

Evangelismo Virtual como Ferramenta de Alcance em Redes: uma Análise da Página ADV7SP¹

Lucas Pires de OLIVEIRA²
Lucio PEREIRA³

RESUMO

O presente século é caracterizado pelos avanços tecnológicos. Vive-se na era das comunidades virtuais, onde tudo tende a ser dominado pelos meios eletrônicos. Inserido nesse contexto tecnológico pós-moderno, a Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD), paulatinamente, tem intensificado pesquisas e ferramentas de comunicação contemporâneas, buscando assim, atingir receptores atuais. O desafio está diretamente relacionado com a manutenção da mensagem distintiva adventista, em contraste com as novas necessidades do público-alvo, onde, seu lócus, que antigamente era majoritariamente físico, hoje navega vertiginosamente em águas virtuais como aplicativos e redes sociais. Por este motivo, é de fundamental importância à análise de ferramentas que visem alcançar a grande parcela da sociedade, exposta a esta nova realidade, e ao mesmo tempo, ultrapassem os obstáculos sociais, culturais, econômicos e religiosos. O presente trabalho procura definir os principais conceitos, trazer um breve relato histórico no contexto adventista, e descrever algumas ferramentas existentes da página ADV7SP. Esta é uma página da rede de relacionamento Facebook, administrada pelo departamento de comunicação da União Central Brasileira da Igreja Adventista do 7º Dia (UCB). Portanto, o trabalho visa mensurar a real abrangência dessa ferramenta no contexto brasileiro, descrevendo e analisando seu alcance preliminar e realizando um estudo metodológico das funcionalidades atuais da página ADV7SP com ênfase na missão, tais como, estudos bíblicos on-line, aconselhamentos pastorais, orientações teológicas, pedidos de orações entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: adventismo; redes sociais; evangelismo virtual; missão.

¹ Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em Engenheiro Coelho, SP, 18/8/2016.

² Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo, Campus Engenheiro Coelho (UNASP-EC) e graduando em Teologia pela mesma instituição, e-mail: lucas_deoliveira@hotmail.com.

³ Graduando em Teologia pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP-EC), Graduado em Engenharia Ambiental pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) e Mestre em Energia Elétrica pela mesma instituição, e-mail: lucio.ambiental@gmail.com.

INTRODUÇÃO

Em uma análise etimológica, tem-se o evangelismo como derivado do substantivo neutro grego euangelion (Εὐαγγέλιον), “recompensa”, “ação de graças por uma boa nova”, ou, conforme o Novo Testamento, “boa nova”, “Evangelho”; e do verbo euangelizomai (Εὐαγγερίζωμαι), “anunciar, proclamar ou trazer boas notícias”. Já virtual deriva do latim medieval *virtualis*, “existente apenas em potência ou como faculdade, não como realidade ou efeito real” (PEREIRA, 1976; VILLAR, 2001).

Pode-se então definir, evangelismo, como a proclamação das boas novas da salvação em Jesus Cristo, com vista a fazer a reconciliação do pecador com Deus o Pai, através do poder regenerador do Espírito Santo (ELWELL, 1992, p. 382, tradução livre)⁴; e virtual, como algo “mediado ou potencializado pela tecnologia; produto da externalização de construções mentais em espaços de interação cibernéticos” (SOUZA, 2001).

Portanto, para fins de compreensão do tema proposto, evangelismo virtual deverá ser entendido como a proclamação das boas novas da salvação em Jesus Cristo veiculada através de ferramentas tecnológicas ou meios digitais.

Com o objetivo de cumprir a Grande Comissão (Mateus 28:19-20), os crentes do NT compartilhavam sua fé através da pregação e ensino formal, que ocorria nos contatos pessoais e encontros casuais. O transcurso do tempo permitiu o desenvolvimento de formas alternativas de evangelismo, como por exemplo, em massa (p.ex. campanhas de reavivamento), de saturação (p.ex. cobrir uma mesma área), amizade (ELWELL, 1992). Vale ressaltar que, tanto a invenção da prensa móvel, que permitiu a impressão de folhetos e jornais, quanto o surgimento do rádio, televisão e internet, também corroboraram para a difusão do evangelho.

