursiva o consumo das mensagens religiosas assumem sentidos que acabam sendo múltiplos e variados. Orlandi diz que tanto quem fala, quanto quem ouve, são produtores de discurso, porque estão permeados de seus fundamentos ideológicos. O ouvinte, por sua vez, é outro sujeito do discurso, que carrega um histórico-ideológico e interpreta o que ouve, gerando para si um novo discurso, adaptado a sua ideologia¹⁷.

É que no mundo contemporâneo, que Bauman, define como líquido tudo muda rapidamente. Nada é feito para durar¹⁸. E é nesse mundo que habita o ouvinte da sociedade do século XXI, em um tempo em que acordos e contratos são desfeitos e burlados com facilidade. A palavra empenhada tem pouco ou nenhum valor. Difícil pregar para esse ouvinte que precisa vencer esses valores e atribuir credibilidade às testemunhas religiosas que comunicam o Reino de Deus. Antes de qualquer coisa o detentor do discurso deve entoar em suas falas um status de verdade porque nelas há um elemento divino, sagrado que deve ser propagado, mas não levar em consideração o peso cultural que esse ouvinte carrega pode comprometer a efetivação do discurso e consequentemente o entendimento. Em Marcos 16:15 diz¹⁹ “E disse-lhes: Ide por todo mundo, proclamai o evangelho a toda criatura”. Essa dificuldade é relatada por Bingemer:

¹⁶ BELLOTTI, Kosicki Karina. Mídia, Religião e História Cultural. *Revista de Estudos da Religião*, São Paulo, n. 43, 2002, p. 109.

¹⁷ ORLANDI. E. P. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. São Paulo: Brasiliense, 1983. ORLANDI. E. P. Discurso, imaginário social e conhecimento. *Em Aberto*, Brasília, v. 14, n. 61, p. 53-59, 1994.

¹⁸ BAUMAN, Zygmunt. *Tempos Líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007, p. 34.

¹⁹ Marcos 16:15 (Bíblia de Jerusalém)

A sociedade pós-moderna agrega elementos a estas mudanças que por si só já são suficientemente profundas e inquietantes. Resgatou-se um sagrado em novas bases que pouco ou nada têm a ver com a proposta da fé monoteísta e concretamente cristã. Filha dos tempos pós ou hipermodernos, a nova consciência religiosa mescla elementos de fé com outros mais ligados às questões ecológicas, às técnicas de meditação as mais diversas e mesmo a práticas mais condizentes com outras áreas da vida que não a religião, como a astrologia, o tarô, etc.²⁰.

Posto isso é preciso estratégias adequadas para que os ouvintes sejam envolvidos e estimulados a desejar consumir as informações como um prosumidor ativo capaz de se envolver nesse discurso, sendo realmente tocado por ele.

1.3 A mensagem cristã e o caráter conservador do discurso

Para falar de discurso religioso é preciso reconhecer a importância da homilética. No século XVII o Cristianismo se aproveitou da retórica criada pelos gregos e levou para a igreja e nomeou de homilética²¹. Os teólogos, estudiosos do tema acreditam que é possível aprender a preparar e apresentar os sermões e pregações bíblicos de maneira eficaz e interessante para cativar e prender o público.

Quando aplicada corretamente, a homilética ajuda a trazer orientação ao orador, ao proporcioná-lo a possibilidade de organizar melhor suas ideias e, assim, contribuir para uma melhor compreensão do ouvinte. A homilética é um bom exemplo de comunicação em âmbito religioso, já que o sermão se constitui numa das principais estratégias de comunicação no contexto do Cristianismo. Souza discorre sobre uma mudança paradigmática ocorrida no campo da ética nos anos 60. Segundo o autor, um grupo de pregadores passou a questionar a eficácia dos métodos tradicionais discursivo-dedutivo-explanatório das pregações baseados no pregador²². O grupo liderado por Fred B. Craddock e Eugene L Lowry, procurou resgatar teorias indutivas e narrativas nomeando a prática de nova Homilética. Ainda segundo SOUZA, 2007, p. 19 o modelo que Craddock apresentou:

Conhecido como pregação indutiva, tem por objetivo principal convidar as pessoas ouvintes a tomar parte no desenrolar da prédica e permitir que haja espaço para que cheguem às suas próprias conclusões. No coração da proposta de Craddock está a

²⁰ BINGEMER, M. C. L. A fé cristã na contemporaneidade: rumos e desafios. *Perspectiva Teológica*, Belo Horizonte, v. 41, 2009, p. 345-374.

²¹ SOUZA, Mauro Batista de. A nova homilética: ouvintes como ponto de partida na pregação cristã. *Estudos Teológicos*, São Leopoldo, v. 47, n. 1, jun. 2007, p. 5-24.

