

Análise da página ‘Freis Franciscanos’ com os dados divulgados do Facebook no Brasil

Lucas Carvalho da Silva¹, Moysés-Halley D’gilfa O. Maciel², Rômulo F. Pereira³

¹ Acadêmico de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Instituto Federal de Roraima (IFRR) – Boa Vista – RR – Brasil.

² Acadêmico de Bacharelado de Ciências da Computação, Universidade Federal de Roraima (UFRR). Especialista em Engenharia de Software. Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas – IFRR.

³ Especialista em Governança de Tecnologia da Informação. Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas – IFRR.

lucascarvalho_silva@hotmail.com, tzhalley@gmail.com,
romulo.ferreirap@hotmail.com

Abstract. *Appeared in 2004 the Facebook, considered the biggest social network in the world, not being different in Brazil. The Catholic Church has acted as evangelizing, encouraging young people in the way of virtual evangelization. The Province of St. Francis of Assisi in Brazil, belonging to the Order of Friars Minor, acts in the state of Rio Grande do Sul, and has up a Facebook page ‘Franciscan Friars’. that way, This research aims to examine the accompanying public page ‘Franciscan Friars’. For so, was used for qualitative and quantitative research. The research revealed what data should be converted to the ways of followers.*

Resumo. *Surgiu em 2004 o Facebook, considerada a maior rede social do mundo, não sendo diferente no Brasil. A Igreja Católica vem atuando como evangelizadora, incentivando os jovens no caminho da evangelização virtual. A Província São Francisco de Assis, pertencente à Ordem dos Frades Menores, atua no estado do Rio Grande do Sul, e conta com uma página no Facebook ‘Freis Franciscanos’. Desse modo, esta pesquisa tem como objetivo examinar o público que acompanha a página ‘Freis Franciscanos’. Para tanto, utilizou-se de pesquisa qualitativa e quantitativa. A pesquisa revelou quais dados devem ser convertido aos modos dos seguidores.*

INTRODUÇÃO

Com o avanço da informática, percebemos que a informação ocupa muito a vida das pessoas (NEGROPONTE, 1995). A grande rede, denominada internet, está cada dia mais acessível a novos dispositivos e a novos usuários. Desse modo, a internet socializa atualmente inúmeras relações, sejam de trabalho, acadêmicas e pessoais entre os dispositivos ou quaisquer indivíduos.

Desse percurso informacional, surgiram as redes sociais: uma “rede de relacionamento que permite que os usuários criem perfis e os utilizem para se conectar a outros usuários, compartilhar informações e se agrupar de acordo com interesses em comum” (INTERNET, 2012). Atualmente existem diversas opções com o intuito de criar e compartilhar conteúdo, podendo ser realizado através de blogs, sites, sites para associação e aplicativos dedicados a imagens e textos.

A popularidade das redes sociais, assim como qualquer atividade midiática que chega a tornar-se predominante no dia a dia e que, em si, possui inúmeras utilidades, desde lembrar do aniversário até a realização de uma reunião de negócio, tem se tornado cada vez mais transparente no cotidiano do brasileiro. Tal fator é compreendido ampla e facilmente quando percebemos a popularidade do Facebook, maior rede social do mundo (MARQUEZI, 2013).

Neste sentido foi criado em novembro de 2012 a página 'Freis Franciscanos' no Facebook, com o intuito de aproximar-se do público católico, devotos de São Francisco de Assis e ser instrumento de contato entre vocacionados e frades menores, além de ser uma forte ferramenta de divulgação para o anúncio do Evangelho, devido a facilidade de acesso à rede.

Dessa forma, o objetivo de realizar um estudo comparativo da página 'Freis Franciscanos' com os percentuais nacionais e mundiais, tendo como variáveis os horários de acesso, faixa etária do público e a participação do mesmo na página, fez-se necessário sendo sua importância social, religiosa, vocacional, congregacional e midiática.

Como resultado, o relacionamento do público que curte a página, revelou os horários de pico, que correspondem às 11h, 15h e 21h. Já no modo de acesso o uso de smartphone predomina, o que exige certa limitação nas publicações. O estudo revelou também que a maior parte do público possui idade entre 18 e 34 anos.