No Brasil, a IASD “tem sido uma das denominações religiosas precursoras em utilizar os meios de comunicação de massa para divulgar o evangelho, com destaque para a imprensa, o rádio, a TV e a internet” (SANTOS, 2009, p. 1). Assim sendo, no contexto brasileiro, no que diz respeito aos meios de comunicação social, constata-se:

⁴ “The proclamation of the good news of salvation in Jesus Christ with a view to bringing about the reconciliation of the sinner to God the Father through the regenerating power of the Holy Spirit”

1º) a publicação da revista “*O Arauto da Verdade*”, sob a editoria de Guilherme Stein Jr., em 1900, no Rio de Janeiro; 2º) o programa de rádio “A Voz da Profecia”, irradiado pela primeira vez em 17 de setembro de 1943; 3º) o programa televisivo “Fé para Hoje”, que estreou no dia 25 de novembro de 1962; 4º) o primeiro site adventista, numa iniciativa privada de Cleandro Viana, em 1994, e o primeiro site institucional da IASD, em 1995 (SANTOS, 2009, 1-3).

Dentro deste contexto de desafio missional e evangelismo virtual na IASD, surge em junho de 2014, uma página na rede de relacionamentos Facebook⁵, administrada pelo departamento de comunicação da UCB, com a finalidade/desafio de alcançar um público-alvo diversificado e heterogêneo, criando assim, pontes na direção dos usuários que navegam vertiginosamente em águas virtuais.


Portanto, seria a utilização da ferramenta ADV7SP funcional e eficaz na pregação do evangelho no Brasil? Buscando responder a essa pergunta, na perspectiva funcional, será avaliado o alcance, a quantidade de fãs⁶ e seu respectivo envolvimento, na ótica país/cidade/idioma. Já na perspectiva da qualidade do alcance, buscar-se-á responder a quem estamos atingindo e se esse alcance ultrapassa a barreira do campo cognitivo e impessoal.

Em um segundo momento, será feita uma descrição do *modos operandi* da ADV7SP no que diz respeito a suas funcionalidades – missiologia (evangelismo), eclesiologia (pastoreio) e publicidade – com ênfase em seu conteúdo audiovisual, avaliando como a ferramenta pode ser melhor utilizada.

A metodologia adotada limitou-se a um estudo bibliográfico e a coleta de dados, fornecidos pela página ADV7SP, assim como as informações descritivas de sua funcionalidade.

Ao direcionar a análise deste artigo para o evangelismo no meio virtual, ou seja, a internet como canal que possibilita o evangelismo; inevitável é a menção de termos

⁵ O Facebook é uma rede social que permite a interação de seus usuários através, essencialmente, dos comentários a perfis, da participação em grupos de discussão ou pelo uso de aplicações e jogos. É também, um espaço destinado ao encontro, partilha e discussão de ideias (GOLÇALVES, 2010).

⁶ No contexto do Facebook, fã é a pessoa que, em relação a uma respectiva página da rede de relacionamento, demonstra sua aprovação ou concordância clicando no *link* curti (em inglês *like*), representado pelo símbolo .

como: rede social⁷, redes de filiação ou associativas⁸, site de redes sociais⁹ e comunidades virtuais¹⁰.

2. ABRANGÊNCIA E ALCANCE NO CONTEXTO BRASILEIRO

Em 18 de dezembro de 2012, o Pew Research Center¹¹ divulgou um levantamento do cenário religioso global, realizado em 230 países, no ano de 2010, onde constatou que cerca de um em cada seis pessoas no mundo, isto é, 1,1 bilhão de pessoas ou 16,3% da população mundial, não têm nenhuma filiação religiosa. Isto equivale dizer que os “não afiliados” ocupam o terceiro maior grupo religioso no mundo, perdendo apenas para os cristãos, 31,5%, e muçulmanos, 23,2%.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) constatou, com o censo demográfico realizado em 2010, que 8% da população brasileira se declara como “sem religião”. Isto equivale dizer que os “sem religião” ocupam o terceiro maior grupo religioso do país, perdendo apenas para os católicos, 64,6%, e evangélicos, 22,2%.

Os números do cenário mundial, referentes a dados de 2010, não foram comparados com anos anteriores pelo Pew, em contrapartida, no cenário nacional, ocorre notório crescimento de pessoas “sem religião”, isto de acordo com o censo 2010 do IBGE, tendo um crescimento de 0,7% em comparação ao Censo de 2000. Com esse

⁷ Segundo Wasserman e Faust, Degenne e Forse (*apud* RECUERO, 2009, p. 24), uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais). Recuero (2009, p. 24) salienta que uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores.