²² SOUZA, 2007, p. 5-24.

convicção de que, sendo comunicação oral, a prédica pertence a todas as pessoas que a ouvem²³.

O autor esclarece que no modelo Homilético tradicional (ou clássico) os pregadores buscam na bíblia uma ideia a ser pregada, buscam o tema que deve ser passada para os ouvintes, encontra a ideia central e transmite essa ideia sem ter a chance de pensar ou concluir por seus próprios esforços. Um consumo de informação literária. O que Souza defende, é que essas pregações tradicionais usam métodos discursivo-dedutivo-propositivo-explanatórios de prédica falham neste aspecto, porque são bastante dependentes da textualidade²⁴. Trata-se de métodos que, por via de regra, seguem a lógica de textos científicos, acadêmicos, que é basicamente uma lógica dedutiva. Prédicas são pensadas e confeccionadas como aulas, como conferências; escritas em forma de parágrafos. No entanto, como afirmam os defensores da Nova Homilética, prédica é intrinsecamente comunicação oral, e não escrita. O autor cria uma tabela de diferenciação dos métodos.

| Modelos tradicionais de prédica (Homilética Clássica) | Modelos contemporâneos de prédica (Nova Homilética) |
|---|---|
| 1. ponto de partida: pessoa que prega ou o texto bíblico | 1. ponto de partida: ouvinte |
| 2. objetivo: persuadir (fazer-se acreditar); transmitir (a mensagem); servir (uma conclusão). | 2. objetivo: dar oportunidade para que as pessoas ouvintes pensem seus próprios pensamentos e cheguem às suas próprias conclusões |
| 3. conteúdo: ideias (verdades, doutrinas, instruções a serem seguidas). | 3. conteúdo: estórias, narrativas, tramas, situações concretas. |
| 4. linguagem: clara, dicotômica, segue princípios da escrita, pouca ou nenhuma redundância. | 4. linguagem: poética, oral, redundante. |
| 5. forma: dedutiva, proposicional, discursiva, explicatória, unidirecional, lógica, conclusiva. | 5. forma: indutiva, narrativa, indireta, sugestiva, dialogal, uso de suspense. |
| 6. pregador/a: autoridade (fala por Deus, especialista em Bíblia, conhece). | 6. pregador/a: testemunha do texto bíblico (narrativa bíblica): conta o que viu, ouviu, sentiu durante seu encontro com o texto |
| 7. ouvinte: passivo/a (recebe a conclusão do/a pregador/a) | 7. ouvinte: ouve ativamente, participa das decisões e conclusões. |

²³ SOUZA, 2007, p. 19.

²⁴ SOUZA, 2007, p. 9.

Tabela 1 – Diferença de modelos de prédica²⁵

Um dos principais problemas da pregação que se move dedutivamente é que ela contradiz a maneira normal pela qual a comunicação oral acontece, porque a oralidade envolve o ouvinte e resgata a importância central desse ouvinte para dentro da teoria e prática da homilética.

Para a comunicação moderna os ouvintes são valorizados e respeitados como seres humanos inteligentes capazes de alcançar conclusões teológicas e práticas com suas próprias forças. A pregação indutiva é mais humanizante que a dedutiva no sentido de que ela entende os ouvintes como sujeitos que têm o direito de abrir-se ou não para a prédica e com o direito de concordar ou não com a conclusão de quem prega. Basear as pregações a partir do ouvinte e suas experiências traz para o discurso religioso um protagonismo para o receptor da mensagem, tornando a pregação um momento de troca e conversa o que possibilitará uma melhor adesão e compreensão do tema exposto.

2. O REINO DE DEUS E A ENCARNAÇÃO

A encarnação é a demonstração por excelência do Amor de Deus para com os homens, pois a Segunda Pessoa da Santíssima Trindade – Deus – faz-se participante da natureza humana na unidade da pessoa.

*Santo Agostinho*²⁶

Os conceitos teológicos de Reino de Deus e Encarnação contam-se entre aqueles que se destacam como os mais centrais para o Cristianismo. Em relação ao primeiro, destaca-se nesta seção o seu caráter ambíguo (o “já” e o “ainda não”) e os perigos de uma compreensão metafísica que deriva da absolutização de uma dessas duas dimensões em detrimento da outra.

²⁵ SOUZA, 2007, p.10.

²⁶ SANTO AGOSTINHO, *De Trinitate*, 2, 5, 9; cf. Concílio Lateranense IV: DS 801.

Do segundo, destaca-se o processo de dessacralização do divino e, conseqüentemente, as implicações disso para a comunicação.

