

MISSÃO ENTRE OS NONES: O DESAFIO DA MISSÃO PÓS-MODERNA

Jolivê Rodrigues Chaves

Doutor em World Mission pela Andrews University, EUA. Diretor e Docente na Seminário Adventista Latino-americano de Teologia - Faculdade Adventista da Bahia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5684-2333>

E-mail: jolive.chaves@adventista.edu.br

RESUMO

O crescimento daqueles que se declaram Nones, ou pessoas sem filiação religiosa, tem sido continuamente superior ao da população em geral em várias culturas. Embora uma minoria no grupo se diga atea ou agnóstica, a grande massa afirma acreditar em Deus, mas rejeita as instituições religiosas. Assim, como cristãos e discípulos de Jesus, precisamos notar a onda cultural da mudança contemporânea como uma das oportunidades mais significativas para alcançar os Nones para Cristo. Recomenda-se uma ação intencional e planejada da igreja para promover a missão com o grupo. Tal projeto pode envolver educação teológica, agências missionárias e treinamento em abordagens práticas, entre outros elementos.

Palavras-chave: Nones. Missão. Secularismo.

ABSTRACT

The growth of those who identify as Nones, or people with no religious affiliation, has consistently outpaced the general population in many cultures. Although a minority of the group identifies as atheists or agnostics, the vast majority claim to believe in God but reject religious institutions. Thus, as Christians and disciples of Jesus, we need to recognize the wave of contemporary cultural change as one of the most significant opportunities to reach Nones for Christ. Intentional and planned action by the church to promote mission with the group is recommended. Such a project may involve theological education, mission agencies, and training in practical approaches, among other elements.

Keywords: Nones. Mission. Secularism.

O crescimento daqueles que se declaram Nones, ou pessoas sem filiação religiosa, tem sido continuamente superior ao da população em geral em várias culturas.¹ Embora uma minoria no grupo se diga ateia ou agnóstica, a grande massa afirma acreditar em Deus, mas rejeita as instituições religiosas (WHEN Americans..., 2018). No Brasil, eles são o terceiro maior grupo no campo religioso, atrás apenas de católicos e evangélicos pentecostais (BRAZIL'S Changing..., 2013). Nos EUA, correspondem ao segundo maior, depois dos protestantes como um todo (AMERICA'S Changing..., 2015).

Em sua dissertação de Ph.D. defendida na Andrews University, em março de 2021, o autor estudou esse grupo na cultura brasileira e americana a partir de duas plataformas. Primeiro, os Nones foram analisados com base em selecionados elementos que caracterizam as teorias de secularização utilizadas pela sociologia da religião. Além disso, o autor examinou narrativas bíblicas que descrevem a *missio Dei* entre estrangeiros com o objetivo de encontrar princípios bíblicos aplicáveis aos Nones, visto não haver um texto bíblico diretamente relacionado com o grupo, por serem eles um fenômeno muito posterior ao período bíblico.

Os Nones são o resultado da mudança no pensamento humano, por influências vindas do movimento iluminista do período moderno, bem como de pressupostos defendidos pelo pós-modernismo nos dias atuais. Entre os mais significativos legados do iluminismo moderno refletidos nos Nones está o princípio da liberdade religiosa e autonomia do indivíduo,² descrita por Taylor (2003, p. 50) como “ética da autenticidade”. Segundo esse pensamento, todos os seres humanos são ontologicamente autônomos, portanto cada indivíduo deve “realizar a humanidade” de maneira específica e pessoal.