⁸ De acordo com Primo (*apud* RECUERO, 2009, p. 98), as redes sociais de filiação ou associativas na Internet são aquelas derivadas das conexões “estáticas” entre os atores, ou seja, das interações reativas que possuem um impacto na rede social. São redes cujas conexões são forjadas através dos mecanismos de associação ou de filiação dos sites de redes sociais.

⁹ Sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet (RECUERO, 2009, p. 102).

¹⁰ As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço (RECUERO, 2009, p. 137).

¹¹ O “Pew Research Center” é um fórum, sem vínculos partidários, que tem por finalidade o informar sobre questões, atitudes e tendências que moldam os EUA, em particular, e o mundo. Conduz inquéritos de opinião, pesquisa demográfica, análise de conteúdo de mídia dentre outras pesquisas de ciência social empírica.

desafio em mente, surge no cenário nacional a página ADV7SP como uma ferramenta funcional. A Tabela 1 apresenta o número de fãs da página.

Tabela 1
Fãs da página ADV7SP

País	Seus fãs	Cidade	Seus fãs	Idioma	Seus fãs
Brasil	213.348	São Paulo, SP	19.918	Português (Brasil)	209.900
Angola	522	Rio de Janeiro, RJ	10.522	Português (Portugal)	2.758
Estados Unidos	430	Manaus, AM	6.947	Inglês (EUA)	1.215
Portugal	210	Fortaleza, CE	2.726	Espanhol	937
Peru	167	Salvador, BA	2.622	Francês (França)	406
Bolívia	153	Belém, PA	2.616	Espanhol (Espanha)	273
México	114	São Luís, MA	2.555	Italiano	122
Argentina	106	Curitiba, PR	2.125	Alemão	115
Paraguai	74	Brasília, DF	1.929	Inglês (Reino Unido)	107
Outros	705	(diversas)	36.662	(diversos)	117
Total	215.829	-	88.622	-	215.950

Notas. Extraído da parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

É possível observar que 98,8% dos fãs da página ADV7SP são brasileiros. Os 215.829 fãs colocam a página como a maior em número de curtidas da IASD no Brasil. A cidade de São Paulo-SP e Rio de Janeiro-RJ juntas, somam um total de 34,3% do montante. Proporcionalmente (em relação à densidade populacional), a cidade de Manaus-AM possui o maior número de seguidores, representando 0,39% de toda a população da cidade, sendo o dobro da cidade de São Paulo-SP.

Apesar de muitos não declararem a cidade em suas redes, também é possível constatar que o maior impacto da página se encontra nas capitais do país, sendo que as 9 primeiras cidades representam 61% do total de fãs. O idioma utilizado dos fãs ao navegar na página é majoritariamente o português, cerca de 97%. Buscando uma caracterização de quem são esses fãs a figura 1 os descreve em gênero e idade.

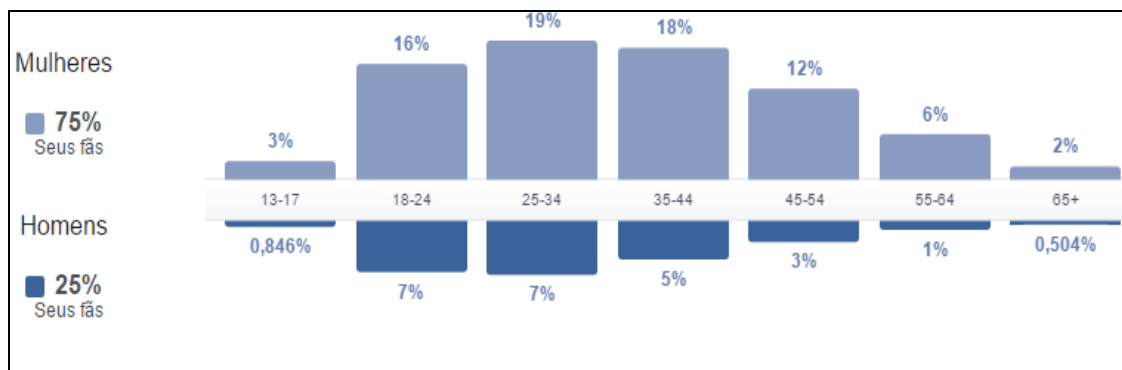


Figura 1. Gráfico dos fãs da página ADV7SP

Fonte: Parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

As mulheres representam 75% dos seguidores. Segundo dados da Divisão Sul-Americana (DSA) da IASD, os adventistas totalizam 2.034.305 pessoas, isto diz respeito a todo o campo da DSA, sendo que 56,8% dos membros são mulheres¹².

