

COMUNICAÇÃO DA FÉ: UMA ANÁLISE DO AMBIENTE DO FACEBOOK COMO INSTRUMENTO PARA EVANGELIZAÇÃO

Paula Alice Dodó Müller¹

Mestranda em Cognição e Linguagem

RESUMO

O presente estudo surgiu de uma necessidade de analisar se o ambiente do Facebook como ferramenta de comunicação e relacionamento social está sendo utilizada pelos jovens evangélicos, e quais seus desdobramentos no processo de evangelização. Dentro deste contexto, destacando-se as redes sociais digitais (RSD), que vêm sendo amplamente difundidas devido à necessidade que as pessoas têm de buscar relacionamentos pessoais. O tipo de pesquisa realizado foi bibliográfica a cerca das teorias que tratam desta importante temática, também foi realizada uma pesquisa identificando o perfil dos jovens evangélicos da Igreja Batista em Tombos-MG, com faixa etária entre 18 a 25 anos e o nível de participação dos mesmos, utilizando um grupo no Facebook com observação sistemática. Concomitantemente, foi realizada entrevista com o líder evangélico. Alguns resultados observados demonstraram que de fato o ambiente do Facebook é utilizado como instrumento de evangelização por todos os jovens pesquisados, existiu relatos de que alguns amigos passaram a frequentar a igreja, influenciados por esta convivência e relacionamento, porém, nem todos permaneceram. E na entrevista com o líder evangélico, o resultado foi de aprovação quanto à utilização do Facebook pelos os jovens de sua igreja para fins de evangelização.

Palavras-chave: Facebook; Jovens Evangélicos; Evangelização.

ABSTRACT: The present study arose from a need to analyse whether the environment of Facebook as a tool of communication and social networking, is being used by young evangelicals, and what its consequences in the process of

¹Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil, paulatombos@hotmail.com

evangelization? Within this context, especially the online social networks (RSD), which have been widely broadcast because of the need that people have to seek personal relationships. The type of search conducted was about bibliographical theory dealing with this important subject, was also carried out a survey identifying the profile of young evangelical Baptist Church in Tombos, Minas Gerais, with age between 18 to 25 years and the level of participation of the same, using a Facebook group with systematic observation. Concurrently, interview was conducted with evangelical leader indirect. Some results observed show that in fact the Facebook environment is used as an instrument of evangelization for all young people surveyed, there was reports that some friends started hanging around the Church, influenced by this coexistence and relationship, however, not all remained. And in the interview with the evangelical leader, the result was of approval regarding the use of Facebook by the youth of his church for the purpose of evangelization.

Keywords: Facebook; Young Evangelicals; Evangelization.

1. Introdução

Desde o ministério de Jesus Cristo, a comunidade cristã vem atravessando intencionalmente fronteiras nacionais, étnicas e culturais, compartilhando e pregando a boa-nova de Cristo. Os missionários sempre utilizando de todos os meios a fim de divulgar sua crença, evangelizar, encontrando assim no ciberespaço, um meio ainda mais eficaz.

Dentro deste contexto, as redes sociais digitais, vêm sendo amplamente difundidas devido à necessidade que os indivíduos têm de se relacionarem, constituindo-se grupos com características e interesses em comum, expandindo as interações interpessoais, mantendo os laços sociais e propagando informações. Neste sentido, a religião está inserida mostrando-se como um meio crescente de interação entre os indivíduos, bem como, na integração dos mesmos, assim como ocorreu em todas as esferas da vida social, não ficou ilesa a todas as transformações ocorridas pelas novas tecnologias de comunicação.

Desta forma, o presente artigo remeteu-se a uma verificação: como o ambiente da rede social digital, o Facebook, pode ser utilizado como instrumento de evangelização pelos jovens evangélicos com faixa etária entre 18 a 25 anos da Igreja Batista em Tombos-MG. A pretensão deste trabalho é levantar apontamentos e estimular o desenvolvimento de futuras pesquisas sobre o uso das redes sociais digitais nos meios religiosos potencializando a evangelização, estimulando assim o crescimento numérico de membros e frequentadores das igrejas, como na retenção destes, bem como, deverá ser capaz de fornecer ferramentas e propostas de ações concretas para uma

pastoral ciberculturada. Assim, analisou-se o uso do ambiente do Facebook pelos jovens da Igreja Batista em Tombos-MG com idade entre 18 a 25 anos, identificando entre os mesmos quais são usuários do Facebook, e o nível de participação neste processo evangelizador, e, ao mesmo tempo, a percepção do líder evangélico quanto ao uso desta tecnologia de comunicação, o Facebook, como instrumento de evangelização pelos jovens de sua igreja.