2.1 Uma visão equivocada do Reino (metafísico)

O modelo metafísico platônico, que pressupõe existir uma cisão entre o mundo real e o mundo aparente — o acesso à verdade está para além do mundo terreno —, criou um abismo entre o mundo sensível em que vivemos, visto como efêmero, e o mundo inteligível, visto como absoluto, eterno. O chamado dualismo platônico que hierarquiza esses dois mundos, assumindo o mundo inteligível como mais excelente, verdadeiro e preferível em relação ao mundo sensível das paixões, do corpo, acabou por influenciar significativamente o Cristianismo. As realidades do mundo sensível platônico converteram-se no mundo terreno e imperfeito do Cristianismo e o mundo inteligível transformou-se no céu ou na realidade pós-morte, tal como assumido por essa religião ²⁷.

Os autores Diógenes Allen e Eric O. Springsted,²⁸ confirmam a relação imbricada entre platonismo e cristianismo: Para Platão, assim como para o cristianismo, este mundo não é o nosso lar. Temos um destino que não pode ser cumprido aqui, e a vida humana é uma jornada deste mundo à realidade suprema.

Nesta perspectiva o mundo inteligível é o nosso “porto seguro”, local onde Deus habita, onde encontraremos a felicidade perfeita, portanto vivemos no agora sabendo que o verdadeiro bem está além deste mundo, ainda que este mundo o ajuíze. O centro da fé cristã se baseia em Jesus Cristo, a própria identificação “cristianismo” é proveniente do seu nome. Os Evangelhos Canônicos, especialmente o Evangelho de João, descreve que Jesus é Deus encarnado, "No princípio era o Verbo, e o Verbo estava com Deus, e o Verbo era Deus... E o Verbo se fez carne, e habitou entre nós..." (João 1:1, 14)²⁹; e "porque nele habita corporalmente toda a plenitude da divindade,"(Cl 2:9).

Jesus, portanto, tem duas naturezas, divina e humana, é ao mesmo tempo Deus e homem. O aspecto humano de Jesus pode ser identificado nos Evangelhos através dos

²⁷ ALLEN, Diógenes; SPRINGTED, Eric. *Filosofia para Entender Teologia*. Santo André: Academia Cristã, 2017.

²⁸ ALLEN, 2017, p. 5.

²⁹ Neste capítulo do Evangelho de João ele se refere à criação do mundo: “No princípio criou Deus os céus e a terra”.

conflitos vivenciados entre as questões religiosas, política, social e cultural de sua época, conforme descreve Udo Schnelle diz:

O início do Reino de Deus torna-se visível no amor de Deus para com as pessoas desqualificadas e significa: perdão total da culpa, amor paternal, convite às pessoas pobres, acolhida das orações, recompensa vinda de bondade e alegria. É disso que Jesus conta em suas parábolas³⁰.

Jesus não considera o Reino de Deus uma ideia e sim uma realidade. Quando interrogado quando seria a vinda do Reino de Deus, Jesus respondeu-lhes (L.c. 17:20, 21) “Não se poderá dizer: Ei-lo aqui! Ei-lo ali!, pois eis que o Reino de Deus está no meio de nós”.

Por meio das parábolas Jesus leva seu ouvinte para dentro do mundo, criando uma aproximação com o Reino que está próximo, já fazendo parte do presente e do mundo cotidiano. É na vida ordinária do presente que se manifesta a ação de Deus.

Os Evangelhos Canônicos apresentam um entrelaçamento entre o Jesus divino e humano. Lucas ao mesmo tempo em que mostra sua fragilidade (L.c. 2:7), demonstra sua força e sabedoria (L.c. 2:40), o que não diminui em nada sua importância e divindade. Sua humanidade fortalece a fé e torna a pregação do Reino de Deus mais acessível.

Assumir uma espiritualidade encarnada e se propor a ser discípulo do “Cristo da Fé”, levando em consideração o “Jesus Histórico”, significa ser a representação dos seus ensinamentos no mundo, no aqui e agora, dando assim um caráter humano e prático as Escrituras. O teólogo e professor Abdruschin Schaeffer Rocha descreve que o outro como lugar, não se constrói apenas a partir de si mesmo, mas necessariamente a partir da relação com o outro³¹. Portanto, é nas relações que nos tornamos textos vivos, materializamos e damos sentido à comunicação do Reino no tempo presente.

2.2 A Encarnação e a dessacralização do divino

Diferentemente dos outros autores neotestamentários, a Teologia Joanina descreve Jesus com contornos enigmáticos e misteriosos apresentando o agir de Deus de forma metafórica. Edgar Raymond Brown identifica que no período primitivo da comunidade

³⁰ SCHNELLE, Udo. *Teologia do Novo Testamento*. Santo André: Academia Cristã, 2017, p. 131

³¹ ROCHA, Abdruschin Schaeffer. *A Hermenêutica do Cuidado Pastoral: lendo textos e pessoas no mundo paradoxal*. São Leopoldo: Sinodal/EST, 2012, p. 177.

joanina, num primeiro momento apresentava-se a cristologia de baixo, porém mais tarde surgiu a cristologia de cima³².