Aparentemente as mulheres estão mais disponíveis para acessar conteúdo cristão na web. Pensando nisso e analisando o conteúdo da ADV7SP é possível observar que existem vídeos e fotos específicos para o público feminino. Seria esse o principal motivo que justifique tamanha adesão? Ou curtir páginas religiosas de forma pública seria mais fácil para as mulheres? Tal fenômeno é recorrente apenas na IASD ou em outras denominações? Tais perguntas podem nortear próximos estudos.

Os adolescentes somam apenas 4%. Apesar de estarem em peso nas redes, os adolescentes acompanham discretamente a página. O conteúdo que foca a divulgação da informação e do ensino, através das redes, seria desinteressante para as novas gerações cristãs? A faixa etária dos jovens, 18 a 34 anos, é a mais representativa sendo 49% do total.

Em pessoas envolvidas é possível ter uma outra vertente de público para analisar. Aqui estão reunidas as características que de fato fazem parte das pessoas que interagiram com os posts. Ou seja, as pessoas que curtiram, comentaram, compartilharam suas publicações ou de certa forma se envolveram com página. A tabela 2 mostra os valores equivalentes às pessoas envolvidas com a página ADV7SP.

¹² DIVISÃO SUL-AMERICANA. Disponível em: <<http://www.adventistas.org/pt/institucional/os-adventistas/adventistas-no-mundo/>>.

Tabela 2

Pessoas envolvidas com a página ADV7SP

País	Pessoas envolvidas	Cidade	Pessoas envolvidas	Idioma	Pessoas envolvidas
Brasil	94.219	São Paulo, SP	9.459	Português (Brasil)	89.071
Angola	342	Rio de Janeiro, RJ	4.516	Inglês (EUA)	5.343
Estados Unidos	322	Manaus, AM	3.533	Português (Portugal)	1.543
Portugal	208	Curitiba, PR	1.448	Espanhol	366
Bolívia	74	Belém, PA	1.263	Espanhol (Espanha)	177
Argentina	70	Salvador, BA	1.190	Francês (França)	134
Espanha	62	Fortaleza, CE	1.095	Inglês (Reino Unido)	72
Paraguai	59	Brasília, DF	1.084	Italiano	58
Peru	59	São Luís, MA	1.037	Alemão	41
Outros	693	(diversas)	17.077	(diversos)	89
Total	96.108	-	41.702	-	96.894

Notas. Extraído da parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

Efetivamente, cerca de 96.108 pessoas interagiram com a página, paralelamente com as informações dos fãs, os resultados apresentam uma primazia de envolvimento no Brasil, nas capitais e com o idioma português. A figura 2, a seguir, apresenta o gráfico que descreve o número de pessoas envolvidas.