Utilizou-se juntamente com as pesquisas bibliográficas sobre o assunto, uma pesquisa identificando o perfil dos jovens, utilizando um grupo no Facebook com aplicação de questionários com perguntas que incluiu: idade, utilização da RSD com cunho religioso, se convidam amigos para cultos, a aceitação destes quanto ao convite, se houve uma frequência destes convidados aos cultos e eventual permanência; e observação sistemática. Concomitantemente, foi realizada entrevista indireta com o líder evangélico com perguntas pelo Facebook, através de mensagens, sobre o seu conhecimento e opinião quanto à utilização do Facebook pelos jovens de sua igreja.

2. Um breve contexto da evolução: Cibercultura, Ciberespaço e Redes Sociais Digitais

Observamos e presenciamos a cada dia que passa transformações inimagináveis em todos os campos em que vivemos, sejam: políticas, sociais, culturais, sociais ou tecnológicas. Somos constantemente atingidos por uma avalanche de informações.

Em evolução constante, influenciada sob o prisma tecnológico, dentre todas as transformações, destaca-se a cultural. Esta é a área que mais evolui na sociedade contemporânea, influenciando, por conseguinte, a ciência, a arte, a literatura, a música, o cinema, o comércio, os costumes etc. Estamos imersos numa cibercultura, a cultura virtual. Segundo MATTOS, Matheus Carvalho, SOUZA, Carlos Henrique Medeiros e MANHÃES, Fernanda Castro (2012, p.183) cibercultura “representa o conjunto de costumes, conhecimentos, efeitos e impacto do avanço tecnológico em nossa vida cotidiana, do pessoal ao profissional”.

Pierre Lévy (2000, p.193) assim definirá cibercultura:

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração.

Assim, pode-se dizer que cibercultura é: novas possibilidades de experimentar o saber, uma nova forma de se relacionar e de se comunicar, uma maneira dinâmica, criativa e de alto alcance para anunciar-comunicar a Boa Nova.

Todo contexto cultural influencia o ser humano, condicionando a sua forma de ser, pensar e agir. Influencia, também, a fé e a vivência da religiosidade.

Segundo Rangel (2011, p.09):

A cultura cristã pode e deve adaptar-se à cibercultura (interculturalizar-se), se deseja que a fé cristã seja verdadeiramente conhecida e acolhida por qualquer integrante desta nova cultura. Assim como os apóstolos o fizeram para comunicar a Boa Nova para todo o ocidente na Igreja nascente.

Mediando esta comunicação entre o real e o virtual, está o ciberespaço. O ciberespaço esse termo foi criado pelo escritor de ficção científica Willian Gibson no livro *Neuromancer* em 1984.

Lévy (1999, p.92) define-o como (...) o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores.

A rede experimental, ARPANET foi o início dessa evolução tecnológica conhecida hoje como WEB 2.0. Contribuição do cientista Tim Berners-Lee, que em 1989 propôs o WWW - *World Wide Web*, um sistema que interligava centros de pesquisa científica e universidades.

Em 1992, Marc Andreessen lança o navegador *Mosaic*, primeiro browser pré-Netscape.

O rápido crescimento do WWW não parou desde a formação da rede NSFNET (National Science Foudation Network) segundo, Lemos. No Brasil, a internet chegou na década de 80 e era restrita ao uso de militares e acadêmicos.

Um dos princípios básicos que sustentam o crescimento do ciberespaço destaca-se a comunidade virtual, a qual aqui considerada com maior aplicação sobre a fé. Uma comunidade virtual “é construída sobre

afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (LÉVY, 1999, p.127). À primeira vista, as relações on-line parecem frias, impessoais; mas isso não procede. As comunidades virtuais, pelo contrário, são uma expressão de como é possível criar laços virtuais frutíferos e de proximidade.