Deus fez-se homem por meio de Jesus (Cf. João 1:14), cheio de graça e de verdade.

Brown descreve:

A imagem final de um Jesus pré-existente segundo a opinião geral vai além do que André quis dizer quando ele aclamou Jesus o Messias (Cristo) em 1,41, e além do que Natanael quis dizer quando aclamou Jesus como Filho de Deus em 1,49. Mas no fim do evangelho (20,31), o evangelista sente-se plenamente satisfeito quando se utiliza destes termos para descrever o Jesus de sua elevada cristologia: “Estes (sinais, porém, foram escritos para crerdes que Jesus é o Cristo, o Filho de Deus, e para que, crendo, tenhais a vida eterna em seu nome).”³³

O conceito central da teologia do Quarto Evangelho é atuação do Pai no Filho (Jo 3:16), Jesus é a representação do amor do Pai. A doutrina cristã da encarnação se baseia no preceito de que Jesus é a segunda pessoa da Trindade, e que foi escolhido por Deus para assumir uma natureza humana.

A realidade de Deus só pode ser percebida por meio de Jesus. Deus fala e opera através de Jesus. Sete milagres são narrados no Evangelho de João, o que representa o poder de criação e de vida (Jo 1.3). Em Jesus, Deus se revela ao mundo humano. Udo Schnelle relata:

Dessa maneira a preexistência e a encarnação respondem também a antiga pergunta religioso-filosófica sobre como e onde aconteceu o encontro entre a transcendência e a imanência. A origem de Jesus é o Deus de quem ele saiu: dessa maneira, ele é do céu, desceu para o mundo e traz notícias autênticas sobre Deus³⁴.

Para João, não estão disponíveis aos seres humanos a verdade e a vida em seu sentido maior, somente passam a existir e dar acesso a homens e mulheres por meio de Jesus Cristo. Porém, a alta cristologia descrita no Evangelho de João afastou Jesus de sua humanidade, a ausência de parábolas e metáforas que comunicava o Reino de forma simples e empática deixam de existir, criando assim um distanciamento.

³² BROWN, Raymond Edgard. *A comunidade do discípulo amado*. São Paulo: Paullus, 1999, p. 29.

³³ BROWN, 1999, p. 29.

³⁴ SCHNELLE, 2017, p. 876.

Para o teólogo Leonardo Boff³⁵, Jesus é aquele que promove mudanças de atitude frente a uma rede viva e ativa de relações, a tal ponto que altera realidades pessoais e sociais e se concretiza em libertação e antecipação do Reino no aqui e agora. Ou seja, existe envolvimento quando existe transformação e ação no aqui e agora.

2.3 O “já” e o “ainda não” do Reino de Deus

A experiência humana é vivida no presente, ou seja, no já, na realidade. A prédica que apresenta o Reino escatológico deixar de atribuir sentido aos receptores no presente, de interliga-lo a mensagem, contribuindo para a dessacralização do divino. Os primeiros cristãos criam que Jesus era o Messias por causa da ressurreição, que está governando o mundo no tempo presente, no entanto (1Cor 15:24) percebe-se uma tensão, pois o Reino não está completo, somente estará quando Jesus entregar o Reino a Deus Pai, portanto, vivemos em peregrinação.

O Novo Testamento comunica a esperança no tempo e fora do tempo. N.T. Wriqth afirma:

A história de Jesus de Nazareth que encontramos no Novo Testamento se oferece, como o próprio Jesus havia oferecido seu ministério público e suas palavras, seu corpo e seu sangue como resposta a esse múltiplo problema: a chegada do reino de Deus precisamente no mundo do tempo, espaço e matéria, o mundo da injustiça e da tirania, do império e das crucificações³⁶.

O Reino tem uma dimensão escatológica que leva a esperança para o futuro, um conflito entre estar na graça e desejá-la plenamente no tempo presente, entre anunciar e realizar a boa nova (Mc 16:15-18). Vive-se na incompletude e na espera.

Para Henrique Rojas o homem contemporâneo é centrado no prazer, frio, disposto a desfrutar no aqui e agora, valoriza a vida fácil e tem o consumismo como ideal de vida, desejando sempre estar na moda³⁷. Com tais valores se torna necessário dar sentido ao Reino de Deus no tempo presente, por meio da humanidade de Jesus Cristo.

³⁵ BOFF, Leonardo. *Jesus Cristo Libertador: ensaio de cristologia crítica para o nosso tempo*. Petrópolis: Vozes, 1991.

³⁶ WRIGHT, N.T. *A Ressurreição do Filho de Deus*. Santo André: Academia Cristã, 2017, p. 1014.

³⁷ ROJAS, Henrique. *O homem light*. Coimbra: Gráfica de Coimbra, 1994, p. 7.