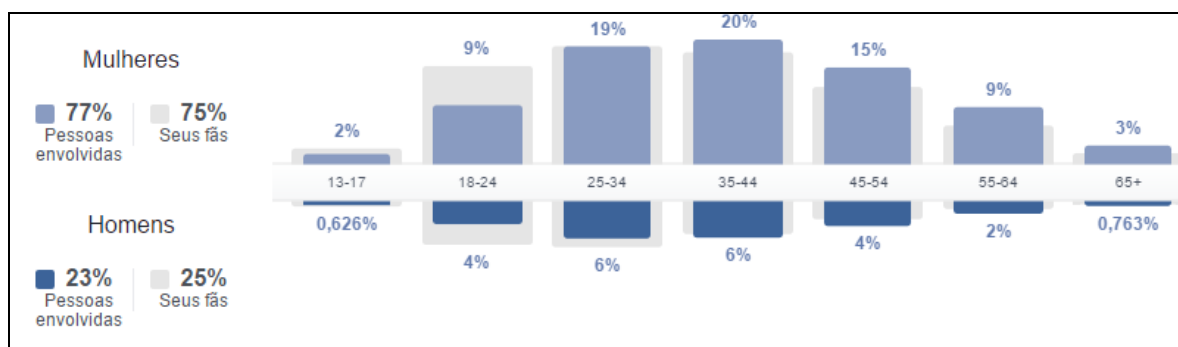


Figura 2. Gráfico das pessoas envolvidas com a página ADV7SP

Fonte: Parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

Analisando as pessoas envolvidas, as mulheres continuam sendo a esmagadora maioria com 77% do total. A faixa etária dos adultos, de 35 a 54 anos, ganha força nesse quesito passando de 38% para 45%. Os adolescentes continuam pouco envolvidos, aproximadamente 3%. Em relação aos idosos, idade maior que 55 anos, 15% estão

sendo envolvidos. A questão é: envolvemos mais os idosos nas redes sociais do que os adolecentes.

Diferente dos fãs, pessoas alcançadas elucida o número total de pessoas que visualizaram suas postagens. Isso inclui amigos de seus fãs que visualizaram um post compartilhado no mural.

É importante observar se as características das pessoas alcançadas batem com a dos fãs. Se a diferença for muito alta, há algumas considerações a serem levadas em conta. Pode significar que o teor de suas publicações não esteja sendo o mais adequado aos seus fãs. Por outro lado, pode mostrar também um novo público que está sendo alcançado e, se for o caso, uma nova oportunidade que pode ser explorada. A seguir o número de pessoas alcançadas pela página segundo a tabela 3.

Tabela 3

Pessoas alcançadas da página ADV7SP

País	Pessoas alcançadas	Cidade	Pessoas alcançadas	Idioma	Pessoas alcançadas
Brasil	1.182.544	São Paulo, SP	116.369	Português (Brasil)	1.169.642
Angola	7.004	Rio de Janeiro, RJ	60.404	Português (Portugal)	23.013
Estados Unidos	6.467	Manaus, AM	32.394	Inglês (EUA)	12.794
Portugal	5.663	Curitiba, PR	18.689	Espanhol	8.230
Bolívia	1.540	Brasília, DF	18.537	Francês (França)	3.363
Argentina	1.465	Salvador, BA	15.609	Espanhol (Espanha)	3.204
México	1.227	Belém, PA	14.607	Inglês (Reino Unido)	1.921
Espanha	1.188	Fortaleza, CE	13.706	Italiano	1.435
Reino Unido	1.158	Goiânia, GO	12.071	Alemão	1.061
Outros	14.731	(diversas)	213.821	(diversos)	2.219
Total	1.222.987	-	516.207	-	1.226.882

Notas. Extraído da parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

O número de pessoas alcançadas pela página ultrapassa a casa do milhão. Impossível é aferir a qualidade do alcance, porém é preciso salientar que nem no melhor dos evangelismos nacionais na IASD tantas pessoas são alcançadas de uma só vez. A figura 3 mostra o gráfico das pessoas alcançadas.

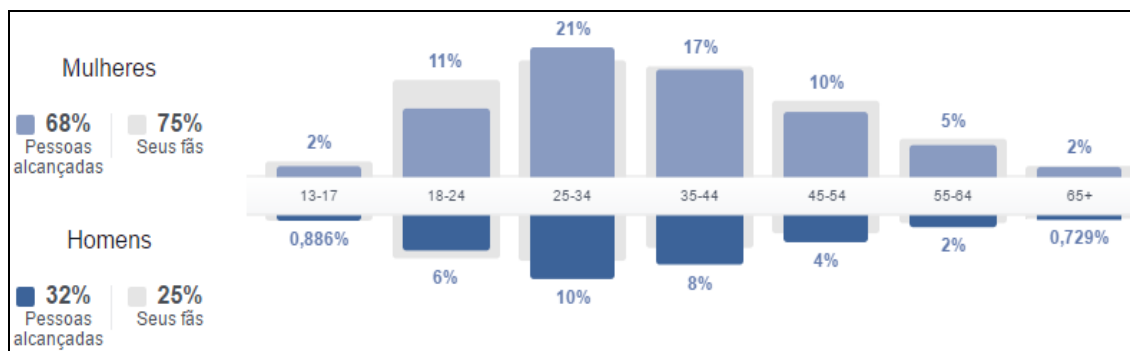


Figura 3. Gráfico das pessoas alcançadas da página ADV7SP
Fonte: Parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

Existe um nicho ainda a ser explorado entre os homens adultos alcançados, mais não fãs, cerca de 7%; o oposto também é verdade, existem mais mulheres fãs do que as que estão sendo alcançadas. As mulheres jovens, de 18 a 24 anos, também são um possível alvo para a página. Pela coerência entre as pessoas alcançadas e o número de fãs é possível aferir que as publicações atendem aos mesmos.