Desse modo, tornou-se benéfico para a instituição que administra e utiliza a página como meio de divulgação, conscientização, oração e partilha, que conforme os dados revelados pode planejar as postagens de acordo com o resultado obtido, e assim os seguidores que usufruem da página encontram estímulos para envolverem-se nas atividades que a página oferece.

FACEBOOK, A MAIOR REDE SOCIAL DO MUNDO

Criado em 2004, o Facebook não era um site de relacionamentos muito diferente dos outros, reunia amigos que trocavam mensagens, compartilhavam fotos e informações. Mas desde o primeiro dia a rede social de Mark Zuckerberg já causou impacto, devido à compulsão das pessoas pelo serviço, tornando-o em dez anos, a maior rede social do mundo, com 1,19 bilhão de usuários (POLINI, 2014).

No Brasil, um dado que corrobora essa afirmativa, a rede social mais acessada do país, é o fato de que a cada 10 brasileiros, 8,4 estão no Facebook, segundo pesquisa da agência Hello Reserarch com usuários de oito redes sociais, assim, as demais redes têm ocupado 16% dos internautas e, de acordo com o Ibope, 94, 2 milhões de brasileiros conectam-se à internet, e 58% desses frequentam o Facebook (MARQUEZI, 2013).

A referida rede social, revela ser um excelente ambiente de fonte de observação quanto ao comportamento, revelações, pontos positivos e críticas do ambiente e dos seguidores, assim como despertar reflexões para posteriores iniciativas tendo em vista os dados divulgados a respeito da rede.

A PRESENÇA DA IGREJA NA ERA CONECTADA

A Igreja como instituição vem aderindo a um novo modelo de evangelização, tornando-se acessível por diversos dispositivos, meios e redes sociais fazendo-se objeto de informação aos fiéis de todo o mundo.

No acesso às redes sociais e até mesmo aos sites e jornais de circulação nacional é possível, sem muito esforço, ter acesso, até mesmo indireto, à informações da Igreja Católica. De acordo com Rothman (2013) os seguidores de crença religiosa cresceram 60% nos últimos dez anos.

Segundo a autora Paula Rothman, a página ‘Jovens Católicos’ no Facebook possuía 14.000 seguidores em dezembro de 2013, já no mês de abril de 2014 a página contava com mais de 147.000 seguidores (CONNECTADOS, 2014), um avanço estrondoso em apenas quatro meses.

A Pastoral Juvenil Nacional, segundo sua coordenação, informa que tem o objetivo de “integrar as diferentes expressões que trabalham com a evangelização dos jovens, sejam elas as pastorais, movimentos, congregações ou novas comunidades, para que cada vez mais a Igreja conte com o protagonismo juvenil”² afirmam os responsáveis pelo site ‘JovensConectados.org.br’ e concluem relatando que a evangelização como trabalho representa um importante espaço de unidade (Conectados, 2014).

Mendonça (2013, p. 83) pesquisador do Programa de Religiosidade e Espiritualidade no Consumo e nas Empresas (Prece) afirma que “No universo católico, a figura mais importante é a do papa”, visto que o Pontífice tem conquistado multidões de fiéis com sua humildade e simplicidade no modo de agir e falar, além de sua passagem pelo Brasil durante a Jornada Mundial da Juventude 2013.

O bispo de Roma, Papa Francisco, em sua Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais, anunciou:

Não tenhais medo de vos fazerdes cidadãos do ambiente digital. É importante a atenção e a presença da Igreja no mundo da comunicação, para dialogar com o homem de hoje e levá-lo ao encontro com Cristo: uma Igreja companheira de estrada sabe pôr-se a caminho com todos. Neste contexto, a revolução nos meios de comunicação e de informação são um grande e apaixonante desafio que requer energias frescas e uma imaginação nova para transmitir aos outros a beleza de Deus (FRANCISCO, 2014)³.