Entre as principais causas do fenômeno dos Nones associadas ao pós-modernismo estão o relativismo e o aspecto funcional da religião – o cardápio religioso é construído

¹ Uma em cada seis pessoas no mundo se identifica como não religiosa. Eles são 16% da população do planeta, cerca de 1,2 bilhão de pessoas. Os cristãos são o maior grupo religioso, com 2,3 bilhões de adeptos e 31,2% da população mundial. O segundo maior grupo é o muçulmano, com 1,8 bilhão de seguidores, representando 24,1% da população. Ver: HACHETT, Conrad; MCCLENDON, David, “Christians Remain World's Largest Religious Group, but They Are Declining in Europe”, *Pew Research Center*, April 5, 2017. Dividindo-se o mundo em seis grandes áreas, os Nones representam as seguintes porcentagens das respectivas populações: Ásia-Pacífico (21,2%); Europa (18,2%); América do Norte (17,1%); América Latina e Caribe (7,7%); África Sub-Saariana (3,2%); e Oriente Médio e Norte da África (0,6%). Ver: *Pew Research Center*, “Religiously Unaffiliated”, Dec 18, 2012.

² Ver: VOLTAIRE, François. *Treatise on Toleration* (London: Penguin, 2016), p. 6-15, 24-35, 108-114, 137.

individualmente pelo critério do gosto pessoal e da funcionalidade, seguindo um modelo de mercado religioso, sem levar em conta o conteúdo bíblico como norma de fé e prática (BERGER, 2014, p. 2-3). Outras influências causais para o fenômeno dos Nones são a ênfase na comunicação direta com o transcendente, sem mediação institucional, o que Davie (2007, p. 44) chama de “Crer Sem Pertencer, e a religiosidade metafísica, subjetiva e existencialista – sem parâmetro dogmático, trazida à tona pelo espiritualismo moderno originado no final do século XIX (MILLER, 2016, p. 833-894).

Por fim, o avanço científico e tecnológico também é um fator gerador do fenômeno dos Nones, na medida em que promove o secularismo, refletido especialmente na pequena parcela desse grupo formada pelos ateus e agnósticos. Como atestam Berger e Zijderveld (2009, p. 147-178), o pluralismo leva a um aumento da desfiliação religiosa e enfraquece as fronteiras institucionais, contribuindo para o crescimento dos Nones como última etapa do processo de mudança religiosa. Como os jovens são os mais suscetíveis à mudança social, os Nones estão mais substancialmente representados entre eles.³

O estudo concluiu que existem pelo menos oito áreas consideradas sensíveis na relação missional com os Nones nas duas culturas em estudo. Algumas dessas áreas são críticas ou difíceis de se relacionar sob uma perspectiva missionária, ao passo que outras podem ser vistas como uma oportunidade de acesso missional com o grupo. A pesquisa em foco analisou as oito áreas sensíveis na comunicação com os Nones e sugeriu correspondentes princípios missiológicos que podem servir como pontes na relação com o grupo em cada uma.

A primeira área é a identidade de Deus. A maioria dos Nones rejeita a religião, mas não Deus. No entanto, poucos acreditam no Deus descrito pela Bíblia; a maioria O vê como uma força ou energia (WHEN Americans..., 2018). O trabalho missionário baseado no poder salvador de Deus, o foco do Novo Testamento na manifestação da energia de Deus e o estudo da pessoa de Cristo como a revelação perfeita de Deus são princípios que podem auxiliar os Nones a terem um encontro real com Deus.

³ Ver: *Pew Research Center*, “A Closer Look at America’s Rapidly Growing Religious Nones”, May 13, 2015; *Pew Research Center*, “Nones on the Rise”, Oct 9, 2012; WHITE, James Emery, *Rise of the Nones. Understanding and Reaching the Religiously Unaffiliated* (Grand Rapids: Baker Books, 2014).

A segunda área crítica no relacionamento com esse grupo é a Bíblia como fonte da verdade. Afetados pela influência pós-moderna, os Nones relativizam o conteúdo da fé, reduzindo a verdade ao nível individual.⁴ A narração de histórias, a adequação do conteúdo bíblico às necessidades, o estudo relacional/aplicativo das Escrituras, o uso da lógica hebraica – que, diferentemente da lógica grega, não vê os extremos como opostos, mas como complementares – e a missão integral são alguns princípios sugeridos para aproximá-los do texto bíblico.