Assim, acredita-se que um dos resultados mais importantes desta tecnologia foi a integração virtual, através das redes digitais. Bolsoni (apud Danah Boyd e Nicole Ellison, 2007) relata que os seres humanos procuram interagir, e o advento da internet acabou por conduzir a sociedade ao relacionamento no ciberespaço por meio das redes digitais sociais.

Sites de redes sociais surgiram em 1997, e é um fenômeno mundial que atraem milhares de novos usuários todos os dias. De acordo com Bolsoni (2010, p.72) (...) o início das redes sociais digitais com a Sixdegrees, primeira rede social que permitiu a criação de um perfil virtual, bem como a publicação e listagem de contatos. O nome Sixdegrees faz referência aos seis graus de amizade, um conhecido conceito que fala que a cada 6 pessoas que conhecemos, temos um amigo em comum. Para Bolsoni (apud Boyd e Ellison, 2007), esse primeiro site possibilitou aos seus utilizadores fazerem pesquisa em lista de amigos dos amigos, criarem perfis pessoais e ao mesmo tempo visitarem os perfis de amigos.

Possibilitando que seus usuários, internautas se comuniquem, interajam, colaborem, expressem suas ideias, suas opiniões, criem discussões dos mais variados temas.

O propósito da rede social era exatamente de ampliar a rede de contatos, através das amizades que os usuários possuíam. Após esse modelo de rede social, várias outras semelhantes foram criadas. Dando destaque ao Facebook que atualmente lidera o ranking de redes sociais no Brasil.

O Facebook surgiu em 2004. A ideia dos jovens criadores era criar um *website* de relacionamento onde a experiência social dos colegas universitários acontecesse online. Compartilhar fotos, dizer o que achou da última festa, convidar alguém para sair, ter um espaço virtual para interagir com os amigos, conhecer novas pessoas. Este era basicamente o Facebook. Na página oficial, a rede é apresentada como um espaço que "ajuda as pessoas a se comunicarem com mais eficiência aos seus amigos, familiares e colegas de trabalho".

Em 2006 com a abertura da rede social a todos os internautas o Facebook experimenta um período de expansão, duplicando o número de utilizadores registrados.

Rapidamente o Facebook virou febre entre os jovens de todo o mundo. Passou a receber investimentos bilionários, seu *layout* foi repaginado e novos aplicativos foram sendo incorporados à rede. Tornou-se uma grande empresa, atualmente sediada em Palo Alto, na Califórnia. Aos poucos, a página de relacionamentos tornou-se uma vitrine mundial, e a rede de amigos, um espaço que despertou o interesse de anunciantes.

Como é apresentado em seu site oficial, o Facebook hoje "é um pedaço da vida de milhões de pessoas que vivem em todas as partes do mundo".

Lévy (2005) nos diz que uma das grandes características do processo de virtualização que ocorre em diversos campos é o de desterritorializar o momento presente, de trazer uma unidade de tempo sem uma unidade de lugar. É nesse espaço, nas redes digitais sociais, que surgem novas formas de sociabilidade, campo fértil para a evangelização.

3. Jovens evangelizadores e o ambiente do Facebook

Desde o início do ministério de Jesus Cristo, que, em fazendo discípulos e instruindo-os segundo a sua doutrina, os preparou para espalhar a sua mensagem religiosa, a comunidade cristã seguindo esta ordenança vem utilizando todos os meios disponíveis para pregar a boa-nova de Cristo, levando a mensagem de amor a toda a humanidade. Assim como em outras épocas, os missionários utilizam de todos os meios para evangelizar.

Os protestantes, hoje mais conhecidos como evangélicos, sempre, em sua história, buscaram a eficiente evangelização, ou seja, levaram a sério a obrigação bíblica de "levar a todos os povos as boas novas". Eles tomaram como missão fundamental de sua vivência religiosa exercitar uma das práticas fundantes do cristianismo: evangelizar, noticiar sua fé.

O exemplo de Paulo é considerado fonte de inspiração, tendo comprovado a eficácia à busca de novos meios para promover a fé e a vida cristã, para formação estruturação e sustentação de novas comunidades. O apóstolo dos gentios, com a evangelização por meio de cartas, abriu um novo

caminho. Depois das cartas paulinas, a imprensa serviu enormemente para a difusão universal e rápida da Boa Nova.

Hoje o ciberespaço apresenta-se como um meio eficaz a esta propagação da fé, “é um campo propício para a religiosidade e espiritualidade” (AVELLAR, 2009, p.24).