3. ANÁLISE DESCRITIVA DAS FUNCIONALIDADES ADV7SP

A ADV7SP possui dois objetivos, ensinar e divulgar. Para alcançar tal finalidade, três são as principais funcionalidades em âmbito geral, duas que ensinam e uma que informa. Com ênfase no ensino a perspectiva missiológica (evangelismo), que tem como foco principal os não adventistas, abrange as atividades de aconselhamento pastoral, envio de estudos bíblicos, dúvidas teológicas e momentos de oração.

Com o mesmo objetivo a perspectiva eclesiológica (pastoreio), enfoca o público adventista e tem como principais atividades o sanar de dúvidas teológicas, envio de estudos bíblicos (Apocalipse) e pedidos de oração, sendo esse o mais frequentemente acionado por tal público.

Por fim, a ênfase na divulgação, com o enfoque publicitário, sem um público alvo específico, abrange a divulgação de eventos e as notícias institucionais. A descrição supracitada pode ser observada através do organograma da figura 4.

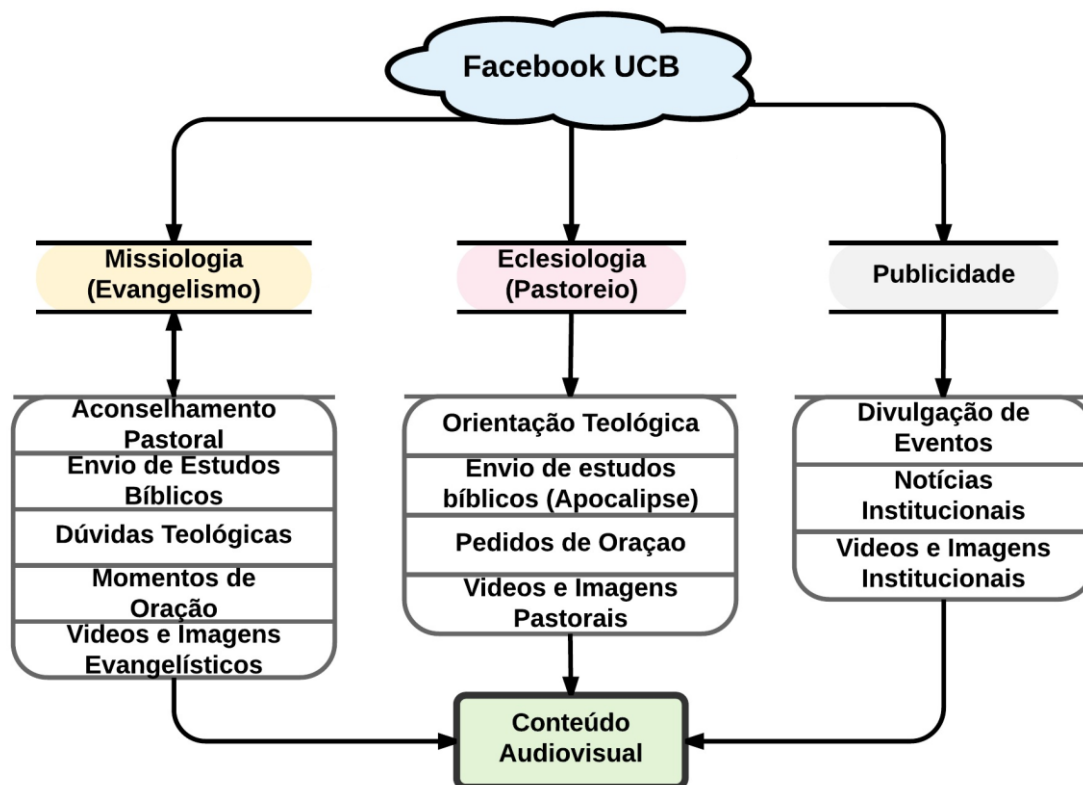


Figura 4. Fluxograma das funções da página ADV7SP

Todas as áreas são interdependentes tendo como ponto em comum a utilização de ferramentas de comunicação audiovisual. Para uma melhor gestão operacional da página, se faz necessário uma equipe multidisciplinar em cada setor do processo. As atividades passam desde o planejamento e produção da informação, até a publicação e posterior acompanhamento. O conteúdo audiovisual, imagens e vídeos, publicados na página, são o resultado do trabalho de produção, tal resultado ensina ou divulga. Os produtos que visam o ensino, funcionalidades missiológicas e eclesiológicas, são de impossível dissociação.

Analisando tais produtos, cabe aqui abordar os principais *posts* da página no ano de 2016. A tabela 4 apresenta os resultados de oito vídeos de 2016 com mais de dez mil visualizações.

Tabela 4

Lista dos vídeos mais visualizados em 2016 da página ADV7SP

Nome do vídeo	Convite Especial para o Impacto Esperança	Mãe, quem te ensinou a ser assim tão especial?	Convite Especial para a Semana Santa	Campal Jovem UCB 2016 - A gente se encontra lá!	O que acontece quando cai a cortina?	Uma mensagem de amor que precisa ser lembrada	Lugar de Mulher - Feliz dia da mulher!	Orando Juntos - Adventistas SP
Data	13/05/2016	06/05/2016	04/05/2016	01/04/2016	18/03/2016	15/03/2016	04/03/2016	20/01/2016
Minutos de visualização	3.228	56.312	40.468	26.867	246.258	4.087	23.273	11.420
Pessoas alcançadas	55.449	765.466	435.849	338.022	1.445.716	50.861	917.571	163.094