Portanto, é altamente recomendável a presença da Igreja em diversos ambientes, sobressaindo os virtuais, onde encontram-se milhares de jovens a todo o momento, realizando a partilha, o testemunho e a vivência da Palavra de Deus.

A PROVÍNCIA SÃO FRANCISCO DE ASSIS COMO PÁGINA DE EVANGELIZAÇÃO NO FACEBOOK

A Província São Francisco de Assis, atuante no estado do Rio Grande do Sul, tem intensificado a sua forma de estar presente nos meios de comunicação em massa para chegar de forma clara e precisa às pessoas do mundo (PROVÍNCIA SÃO FRANCISCO DE ASSIS, 2014).

Instituída em 04 de outubro de 1976 como “Província São Francisco de Assis do Brasil”, a instituição está ligada à Ordem dos Frades Menores (OFM), onde possui atualmente 99 frades atuantes entre serviços missionários e em etapas de formação, à frente de 21 paróquias do estado do Rio Grande do Sul e com freis em missão em Boa

² Disponível em: < <http://www.jovensconectados.org.br/coordenacao-nacional-de-pastoral-juve-nil-diversidade-na-unidade>>.

³ Disponível em: <<http://papa.cancaonova.com/mensagem-do-papa-para-48o-dia-mundial-das-co-municacoes/>>.

Vista – RR, Petrópolis – RJ, Roma – Itália, e em Jerusalém – Israel (PROVÍNCIA SÃO FRANCISCO DE ASSIS, 2014).

Com isso buscou-se acompanhar o progresso da página ‘Freis Franciscanos’ no Facebook, desde sua criação em 08 de novembro de 2012 até o início de maio de 2014, tendo como prioridade o ano de 2014.

METODOLOGIA

A abordagem empregada neste estudo trata-se da quanti-qualitativa, onde Richardson (2010, p. 80) relata que “os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

Com isso, destaca-se também que através do método quantitativo é possível contribuir satisfatoriamente para o processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em um amplo nível de profundidade, a compreensão das particularidades do comportamento dos indivíduos, já que este método é próprio para técnicas estatísticas (GIL, 2010).

A pesquisa bibliográfica foi realizada com base em publicações como livros e revistas, além de toda gama de informação virtual disponibilizada na rede mundial de computadores. Para Gil (2010), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao pesquisador uma ampla cobertura de fenômenos do qual se pode pesquisar diretamente.

Dessa forma, os instrumentos de coleta de dados quanto ao Facebook foram revistas de circulação nacional oriundas de empresas especializadas, onde apresentaram os percentuais e suas interpretações, além de depoimentos de colaboradores e especialistas da área. Já quanto à análise dos dados, utilizou-se do acesso aos administradores da página ‘Freis Franciscanos’ para a coleta de dados, como: horário, faixa etária e formas de acesso.

Assim, nas interpretações foram obtidas descrições tanto quantitativas: dados estatísticos levantados através das referências bibliográficas e da página; quanto qualitativas: informações coletadas através de entrevista com o mentor da página ‘Freis Franciscanos’, realizada através de e-mail.

RESULTADO DA PESQUISA

Em entrevista via e-mail com o responsável pelas redes sociais da instituição, Frei Malone Rodrigues da Silva, com questionamentos voltados para a adesão às redes sociais, o entrevistado informou que:

na verdade não foi uma decisão da província, partiu mais de mim, de compreender que este ‘espaço’ se faz necessário evangelizar, ainda mais na província, não só pela resistência de freis idosos, mas por alguns jovens, nossa presença no Facebook não é bem vista – incoerente, pois estes mesmos jovens que não curtem, possuem perfil pessoal na rede. Mas é uma caminhada feita, que ganhou apoio devido às vocações (SILVA, 2014).

Já em relação às análises do mesmo quanto a este novo caminho de evangelização o frade mencionou que:

a instituição reagiu com bons olhos quando a página Freis Franciscanos apresentou retorno de vocacionados tanto para a si quanto para o país. O cunho das postagens sempre foi de divulgar o carisma com um foco

vocacional, com o passar do tempo maximizamos o foco, tendo em vista que a rede principalmente as sociais, são dinâmicas e se reformulam rapidamente (SILVA, 2014).