O teólogo luterano alemão Jünger Moltmann viveu o trauma da II Guerra e declarou “Em minha juventude, fui salvo pela esperança de Cristo... Ele me permite saudar todas as manhãs em que me é dado viver, com a alegria adventícia do Reino de Deus”³⁸. As manhãs vividas pelo autor representam a plenitude da esperança do Reino presentes no aqui e agora.

Sua experiência de guerra o fez refletir e “fundar” a Teologia da Esperança, que não se baseia somente em espera, a nova vida se dá pela ressurreição de Cristo e nos apresenta uma nova forma de estímulo, que motiva a lutar por uma sociedade melhor e mais justa seguindo os valores de Jesus. Deus que é Pai caminha no meio do seu povo e sofre conosco, assumindo sua humanidade.

Quando falamos da propagação da mensagem cristã, Jesus é o símbolo central do cristianismo, que se baseia em sua vida, morte e ressurreição, vem Dele a esperança e o amor último. Para Moltmann, fé cristã, ética e cristologia são indivisíveis³⁹. Uma nova perspectiva se descortina a partir da esperança que associa de forma ativa a relação do homem com o sagrado, bem como co-responsabiliza o cristão na dimensão social. O Deus da metafísica, distante dos dramas e angústias do cotidiano do ser humano deve dar lugar ao Deus que se revelou no Jesus encarnado, humano, que tem relação com o mundo e com o outro e faz sentido na vida.

3. O REINO DE DEUS E O OUVINTE COMO PONTO DE PARTIDA

Mas o que foi semeado em boa terra é o que ouve e compreende a palavra; e dá fruto, e um produz cem, outro, sessenta, e outro, trinta

Mateus 13:23

Qual a relação entre o Reino de Deus e o ouvinte contemporâneo? Como pensar a comunicação desse Reino — por demais *sui generis* — num mundo virtual? E quanto às

³⁸ MOLTSMANN, Jürgen. *Vida, esperança e justiça*. São Paulo: Editeo, 2009, p. 9.

³⁹ MOLTSMANN, Jürgen. *O Caminho de Jesus Cristo: cristologia em dimensões messiânicas*. São Paulo: Academia Cristã, 2009, p. 78.

ferramentas contemporâneas de comunicação do Reino? Essas são algumas questões que a presente seção buscará responder.

3.1 O Reino de Deus e o ouvinte contemporâneo

A prática cristã da fé tem significado cognitivo já em si mesma, que se conhece e reconhece quando se toma por ponto de partida a mencionada percepção global de Cristo na comunhão vivida com Cristo. Segundo Jünger Moltmann, Cristo é a razão da salvação e da nova vida. Por isso não se pode separar cristologia e ética cristã⁴⁰.

Moltmann afirma ainda que deve fazer sentido neste tempo, mesmo que venha carregada de simbolismos e de seu contexto histórico geográfico⁴¹. O anúncio do Reino de Deus nestes dias deve-se aproximar das pessoas por meio do amor e não pelo medo, dominação e violência, buscando comunhão através do respeito, assim como fez Jesus, desta forma encontrará eco e valor. O amor como pressuposto universal e atemporal que interliga sujeitos. O homem contemporâneo vive um mundo moderno que oferta inúmeras informações e oportunidades de consumo de assuntos diversos, para tocar e sensibilizar o indivíduo, para o interesse pela pregação das leis divinas, é preciso, antes de tudo, uma contextualização que o aproxime dessa divindade e de seus atos.

Por anos a anunciação do Reino de Deus se deu pelo medo e pela coerção. Udo Schnelle salienta que a imagem de um Deus reconciliador, mais humano torna o ouvinte das mensagens do reino mais atento, interessado e envolvido⁴². O autor reflete sobre o tema:

Não se pode deixar de perceber que também as novas imagens de Jesus são reflexos do seu tempo; o Jesus da pós-modernidade cumpre todas as esperanças políticas e culturais de seus intérpretes: ele supera todas as divisões de gênero, religião cultura e política, tornando-se assim um reformador social e um reconciliador universal. Todos os aspectos da atuação de Jesus que não condizem como tempo atual passam claramente ao segundo plano: sua atuação como milagreiro, sua pregação do juízo com suas visões assombrosas, e seu fracasso diante da conjuntura social/política da época. Ele é antes de tudo o que também nós somos e o que queremos ser: ser humano, amigo e modelo⁴³.

⁴⁰ MOLTSMANN, 2009, p. 78.

⁴¹ MOLTSMANN, 2009, p. 78

⁴² SCHNELLE, 2017, p. 75

⁴³ SCHNELLE, 2017, p.75

Há que se apresentar nas verbalizações sobre Jesus características que o aproxime do ouvinte, porém, o que se observa na prática das igrejas, tradicionais ou renovadas, é uma prédica que não inclui o ouvinte, por vezes nem contextualiza e em alguns casos está presa ao texto, com visão e entendimento totalitários.