Visualizações do vídeo	12.401	140.918	69.607	56.634	391.332	10.672	64.830	44.335
Visualizações de 10 segundos	4.331	43.921	25.508	22.885	158.567	4.385	29.567	13.968
Visualizadores únicos	11.791	128.922	65.429	48.149	316.988	10.216	60.033	41.262
Reactions, Comments & Shares	2.275	15.480	3.381	6.278	29.911	2.055	8.352	2.536
% média de conclusão	34%	17%	9%	18%	10%	29%	32%	26%
Descrição da * funções	divulgar	ensinar	ensinar	divulgar	ensinar	ensinar	ensinar	ensinar

Notas. Extraído da parte administrativa da página ADV7SP (<https://www.facebook.com/AdventistasSP>).

* A linha que contém a “descrição das funções” foi um acréscimo realizado com o fim de enquadrar a tabela nos parâmetros descritivos da funcionalidade da página ADV7SP.

Vale ressaltar que os vídeos, “Convite Especial para a Semana Santa” e “O que acontece quando cai a cortina?”, são o mesmo vídeo, porém postados em dias diferentes e por isso considerado em separado. Todos os oito vídeos somam 790 mil visualizações. O vídeo “Convite Especial para a Semana Santa” soma 58,3% das visualizações. Os vídeos que falam de mulher somam 26%. Tais vídeos buscam atender a esmagadora maioria de mulheres fãs da página.

Em apenas um vídeo, mais de um milhão e oitocentos mil pessoas foram alcançadas através do *feed* de notícias. Tal informação confirma o amplo poder de alcance das redes sociais para o evangelismo. Dos oito vídeos mais visualizados da página em 2016, seis focalizam o ensino e apenas dois a divulgação de eventos, tal verdade corrobora com a hipótese de que a ADV7SP é de fato uma ferramenta eficaz no ensino. Muito daquilo que se ensina de púlpito, hoje se tem a abertura de ser ensinado nas redes, fazendo-a uma excelente parceira na missão. Se os meios audiovisuais ajudam a preencher o espaço do conhecimento, qual seria a solução para a lacuna do relacionamento interpessoal? Como a instituição poderia caminhar na direção de comunidades relacionais?

Entre os mais assistidos de 2016 o vídeo “Lugar de Mulher - Feliz dia da mulher!” é o de maior taxa de desistência, cerca de 45,6%, porém é também o segundo em média de conclusão 32%. A maioria das pessoas que não abandonaram nos primeiros segundos foram até o fim. O de menor desistência foi “Mãe, quem te ensinou a ser assim tão especial?”. Ambos tratam do assunto mãe/mulher. Estaria o índice de desistência relacionado com o tempo de duração? Seriam os fãs da página ADV7SP usuários com pouca paciência de terminar vídeos longos?