Percebe-se juntamente ao progresso de adesão a aceitação da instituição como instrumento além das vocações religiosas, despertando um relacionamento mais franciscano, modo de vida dos frades da instituição, como a obediência, castidade e pobreza, além de toda espiritualidade idealizada por São Francisco de Assis no cuidado com o próximo, aos animais e com a natureza.

Em um ramo em expansão na comunicação, o das redes sociais, as empresas e instituições em geral, tem buscado tornar cotidianamente maior o acesso dos usuários a seus serviços, dado esse totalmente claro, onde o usuário brasileiro tem mudado seus hábitos no acesso à web, como mostra a pesquisa da Mobile Marketing Association (INFO, 2013) nas tabelas 1 e 2 a seguir:

Observa-se que 25% dos brasileiros usam aparelho celular como principal meio de acesso à internet e quando a categoria por idade é filtrada, os dados são conforme a tabela 1 (INFO, 2013).

Tabela 9. Percentual do uso de celulares por faixa etária no Brasil.

De 10 a 17 anos	17%
De 18 a 24 anos	27%
De 25 a 34 anos	28%
De 35 a 49 anos	17%
Mais de 50 anos	11%

Já quanto ao momento de utilização dos celulares pelos usuários, a mesma pesquisa revelou, conforme tabelas 2, que:

Tabela 2. Momento em que os usuários utilizam os celulares para acessar a internet.

Logo após acordar	36%
Vendo TV	24%
No banheiro	21%
Durante as refeições	16%
Antes de dormir	47%

Quanto aos dados revelados sobre o Facebook no Brasil, Pedro Ivo, da agência digital Riot afirma que “o Facebook se tornou uma identidade social na internet.” (IVO, 2014, p. 66), e o diretor do Facebook no Brasil, Tristão (2014, p. 66) revela que: “Hoje o desafio recai sobre a necessidade de oferecer a melhor experiência possível em uma infinidade de aparelhos que se proliferam tão rapidamente que é difícil até quantificar.

A próxima grande onda de usuários da internet virá de plataformas móveis, e no Facebook não será diferente.” afirma o diretor.

Após a criação da página Freis Franciscanos (www.facebook.com/freisrs), em novembro de 2012 até o início de maio do ano corrente, a página contou com mais de 9.000 seguidores, conquistados com publicações diárias, momentos de interação entre público e carisma franciscano. Concentrando a análise no gênero predominante de seguidores, apresenta-se a figura 1:

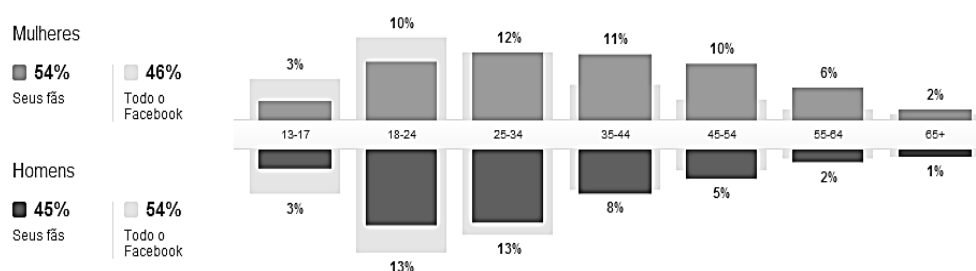


Figura 1. Percentual de gênero masculino e feminino, de faixas etárias dos seguidores da página Freis Franciscanos, no Facebook.

Percebe-se que há inversão quanto ao percentual de gêneros predominantes no Facebook e na página Freis Franciscanos, onde as mulheres representam 54%, tendo destaque a faixa etária de 25 a 34 anos, seguido de 35 a 44 anos representando 11%. Já quanto ao gênero masculino, com 45% de fãs, as faixas etárias em destaque representam 13% e 8% respectivamente e ambos os gêneros representam o percentual de 3% quanto à faixa etária de 13 a 17 anos.