Se a comunicação é por definição co-participativa, como será possível “prender” o homem contemporâneo em doutrinas tradicionais, que não podem ser utilizadas em seu dia a dia e não corresponde a seus anseios? E o que fazer com seu desejo de protagonismo? Outro descompasso, diz respeito aos avanços tecnológicos e o fácil acesso aos computadores de mão, conhecidos como celulares, presente em todas as faixas etárias, principalmente entre os jovens, e em todas as camadas da sociedade, o que o possibilita colocar a prova discursos autoritárias e retóricas intimidativas, o que significa dizer que o Pastor e a Bíblia estarão em confronto, em tempo real, com outros suportes. O desafio passa a ser maior que em outros tempos e o comunicador religioso que desejar propagar essa mensagem, deve levar essas questões em consideração. Utilizar esses recursos a favor das pregações pode ser um trunfo.

3.2 A comunicação do Reino num mundo virtual

Na contemporaneidade a comunicação religiosa assumiu novos contornos com a utilização dos meios de comunicação massiva. As igrejas encontram-se imersas em aparatos, símbolos e apelos midiáticos e as diversas denominações religiosas utilizam com frequência as estratégias virtuais para comunicar o Reino. Não foi uma escolha, foi uma imposição do mundo moderno.

Essa adequação de incluir a religião no mundo virtual é uma estratégia inegável de manter sua existência social. O mundo contemporâneo consome comunicação massiva e virtual. Os meios de comunicação impressos ou eletrônicos são veículos de grande importância na difusão e sustentação de muitas religiões no Brasil e no mundo. A igreja que não se adapta às novidades perde a integração com os fiéis que utilizam de forma ampla esses meios de comunicação disponíveis. Borelli destaca que essa aproximação acontece em meados de 1980 em que se percebe a mídia eletrônica como um canal para difundir os princípios.

As instituições religiosas e, em especial as neopentecostais têm mudado suas lógicas e regras de atuação em função dos processos midiáticos gerados pela ambiência da midiatização. Os templos são transformados para que os cultos possam ser

televisionados e enquadrados para as mídias digitais. Passa-se a pensar em comunicação e estratégias midiáticas submetendo-se às lógicas e linguagens da mídia. Nesse sentido, o discurso religioso é adaptado para um discurso mais midiático, com mais visualidade, mais coloquialidade e menos aprofundamento⁴⁴.

O autor ressalta que para atuar em tais mídias é preciso uma adequação “o discurso religioso é adaptado para um discurso mais midiático, com mais visualidade, mais coloquialidade e menos aprofundamento”, ou seja, aproximar a linguagem do formato.

Miklos diz que na verdade o que aconteceu foi à migração da experiência religiosa para o ciberespaço⁴⁵. As comunidades religiosas passaram a interagir em um ambiente virtual e nesses espaços o discurso tradicional quando utilizado é consumido com resistência. Esse diálogo adaptado, veiculado nos meios de comunicação virtuais, estabelece um próspero relacionamento entre a religiosidade e o campo midiático e assume os ares do discurso midiático e quando alinhados na forma de discurso de poder exercem um papel importante na vida dos espectadores.

O fato é que as mensagens religiosas quando adaptadas aos tempos de comunicação massiva conseguem gerar um maior engajamento sócio religioso, que passa a ser consumido fora dos templos de forma ampliada. Mas é salutar destacar que não pode ser uma importação de conteúdo, mas sim uma utilização adequada das ferramentas e um discurso adequado.

3.3 Ferramentas contemporâneas de comunicação do Reino

Para Neto O campo religioso “apropria-se da cultura e dos processos midiáticos não só para atualizar a existência dos ‘velhos templos’, mas também para construir sua presença via novos processos de disputas de sentido”⁴⁶. Quando conceitua assim o autor imputa a cultura midiática o status de imprescindível para a organização e para as novas estratégias e táticas simbólicas da igreja a religião deixa então de ser transcendente e passa a se submeter ao modelo “aqui e agora” que inclui muitos campos, entre eles o editorial, político-partidário, assistencial e o de produtos religiosos. O quadro reitera que uma das consequências do avanço e ápice da religião na contemporaneidade esteja em sua personificação através da comunicação e cultura midiática enquanto forte estrutura mediadora.

⁴⁴ BORELLI, V. (org.). *Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: Epapers, 2010, p. 1.

⁴⁵ MIKLOS, Jorge. *Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos no ciberespaço*. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.

⁴⁶ FAUSTO NETO, A. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”. *Comun. Inf.*, v. 7, n. 1, p. 13-33, jan./jun. 2004, p. 14.