A terceira área crítica é a religião institucional. Os Nones rejeitam as instituições religiosas, vendo-as como um símbolo de opressão e poder.⁵ No entanto, esta pesquisa mostrou que a congregação local desempenha um papel importante no desenvolvimento espiritual dos membros e na formação de comunidades relacionais. É ali que ocorre o desenvolvimento e discipulado dos membros para cumprir a missão cristã.⁶ Nesse caso, os Nones devem ser alcançados mediante uma abordagem pessoal, incluindo o evangelismo de amizade, o modelo sal de evangelismo, a atitude *hesed* (atos de bondade, acolhimento, serviço desinteressado e outras formas de demonstrar o amor de Deus) e pequenos grupos relacionais. No momento certo, eles poderão superar o preconceito contra as instituições e eventualmente se juntarão ao culto coletivo da igreja.

A quarta área crítica são as barreiras transculturais, decorrentes da diferença entre a cosmovisão dos Nones e a cosmovisão bíblica. O princípio da contextualização, sugerido nesta pesquisa, pode ajudar a superá-las (WHITE, J., 2016, p. 155-156; WHITE, E., 2014, p. 57).

Três áreas apresentam oportunidades no relacionamento missionário com os Nones. São casos em que o Evangelho pode oferecer o que eles desejam. A primeira é o pluralismo cultural/religioso. Os Nones apreciam o acesso a produtos religiosos, o

⁴ Ver FINKE, Roger; STARK, Rodney, *The Churching of America 1776-2005: Winners and Losers in Our Religious Economy* (New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2005); IANNACONE, Laurence R.; FINKE, Roger; STARK, Rodney, “Deregulating Religion. The economics of church and state”, *Economic Inquiry*, v. 35, n. 2, p. 350-364, 1997; STARK, Rodney; FINK, Roger, *Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion* (Oakland: University of California Press, 2000).

⁵ Ver: *Pew Research Center*, “5 Key Findings About Religiosity in the U.S. – and How It’s Changing”, Nov 3, 2015; LIPKA, Michael; GECEWICZ, Claire, “More Americans Now Say They’re Spiritual but Not Religious”. *Pew Research Center*, Sep 6, 2017.

⁶ Ver: LUCKMANN, Thomas, *The Invisible Religion: The Problem of Religion in Modern Society* (New York: Macmillan, 1967), p. 106; BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (London: Penguin Books, 1966), p. 177-178.

sincretismo e a liberdade proporcionada pelo pluralismo, embora critiquem a competição por membros e a natureza comercial da fé incentivada pelo mesmo pluralismo (MORE See..., 2012). A diversidade de abordagens é um princípio sugerido para lidar com eles em uma sociedade pluralista, incluindo música contextualizada – e o desafio aqui é ser relevante dentro dos parâmetros da música sacra; grupos relacionais, ministério social, atividades para crianças, uso das mídias sociais e outros. O objetivo é criar uma conexão com os Nones e expô-los a uma experiência com Jesus, com a palavra e com o poder de Deus.

A segunda área de oportunidade é a abertura aos relacionamentos e à vida em comunidade. Os Nones valorizam os relacionamentos e a experiência da comunidade (LENHART, 2017; PAULIEN, 2004), por isso alguns *insights* para uma aproximação com os Nones dentro dessa característica podem contemplar o evangelismo de amizade, uma atitude de aceitação – isso não quer dizer aceitar o erro das pessoas, mas estabelecer uma conexão que permita ao indivíduo se sentir incluído, algo fundamental para a mudança que o Evangelho proporciona. Também vale destacar uma atitude *hesed* e *koinonia* (comunidade). O objetivo é desenvolver comunidades nas quais eles se sintam aceitos antes de tomar uma decisão cognitiva.

A terceira área de oportunidade é o papel social da religião. Os Nones olham positivamente para instituições que prestam serviços sociais em benefício de pessoas carentes e do meio ambiente. Em geral, eles buscam uma “causa” relevante da qual fazer parte, mesmo que esta seja promovida e liderada por instituições religiosas (WHITE, J., 2014, p. 101). Os princípios da ação solidária e do ministério incarnacional podem demonstrar o papel social da religião e apresentar a autenticidade da comunidade cristã aos Nones, sendo uma ponte para atraí-los à fé.