Analisando as reações aos vídeos, em média 14,7% dos visualizados reagem de alguma forma aos de divulgação, esse número cai para 11,3% nos de ensino. Apesar dos vídeos de divulgação estarem bem abaixo nas visualizações, apenas 8,7% do total, os mesmos estão de alguma forma ligados mais intimamente com o público que os visualiza, logo, aparentemente existe uma ligação entre os visualizadores de divulgação de eventos e a instituição.

CONCLUSÃO

O transcurso do tempo traz como consequência a mudança, que nunca vem desacompanhada da reavaliação do modo de pensar, agir e comunicar-se. Isto não foi diferente em relação ao evangelismo, que primeiramente se apresentou de forma pessoal, e posteriormente recebeu novas roupagens, como o evangelismo de massa, saturação e, recentemente, o virtual.

Positivas foram às expectativas quanto à adoção de novas mídias pela IASD, pois visava-se a contribuição que estas ferramentas trariam para a pregação, já que representavam um enorme potencial evangelístico (SANTOS, 2009). Por meio desta mudança, ferramentas missionais e evangelísticas, como é o caso da página ADV7SP, puderam surgir e preencher uma lacuna existente.

Através dos dados levantados e apresentados no presente trabalho, é evidente a constatação da funcionalidade e eficácia dessa ferramenta no contexto da pregação do evangelho no Brasil. O alcance, medido pela quantidade de fãs e respectivo envolvimento, das visualizações da página e vídeos, demonstra que as expectativas não foram frustradas, e sim, que grande parcela da sociedade, de diversos contextos sociais,

culturais, econômicos e religiosos, foram atingidos. E não somente isto, o alcance demonstra-se de qualidade por motivo da interação existente entre os fãs e os “administradores da página”.

A descrição das funcionalidades da página ADV7SP se faz importante no processo de abrir os olhos do leitor para possíveis utilizações da ferramenta em outros contextos. No que diz respeito ao conteúdo audiovisual, foi possível constatar que a função de destaque na página é, sem dúvida alguma, a do ensino. Função que está presente no DNA do adventismo e que pulsa forte até os dias hoje. A distância entre o real e virtual, relacionamento e impessoalidade, igreja e redes, é um assunto que precisa ser debatido e as estatísticas do Facebook mostraram-se úteis para tal discussão.

Por fim, é importante ressaltar que muitas das perguntas levantadas no decorrer do texto não foram respondidas, pois o mesmo é um trabalho piloto e tem como propósito maior implementar novas discussões. O texto abre portas para novos diálogos com o fim de criar pontes evangelísticas sólidas a serem construídas em meio às distâncias culturais, sociais, econômicas e religiosas na imensidão do Brasil.

REFERENCIA

- DIVISÃO SUL-AMERICANA. Disponível em:
<<http://www.adventistas.org/pt/institucional/os-adventistas/adventistas-no-mundo/>>. Acesso em: 27 de junho de 2016.
- DICIONÁRIO GREGO-PORTUGUÊS E PORTUGUÊS-GREGO.** Porto: Livraria Apostolado da Imprensa, 1976.
- DICIONÁRIO HOUAISS DA LÍNGUA PORTUGUESA.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- EVANGELICAL DICTIONARY OF THEOLOGY.** Grand Rapids: Baker Book House, 1992.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.
- SOUZA, R. R. O que é, Realmente, o Virtual. 2001. Disponível em:
<<http://www.ccuac.unicamp.br/revista/infotec/artigos/renato.html>>. Acesso em: 01 jun. 2016.
- PATRÍCIO, Maria Raquel; GONÇALVES, Vítor. Facebook: rede social educativa? In: Encontro Internacional TIC e Educação, I, 2010, Lisboa. **Artigo...** Lisboa: Universidade de Lisboa, Instituto de Educação. p. 593-598.
- PEW RESEARCH CENTER. The Global Religious Landscape. 2012. Disponível em:
<<http://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-exec/>>. Acesso em: 24 jun. 2016.



ECLESIOCOM



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

CENSO DEMOGRÁFICO 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 24 jun. 2016.