Essa nova interação religiosa com o campo midiático agrega novos adeptos e em alguns momentos é como se o altar tivesse se transferido para a esfera comunicacional e a propagação da mensagem religiosa passa a existir nas mais variadas mídias. As mídias sociais passam a ser usadas como instrumento religioso. Entenda-se aqui, que as mídias sociais não devem ser confundidas com as redes sociais. As mídias sociais são mais do que as redes sociais. O termo mídias sociais refere-se às plataformas utilizadas para gerar e compartilhar conteúdo na internet. Já as redes sociais são formadas pelos grupos de interesse segmentados, com características específicas. A migração da igreja física para a igreja eletrônica deve respeitar as características do meio. Barbero considera que:

O meio não é simplesmente um suporte de amplificação da voz, mas é elemento fundamental do contato religioso, da celebração, da experiência religiosa. Para tanto, essa experiência somente pode ser vivenciada pela mediação da técnica, o que permite à Igreja Eletrônica fazer uso das tecnologias da imagem e do sentimento para captar a exaltação messiânica, apocalíptica, e ao mesmo tempo, para dar rosto, dar voz às novas tribos, às novas seitas, às novas comunidades, às que são sobretudo ritual e moral, e muito menos doutrina⁴⁷.

As atividades religiosas não chegam para substituir os contatos pessoais. Lipovetsky⁴⁸ salienta que “as relações virtuais não ameaçam as relações pessoais, as completam ou ampliam. Os contatos diários, fora da rede, permanecem”. A simulação de comportamentos que são semelhantes aos da realidade exterior permanecem, porém no ciberespaço.

Para Miklos essa migração da experiência religiosa para o ciberespaço, faz surgir a ciber-religião, que seria um ambiente virtual das comunidades religiosas, “[...] ambiente que se estabeleceu historicamente a partir de um sacrifício o corpo e do espaço concretos [...]”. “Esses elementos excluídos reaparecem, às vezes, sem ser convidados, com todo excluídos reaparecem, às vezes, sem ser convidados, com todo excluído da cultura” explica o autor⁴⁹. Como no espaço virtual as pessoas não precisam aparecer elas se conectam sem serem vistas então há uma oportunidade real de aproximar mais adeptos ao consumo religioso cibernético.

As igrejas têm se valido de instrumentos de interação midiática para consolidar essa aproximação. Uma das estratégias usadas são os programas de TV no estilo “fala que eu te escuto” em que os ouvintes têm um canal de comunicação, que funciona como forma de aproximação, para falar com o interlocutor. Esses espaços em que testemunhos de fé e de

⁴⁷ BARBERO, J.M. Mass media as a site of resacralization of contemporary cultures. In: HOOVER, S.; KNUT, L. *Rethinking media, religion and culture*. Londres: Sage Publications, 2002, p. 102-116.

⁴⁸ LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfoses da cultura liberal*. Porto Alegre: Sulina, 1994, p. 79.

⁴⁹ MIKLOS, Jorge. *Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos no ciberespaço*. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.

mudanças pela fé são expostos ao ouvinte que não precisa ir ao templo para ser tocado. As igrejas vêm utilizando bem esses espaços televisivos que também se aplicam ao rádio.

Outros espaços ocupados são as redes sociais como *facebook*, *twitter* e *instagram*. As apresentações nessas redes utilizam-se de estratégias de *marketing* digital e de *marketing* de relacionamento. Os perfis têm características mais institucionais das igrejas e atingem os públicos prioritários e conquistam novos usuários que se identificam ideologicamente com as propostas nesses espaços virtuais e passam a seguir as marcas. A obtenção de seguidores aumenta à medida que se utiliza melhor a funcionalidade das ferramentas.

Transmissões ao vivo, estimulam a interação e engajamento, são práticas que potencializam os efeitos das mídias e aumentam os seguidores. Nesse novo ambiente os fiéis também agem como produtores de informações religiosas e postam nas redes, atrelando seus conteúdos à igreja. A disseminação de conteúdo ideológico é menor nesses espaços, são privilegiados os conteúdos institucionais e os acontecimentos. Neste sentido, a questão da disseminação do discurso religioso, em si, não tem sido realizado e esse é um campo que deve ser explorado no espaço virtual.

Um ponto convergente no uso dos espaços (televisivos, de rádio, de internet) é que a comunicação usada deve ser específica. As exposições que funcionam como atrativas são menos doutrinárias e mais fundamentadas nas ações e nas enunciações discursivas, utilizando a semiótica e os elementos que as novas mídias ofertam como fotos, vídeos, artes preparadas. A nova mídia tem um funcionamento próprio e o que se consome tem que estar no formato adequado para cada mídia. A igreja modernizada e conectada com esse espaço precisa lidar com essas características para fortalecer sua atuação.