Já em relação aos horários mais acessados pelos seguidores da página, sem qualquer diferença de gênero, faixa etária, modo de acesso, localização, idade entre outras, verifica-se na figura 2, a seguir:

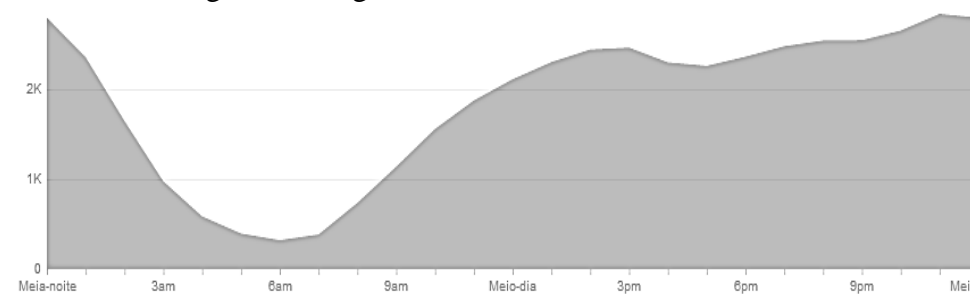


Figura 2. Horários acessados pelos seguidores do 'Freis Franciscanos' no Facebook.

Através da figura 2, conclui-se que não há distinções entre os dados nacionais Info (2013), que afirma os horários no qual os usuários acessam a internet, antes de dormir, e após acordar, correspondem satisfatoriamente para possíveis publicações na página.

Dessa forma, percebe-se que o acesso é elevado após às 07h. No turno vespertino os horários predominantes de acesso giram em torno das 14h, mostrando níveis elevados após as 19h findando no horário de pico, às 23h.

Assim, é recomendável analisar os horários das publicações da página, em destaque os horários onde os índices estão altos, o que representa um número maior de usuários na rede social e o que torna mais ampla a abrangência das curtidas,

comentários, compartilhamento dos usuários, tendo como consequência maior abrangência do carisma franciscano por parte dos seguidores e amigos que visualizarão suas ações no Facebook, sendo os horários das 07h, 11h, 15h e das 22h compatíveis com o quantitativo de acesso do público, visto que giram em torno dos horários de pico ou crescentes nos turnos.

Corroborando com este estudo, vê-se na figura 3 a origem das curtidas na página. De acordo com a figura 3, observa-se que quando se trata de “curtidas”, as publicações originárias da página são as menores, sendo superadas pelas “sugestões de página”, por “suas publicações”, em seguida por “curtidas” originárias de celular. Com isso, concorda-se com Brasil (2014) onde os usuários passam a utilizar as redes sociais em smartphones e buscam ter dispositivos de tecnologia e fácil manuseio às mãos para acessar as redes sociais.

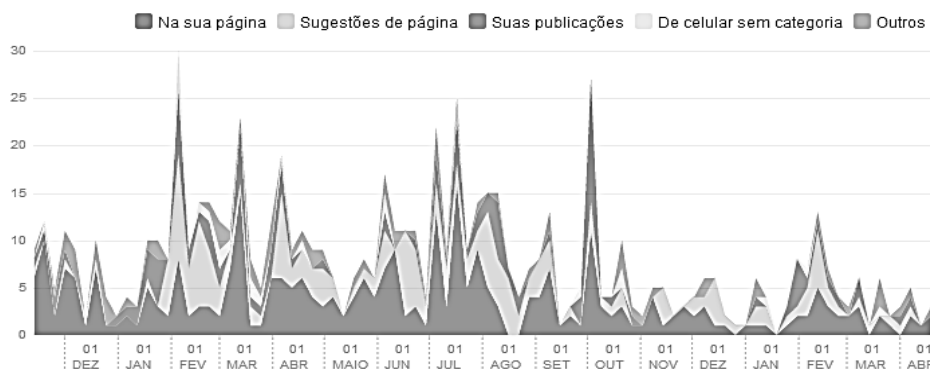


Figura 3. Número de vezes que a página ‘Freis Franciscanos’ foi curtida e origem das mesmas

Assim, percebe-se que os amigos dos seguidores da página curtem as publicações ou compartilham do material da mesma, e há um grande interesse por parte de quem acessa a página em convidar seus amigos do Facebook para curtirem, fator positivo para o objetivo que a página contém para a Província. Se destaca, conforme a figura 3, o uso dos smartphones e celulares para curtir os conteúdos existentes na página. Assim, deve-se aprofundar em publicações que sejam compatíveis com a maioria dos celulares, com fontes grandes e pouca escrita, sendo realçado imagens e cores de fácil definição.