Por fim, a área de comunicação de massa/tecnologia representa tanto uma relação crítica quanto uma oportunidade para o contato missional com os Nones. Eles apreciam os produtos religiosos acessíveis pela mídia, mas criticam as igrejas que usam a mídia para buscar membros, exercer influência política e obter benefícios financeiros.⁷ Portanto,

⁷ See: MITCHELL, Amy *et al.*, “The Modern News Consumer: News Attitudes and Practices in the Digital Era”, *Pew Research Center*, July 7, 2016; *Text ex Machina*, “New York Times Study: The Psychology of Sharing: Why Do People Share Online?”, July 18, 2011; RAJU, Gaurav, “Understanding the Impacts of Social Media: Pros and Cons”, *Simplilearn*, Sep 22, 2020; BERGER, Peter, *Questions of Faith: A Skeptical Affirmation of Christianity* (Malden, MA: Blackwell, 2004), p. 14-15; SANTANA, Luther King de Andrade Santana, “Religião e mercado: A mídia empresarial-religiosa”, *REVER*, n. 1,

CHAVES, J. R. Missão entre os Nones: o desafio da missão pós-moderna. **Práxis Teológica (Ahead Of Print)**, volume 20, número 1, e-2177, 2024.

alguns princípios recomendados para a comunicação de massa na relação missionária com esse grupo envolve o uso criterioso/apolítico da mídia, o equilíbrio em questões de natureza comercial, a garantia de que o conteúdo seja relevante ao interesse do ouvinte e a conscientização de questões humanitárias e causas socioambientais.

Assim, como cristãos e discípulos de Jesus, precisamos notar a onda cultural da mudança contemporânea como uma das oportunidades mais significativas para alcançar os Nones para Cristo. Recomenda-se uma ação intencional e planejada da igreja para promover a missão com o grupo. Tal projeto pode envolver educação teológica, agências missionárias e treinamento em abordagens práticas, entre outros elementos. O crescimento do número de Nones nas últimas décadas requer um esforço proporcional por parte da igreja para alcançá-los para Cristo.

REFERÊNCIAS

5 KEY Findings About Religiosity in the U.S. – and How It’s Changing. **Pew Research Center**, Nov 3, 2015. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/11/03/5-key-findings-about-religiosity-in-the-u-s-and-how-its-changing/>.

A CLOSER Look at America’s Rapidly Growing Religious Nones. **Pew Research Center**, May 13, 2015. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/13/a-closer-look-at-americas-rapidly-growing-religious-nones/>.

AMERICA’S Changing Religious Landscape. **Pew Research Center**, May 12, 2015. Disponível em: <https://www.pewforum.org/2015/05/12/americas-changing-religious-landscape/>.

BERGER, Peter. **Questions of Faith: A Skeptical Affirmation of Christianity**. Malden: Blackwell, 2004.

BERGER, Peter L. **The Many Altars of Modernity: Toward a Paradigm for Religion in a Pluralist Age**. Boston: Walter de Gruyter, 2014.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge**. London: Penguin Books, 1966.

BERGER, Peter L.; ZIJDERVELD, Anton. **In Praise of Doubt: How to Have Convictions Without Becoming a Fanatic**. New York: Harper Collins, 2009.

2005, 67; WEBER, Max, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (New York: Routledge, 2001), p. 105-112.

CHAVES, J. R. Missão entre os Nones: o desafio da missão pós-moderna. **Práxis Teológica (Ahead Of Print)**, volume 20, número 1, e-2177, 2024.

BRAZIL'S Changing Religious Landscape. **Pew Research Center**, July 18, 2013. Disponível em: <https://www.pewforum.org/2013/07/18/brazils-changing-religious-landscape/>.

DAVIE, Grace. **The Sociology of Religion**. Los Angeles: SAGE, 2007.