CONCLUSÃO

Consideramos que a anunciação do reino de Deus tem uma dimensão escatológica que leva a esperança para o futuro, e que fazer esse tipo de anúncio para o ser contemporâneo que vive em um mundo líquido que privilegia o aqui e o agora é um desafio. O artigo destaca que para se tornar atrativo o discurso deve ser centrado na humanidade de Jesus Cristo para atrair a atenção dos ouvintes. O artigo também destaca que a forma adequada de realizar essa comunicação é envolver o ouvinte na comunicação, respeitando sua posição no momento do

consumo de informação. O artigo destaca a posição do ouvinte não como um mero consumidor de informação, mas como um produtor da informação que consome e produz mensagens e as divulga, assim como consome.

O destaque para o espaço que a disseminação dessa informação ganha nas mídias é real e que essa migração da informação escrita ou oral nas mídias depende de uma adequação para essas plataformas. A forma antiga de comunicar não cabe nas novas plataformas que são para o consumidor contemporâneo um espaço real e atrativo de consumo de informação religiosa.

Há que se compreender melhor o ouvinte contemporâneo que vive em um mundo líquido, aquele que se compreende no aqui e agora. Também o modo como a comunicação se dá no mundo contemporâneo, no qual presenciamos uma midiatização da sociedade, caracterizada por publicações ao vivo, vídeos, áudios, fotos e textos. Há uma multiplicidade de meios que precisa ser compreendida; uma linguagem adequada e encarnada que precisa ser usada a fim de atrair os ouvintes e estimular o engajamento para a disseminação da mensagem do reino de Deus.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Diógenes; SPRINGTED, Eric. *Filosofia para Entender Teologia*. Santo André: Academia Cristã, 2017.

BARBERO, J.M. Mass media as a site of resacralization of contemporary cultures. In: HOOVER, S.; KNUT, L. *Rethinking media, religion and culture*. Londres: Sage Publications, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. *Tempos Líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BELLOTTI, Kosicki Karina. Mídia, Religião e História Cultural. *Revista de Estudos da Religião*, São Paulo, n. 43, 2002.

BINGEMER, M. C. L. A fé cristã na contemporaneidade: rumos e desafios. *Perspectiva Teológica*, Belo Horizonte, v. 41, 2009, p. 345-374.

BOFF, Leonardo. *Jesus Cristo Libertador: ensaio de cristologia crítica para o nosso tempo*. Petrópolis: Vozes, 1991.

- BORELLI, V. (org.). *Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel*. Rio de Janeiro: Epapers, 2010.
- BROWN, Raymond Edgard. *A comunidade do discípulo amado*. São Paulo: Paulus, 1999.
- FAUSTO NETO, A. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos “templos midiáticos”. *Comun. Inf.*, v. 7, n. 1, p. 13-33, jan./jun. 2004.
- HABERMAS, J. *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HABERMAS, J. *O Pensamento pós-metafísico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.
- HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra, 1997.
- LASSWELL, Harold. *The Structure and Function of Communication in Society: the communication of ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfoses da cultura liberal*. Porto Alegre: Sulina, 1994.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos Hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). *Revista Famecos*, Porto Alegre, v.10, n. 20, p. 13-20 [18], abril 2003.
- MIKLOS, Jorge. *Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos no ciberespaço*. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.
- MIKLOS, Jorge. *Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos no ciberespaço*. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.
- MOLTMANN, Jürgen. *O Caminho de Jesus Cristo: cristologia em dimensões messiânicas*. São Paulo: Academia Cristã, 2009.
- MOLTMANN, Jürgen. *Vida, esperança e justiça*. São Paulo: Editeo, 2009.
- ORLANDI. E. P. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- ORLANDI. E. P. Discurso, imaginário social e conhecimento. *Em Aberto*, Brasília, v. 14, n. 61, p. 53-59, 1994.
- RENÓ, Denis. *Periodismo transmedia: reflexiones y técnicas para el ciberperiodistas de los laboratorios de medios interactivos*. Madri. Fraga, 2012.
- ROCHA, Abdruschin Schaeffer. *A Hermenêutica do Cuidado Pastoral: lendo textos e pessoas no mundo paradoxal*. São Leopoldo: Sinodal/EST, 2012.
- ROJAS, Henrique. *O homem light*. Coimbra: Gráfica de Coimbra, 1994.
- SANTO AGOSTINHO, *De Trinitate*, 2, 5, 9; cf. Concílio Lateranense IV: DS 801.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix; USP, 1969.

SCHNELLE, Udo. *Teologia do Novo Testamento*. Santo André: Academia Cristã, 2017.

SOUZA, Mauro Batista de. A nova homilética: ouvintes como ponto de partida na pregação cristã. *Estudos Teológicos*, São Leopoldo, v. 47, n. 1, jun. 2007, p. 5-24.

TILLICH, Paul. *Teologia da Cultura*. São Paulo: Fonte Editorial, 2009.

WRIGHT, N.T. *A Ressurreição do Filho de Deus*. Santo André: Academia Cristã, 2017.