Avellar (apud Martelli, 1995, p. 399) fala sobre a força da internet e de sua atratividade.

A comunicação pela Internet inclui elementos muito atrativos. Ela tem uma força em si, espontânea, não institucionalizada. Isso contraria a visão de que muitos tinham dos novos movimentos religiosos, pois, eram considerados fenômenos marginais, destinados a desaparecer com o avanço da modernização e racionalização.

As novas tecnologias têm revolucionado o campo da comunicação e não é por acaso que a juventude há muito vem se conectando cada vez mais, tanto no Brasil, como em outros países.

O interesse dos jovens pelas novas tecnologias de comunicação e informação aliadas ao forte discurso religioso, levando em consideração o estudo realizado por Hackmann (2000), com estudantes jovens universitários, indicou certa sensibilidade dos jovens para com a dimensão religiosa. Os resultados encontrados por Brenner, Dayrell e Carrano (2005) também indicaram uma participação bastante efetiva de jovens envolvidos com atividades religiosas no âmbito do lazer.

Como bem ressalta Santos (apud Novaes, 2004), a busca da fé, um dos ingredientes para a agregação social, é elemento constituinte da identidade juvenil. Estudando o comportamento juvenil no âmbito do lazer, identificou que o ato de ir a missa, igreja e culto ocupa uma posição privilegiada no lazer de jovens.

Nesse cenário de discussão acerca da identificação religiosa, dizer que a religião é ponto que tende a se tornar modo de vida, costumes cotidianos se torna necessário.

De acordo com Goulart (2008), uma vez que a identidade é construída, a religião pode ser vista como forma de se construir uma identidade. A procura por se ter qualidade de vida emocional, faz com que se procure na religião regras de comportamento e de apoio, ou seja, objetiva-se se tornar uma pessoa que se identifica com características comuns específicas.

Para Geertz (1989), a religião funde o *ethos* e a visão de mundo e dá um conjunto de valores sociais, isto é, uma aparência de objetividade. Para

Durkheim (1996) a religião tem por objetivo elevar o ser humano acima de si próprio e nunca será substituída pela ciência. Ele considera que a sociedade necessita de uma religião e a principal característica desta religião é ter um caráter dinamogênico, isto é, um caráter mais voltado ao utilitário que ao pensamento. Para Bourdieu (1983), a religião induz o indivíduo a pensar de uma forma específica.

Goulart (2008) considera que:

Apesar de se entender que a religiosidade está ligada à essência da espiritualidade do indivíduo, no caso o jovem, isto não nos obriga a resumir a complexidade das experiências culturais religiosas em um mesmo quadro. Devem ser considerados elementos simbólicos que induzem um processo de identificação diante das opções culturais oferecidas pela comunidade, família e a própria religião que conduzem a diferentes cenários do ponto de vista do comportamento desses jovens que dispensam tempo ao ato religioso.

Nesta construção da identificação e o discurso religioso observado, Brandão, já em 1988 apontava que ser “salvo” pela crença evangélica significa modificar não somente um receituário de crenças e atitudes de culto, mas toda uma identidade da pessoa convertida. A vida pessoal deve estar condizente com o que é estabelecido como conduta bíblica.

Reginaldo Prandi, na Conferência Inaugural das XIV Jornadas Sobre Alternativas Religiosas na América Latina, realizada em Buenos Aires em setembro de 2007, discutia se, seguindo a lógica do crescente número de evangélicos no Brasil, o Brasil deixaria de ser culturalmente católica – como ainda é, a exemplo dos nomes de ruas, cidades e estabelecimentos comerciais, além de festas típicas dedicadas aos santos – para se tornar culturalmente evangélica, o que ele chamou de evangelização da cultura. Porém, destacou que existe uma cultura de jovens evangélicos especificamente. Segundo ele,

Um garoto evangélico pode se integrar com outros jovens do mundo todo pela internet, assim como qualquer outro jovem faria, porém, “riscará de seu horizonte muito do que diz respeito ao sexo e às drogas, que geralmente lhes são interditos, e sua experiência musical estará restrito à música evangélica, pela qual os jovens não evangélicos do mundo não estarão minimamente interessados. Esse jovem evangélico não participará, por causa dos limites estéticos e comportamentais impostos por sua religião, de um grupo maior do que aquele limitado pela sua própria igreja. Ele estará fora de uma cultura mundial de jovens, mesmo usando

É neste sentido, nesta mudança do comportamento, do “ser convertido”, “ser salvo”, e da necessidade observada que os jovens têm de atrair para seu grupo os seus amigos “não convertidos”, “não salvos”, induzidos pelo forte discurso pregado pelos pastores em ter que alcançar pessoas, vidas para o evangelho, observa-se entre os jovens evangélicos utilizando as redes sociais digitais, aqui especificamente, o Facebook, como um instrumento, um auxílio na evangelização no alcance dos seus amigos, não pertencentes deste grupo.