FINKE, Roger; STARK, Rodney. **The Churching of America 1776-2005: Winners and Losers in Our Religious Economy**. New Brunswick: Rutgers University Press, 2005.

HACHETT, Conrad; MCCLENDON, David. Christians remain world's largest religious group, but they are declining in Europe. **Pew Research Center**, Apr 5, 2017. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/05/christians-remain-worlds-largest-religious-group-but-they-are-declining-in-europe/>.

IANNACCONI, Laurence R.; FINKE, Roger; STARK, Rodney. Deregulating Religion. The economics of church and state. **Economic Inquiry**, v. 35, n. 2, p. 350-364, 1997.

LENHART, Amanda. About the Pew Internet & American Life Project. **Pew Research Center**, June 27, 2007. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2007/06/27/about-the-pew-internet-american-life-project/>.

LIPKA, Michael; GECEWICZ, Claire. More Americans Now Say They're Spiritual but Not Religious. **Pew Research Center**, Sep 6, 2017. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2017/09/06/more-americans-now-say-theyre-spiritual-but-not-religious/>.

LUCKMANN, Thomas. **The Invisible Religion: The Problem of Religion in Modern Society**. New York: Macmillan, 1967.

MILLER, Courtney Miller. "Spiritual but not religious": rethinking the legal definition of religion. **Virginia Law Review**, v. 102, n. 3, p. 833-894, 2016. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/43923324>.

MITCHELL, Amy *et al.* The Modern News Consumer: News Attitudes and Practices in the Digital Era. **Pew Research Center**, July 7, 2016. Disponível em: <https://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>.

MORE See 'Too Much' Religious Talk by Politicians. **Pew Research Center**, Mar 21, 2012. <https://www.pewforum.org/2012/03/21/more-see-too-much-religious-talk-by-politicians/>.

NEW York Times Study: The Psychology of Sharing: Why Do People Share Online? **Text ex Machina**, July 18, 2011, <http://text-ex-machina.co.uk/blog/new-york-times-study.html>.

NONES on the rise. **Pew Research Center**, Oct 9, 2012. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/religion/2012/10/09/nones-on-the-rise/>.

CHAVES, J. R. Missão entre os Nones: o desafio da missão pós-moderna. **Práxis Teológica (Ahead Of Print)**, volume 20, número 1, e-2177, 2024.

PAULIEN, Jon. The Post-Modern Acts of God. **Scribd**, Nov 18, 2004. Disponível em: <https://www.scribd.com/document/7240142/The-Post-Modern-Acts-of-God>.

RAJU, Gaurav. Understanding the Impacts of Social Media: Pros and Cons. **Simplilearn**, Sep 22, 2020. Disponível em: <https://www.simplilearn.com/real-impact-social-media-article>.

RELIGIOUSLY unaffiliated. **Pew Research Center**, Dec 18, 2012. Disponível em: <http://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-unaffiliated/>.

SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e mercado: A mídia empresarial-religiosa. **REVER**, n. 1, p. 54-67, 2005. Disponível em: https://www.pucsp.br/rever/rv1_2005/p_santana.pdf.

STARK, Rodney; FINKE, Roger. **Acts of Faith**. Explaining the Human Side of Religion. Oakland: University of California Press, 2000.

TAYLOR, Charles. **The Ethics of Authenticity**. Cambridge: Harvard University Press, 2003.

VOLTAIRE, François. **Treatise on Toleration**. London: Penguin, 2016.

WEBER, Max. **The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism**. New York: Routledge, 2001.

WHEN Americans say they believe in God, what do they mean? **Pew Research Center**, April 25, 2018. Disponível em: <http://www.pewforum.org/2018/04/25/when-americans-say-they-believe-in-god-what-do-they-mean/>.

WHITE, Ellen G. **Evangelism**. Silver Spring: Ellen G. White Estate, 2014.

WHITE, James Emery. **Rise of the Nones**. Understanding and Reaching the Religiously Unaffiliated. Grand Rapids: Baker Books, 2014.