CONCLUSÃO

A Igreja Católica reconhece as redes sociais e suas ramificações como ferramentas auxiliares para a Evangelização, em um mundo onde os valores humanos devem ser anunciados a todos de forma pacífica e com a maior proximidade possível levando à Palavra de Deus e os projetos da Boa-Nova adiante.

A Província São Francisco de Assis do Brasil tem atingindo a bons passos a realização do anúncio do carisma de São Francisco de Assis, além de acolher de bom grado os usuários que desejam conhecer e experimentar a vida religiosa franciscana.

Diante do objetivo elaborado, percebe-se que a página Freis Franciscanos oscila conforme o mercado nacional, nas variáveis destacadas, seguindo o caminho das redes sociais.

Portanto, este estudo tornou evidente a necessidade de apresentar os conteúdos em horários específicos de pico, tendo em vista o acesso do público em prol de acompanhar os trabalhos postados pela página Freis Franciscanos e assim obter maior número de visualizações e adeptos ao carisma franciscano no Brasil e no mundo, atingindo como consequências a expansão da página na rede social e o anúncio da Palavra por meio dela.

REFERÊNCIAS

- BRASIL, Marcus Vinícius. Invasões Bárbaras. Info, São Paulo, 338 ed., p. 63-66, fev. 2014.
- CONECTADOS, Jovens. Coordenação da Pastoral Juvenil Nacional: diversidade na unidade. Disponível em: <<http://www.jovensconectados.org.br/coordenacao-nacional-de-pastoral-juvenil-diversidade-na-unidade>>. Acesso em: 26 de abril de 2014.
- _____. Jovens Conectados. Disponível em: <www.facebook.com/jovensconectados>. Acessado em: 02 de maio de 2014.
- FRANCISCANOS, Freis. Ver informações. Disponível em: <<https://www.facebook.com/freisrs>>. Acesso em: 03 de maio de 2014.
- FRANCISCO, Papa. Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Disponível em: <<http://papa.cancaonova.com/mensagem-do-papa-para-48o-dia-mundial-das-comunicacoes/>>. Acesso em: 20 de abril de 2014.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- INFO. A forte presença do smartphone. São Paulo, 336 ed., p. 32, dez. 2013.
- INTERNET, Cartilha de Segurança para Internet. CERT.br, v. 4.0. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012.
- IVO, Pedro. Invasões Bárbaras. Info, São Paulo, 338 ed., p. 54-61, fev. 2014.
- MARQUEZI, Dagomir. O Facebook já cansou. Info, São Paulo, 326 ed., p.38, fev. 2013.
- MENDONÇA, Andrey. Jesus Salva e Compartilha. Info, São Paulo, 336 ed., p. 80-85, dez. 2013.
- NEGROPONTE, Nicholas. A vida digital. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- POLINI, Gustavo. Uma década de curtição. Info, São Paulo, 338 ed., p. 54-61, fev. 2014.
- PROVÍNCIA SÃO FRANCISCO DE ASSIS. Conspecto 2014. Porto Alegre: 2014.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ROTHMAN, Paula. Jesus Salva e Compartilha. São Paulo, 336 ed., p. 80-85, dez. 2013.
- SILVA, Frei Malone Rodrigues da. Mensagem recebida por <romulo.ferreirap@hotmail.com> em 30 de abril de 2014.
- TRISTÃO, Leonardo. Invasões Bárbaras. Info, São Paulo, 338 ed., p. 54-61, fev. 2014.