Assim, em sintonia, a fé não se aliena do contexto e da sociedade. Urge como pressuposto visualizar novos rumos para a fé e para a Igreja, visando a atingir o homem “virtual” e significar algo para o ser humano contemporâneo.

Desta forma, o Facebook apresenta-se ser um forte aliado, um meio complementar e potencializador para evangelização, porque é esse meio de comunicação interativa, dinâmica e de alto alcance, o qual, a nossa juventude atual-real faz uso para discutir, interagir, aprender, ensinar, estabelecer laços e para ampliar a sua realidade real.

Atualmente, observa-se, jovens cristãos em toda parte do mundo com a intenção de levar a palavra de Jesus Cristo utilizando as redes sociais digitais, em destaque o Facebook, com o objetivo de evangelização.

Para Avellar (2009):

Estas mensagens criam um modo próprio de ver e racionalizar a realidade, ao puxar lá de dentro do interior do homem, uma religiosidade e espiritualidade inconsciente que nunca desapareceu. Elas podem ser assimiladas, favorecendo uma nova compreensão do despertar religioso.

Em todo Brasil jovens evangélicos têm utilizado desta rede social digital, entre outras coisas, para postagens de mensagens bíblicas, palavras devocionais etc.

Em Tombos-MG entre os jovens evangélicos batistas não têm sido diferente. A utilização do Facebook para mandar mensagens de fé e trocas de testemunhos têm sido notório, principalmente, mensagens evangelizadoras e convites para cultos, com intuito de atrair aqueles que não fazem parte de seu meio cristão.

Diante dessa realidade, compreender uso ambiente do Facebook como instrumento de evangelização entre os jovens batistas de Tombos-MG com faixa etária entre 18 a 25 anos, analisando também, a percepção do líder (pastor) quanto ao uso destas tecnologias de comunicação, especificamente do Facebook, como instrumento de evangelização pelos jovens em destaque, torna-se fundamental para identificarmos novos meios de alcance e retenção de novos fieis.

4. Metodologia e análise dos resultados

Assim estudo se caracterizou por ser do tipo exploratório, cujo objetivo geral foi analisar o uso das redes sociais digitais, o Facebook, no processo de evangelização pelos jovens evangélicos de 18 a 25 anos da Igreja Batista na cidade de Tombos-MG. Como objetivo específico, o estudo procurou identificar entre os jovens evangélicos em destaque que utilizam os recursos tecnológicos das redes sociais digitais, Facebook, o nível de participação em questões religiosas, evangelismo. Analisar a percepção do líder evangélico quanto ao uso destas tecnologias de comunicação, o uso do ambiente do Facebook, como instrumento de evangelização pelos jovens batistas.

Foi realizada pesquisa bibliográfica a cerca das teorias que tratam desta importante temática.

Para aplicação do questionário, a amostra contou com 15 jovens, com perguntas que incluiu: idade, utilização da RSD com cunho religioso, se convidam amigos para cultos, a aceitação destes quanto ao convite, se houve uma frequência destes convidados aos cultos e eventual permanência. Utilizou-se um grupo no Facebook para uma observação sistemática. Concomitantemente, foi realizada entrevista indireta com o líder evangélico.

Alguns resultados observados demonstraram que de fato o ambiente do Facebook é utilizado como instrumento de evangelização por todos os jovens pesquisados, existiu relatos de que alguns amigos passaram a frequentar a igreja, influenciados por esta convivência e relacionamento, porém, nem todos permaneceram. E na entrevista com o líder evangélico, o resultado foi de aprovação quanto à utilização do Facebook pelos os jovens de sua igreja para fins de evangelização.

5. Considerações finais

A princípio, Internet, Ciberespaço, Cibercultura e Evangelização parecem ser coisas antagônicas, pois enquanto uma promove o encontro pessoal no real, a outra abre inúmeras possibilidades para o encontro pessoal-virtual no ciberespaço. Porém, o que observamos é que a juventude, atual e real, está constantemente em movimento quase que exclusivamente no mundo virtual, seja para fins de estudo, trabalho, se relacionando através de inúmeras comunidades virtuais, buscando e produzindo informações neste espaço. Por isso, nada mais que natural, encontrarem uma maneira de também se apoderarem dessa nova realidade, para fazer dela um lugar, um espaço para a evangelização.

O que também observou-se foi uma preocupação do líder evangélico, do pastor, quanto, a melhor maneira para que este uso, da rede social digital, fosse um uso maduro, “não como um substituto para o real” RANGEL (apud Levi, 1999, p. 88), mas como complemento e possibilidade de ampliação do real, pois querendo ou não, gostando ou não, o virtual já se fundiu ao real, construindo uma única realidade da qual participamos ativa ou passivamente.

As análises realizadas durante a produção deste artigo apontaram para a seguinte observação: o ambiente do facebook é um ótimo instrumento para o alcance de fieis, porém, há de realizar um trabalho junto aos jovens no sentido de envolvimento para posterior retenção dos fieis.

Referências

AVELLAR, Valter Luís. **Espiritualidade e Internet: Análise de uma experiência mística através do correio eletrônico**. Universidade Católica de Pernambuco. Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião. 2009.

BERGER, Peter Ludwig. **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo: Ed. Paulinas. 1985.

BOLSONI, Evandro Paulo. **Sociabilidade em Redes Digitais Sociais Segmentadas: A reconstrução da identidade virtual digital**. Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. Dissertação de Mestrado em Cognição e Linguagem. 2010.

BOURDIEU, P. **A economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1983.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora Unesp. 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v.1. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. *in* A era da informação: Economia, sociedade e cultura.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. v.2. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. *in* A era da informação: Economia, sociedade e cultura.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

FRANÇA MIRANDA, M. **Inculturação da Fé**, Edições Loyola, São Paulo, SP, 2001, p. 145.

GOULART, Denise Alessandra. **O espaço do jovem em meio ao crescimento evangélico**. Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura 28 a 30 de maio de 2008 Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

JUNGBLUT, Airton Luiz. **Nos chats do Senhor: um estudo antropológico sobre a presença evangélica no ciberespaço brasileiro**. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, Porto Alegre. 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O Que é o Virtual?**. Tradução de Paulo Neves. 7. ed. São Paulo: Editora 34, 2005.

MANUAL DE REDES SOCIAIS E TECNOLOGIAS, realização: Conectas – Direitos Humanos Universais e Friedrich Eberto Stiftung.

MATTOS, M.C; SOUZA, C.H.M; MANHÃES, F.C. **A Dromocracia Cibercultural nas Redes Sociais Digitais**. Revista Científica Internacional. ISSN: 1679-9844. Edição 21, volume 1, artigo nº 10, Abril/Junho 2012.

NOVAES, R. **Juventude, percepções e comportamentos: a religião faz a diferença**. In: ABRAMO, Helena. Wendel; BRANCO, Pedro Paulo. (Orgs.) Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

RANGEL, Alexandre Magalhães. **Cibercultura e Evangelização – sobre a ação pastoral no ciberespaço**. Rio de Janeiro, 2010, 36p. Departamento de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

TELLES, André. **Geração Digital**, Editora Landscape, São Paulo, Brasil, 2009.

TEPEDINO, Ana Maria. **Encontro com a Igreja de Jesus Cristo (Eclesiologia)**, Coleção Iniciação Teológica, Departamento de Teologia da PUC-Rio, RJ, 2006.

ONLINEPHD.ORG (2011). **How Facebook is Enriching the College Experience**. Acessado em: 18/10/2011 em: <http://onlinephd.org/fb-university/>

Artigo de revista eletrônica

SANTOS, R. E. dos e CARDOSO, J. B. (Org.). **Mutações da Cultura Midiática**, Ed.Paulinas, São Paulo, 2009.

Sobre a autora

Paula Alice Dodó Müller - Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF. Advogada. Possui graduação em Direito pela Faculdade Nova Iguaçu – UNIG.