

SENAC

Adriano Calsone

#FEBNOFB

FEDERAÇÃO ESPÍRITA BRASILEIRA NO FACEBOOK

SÃO PAULO

2014

Adriano Calsone

#FEBNOFB

Federação Espírita Brasileira no Facebook

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário SENAC – Campus Lapa Scipião, como exigência parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais.

Orientadora Profa. Ms. Karina Ninni Ramos

SÃO PAULO

2014

C141f Calsone, Adriano

#FEBNOFB - Federação Espírita Brasileira no Facebook /
Adriano Calsone – São Paulo, 2014.

145 f.: il. color.: 23 cm

Orientadora: Prof^a. Ms. Karina Ninni Ramos.
Trabalho de Conclusão de Curso (Gestão da
Comunicação em Mídias Digitais) – Centro Universitário
Senac – Unidade Lapa Scipião, São Paulo 2014.

1. Redes Sociais Digitais 2. Facebook
3. Federação Espírita Brasileira
4. Espiritismo I. Calsone, Adriano(autor)
II. Ramos, Karina Ninni(orient.) III. Título

CDD 302.23

Adriano Calsone

#FEBNOFB – Federação Espírita Brasileira no Facebook

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário SENAC – Campus Lapa Scipião, como exigência parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais.

Orientadora Prof^a. Ms. Karina Ninni Ramos

A banca examinadora dos Trabalhos de Conclusão, em sessão pública realizada em ___/___/___ ; considerou o candidato:

1) Examinador(a):

2) Examinador(a):

3) Presidente:

AGRADECIMENTOS

À Professora Karina Ninni, pela atenção e paciência nas orientações.

À Mayara Paz Costa, pelo fornecimento das respostas aos questionamentos formulados sobre a fanpage da FEB.

Aos espíritas que foram contatados na fanpage da FEB, e que me forneceram suas respostas na Enquete.

À esposa Vanessa Lima, pelos incentivos e colaborações neste trabalho.

[...] “Penso que se Allan Kardec estivesse reencarnado, nestes dias, utilizar-se-ia da internet com a mesma nobreza com que recorreu à imprensa do seu tempo na divulgação e defesa do Espiritismo...”

Trecho da entrevista de Divaldo Pereira Franco concedida à Revista *O Consolador* - Ano 1 - nº 51 - 13.04.2008

[...] “Estudemos Allan Kardec, ao clarão da mensagem de Jesus Cristo, e, seja no exemplo ou na atitude, na ação ou na palavra, recordemos que o Espiritismo nos solicita uma espécie permanente de caridade – a caridade da sua própria divulgação.” (XAVIER; VIEIRA, 1965, p.40)

“Foi através da FEB que conheci Allan Kardec e a codificação. Um novo mundo se abriu. Nasci de novo, sem medo, sem superstições e com muita confiança em Deus. Agradeço a Deus, ao Codificador e à FEB. Ainda tenho uma longa caminhada até a eternidade...”

Comentários de um usuário na fanpage, em 13.07.2014.

RESUMO

Este trabalho busca analisar de que maneira os mantenedores de instituições espíritas brasileiras utilizam-se da rede social digital Facebook para produzir ou compartilhar conteúdo espírita. De forma mais específica, procurou-se compreender como a fanpage da FEB – Federação Espírita Brasileira – apresenta as suas práticas editoriais e gestão de conteúdos, e qual o impacto que esse posicionamento digital causa em seus usuários.

Como cada vez mais os espíritas estão utilizando as redes sociais digitais como meio de comunicação, informação e relacionamento, as instituições espíritas passaram a adotar critérios profissionais quanto à gestão de seus conteúdos digitais nessas redes, embora ainda se constate ações comunicacionais muito tímidas e controvérsias nesse sentido, posicionamentos esses que acabam, muitas vezes, distorcendo a reputação digital de uma organização.

Após a observação e análise de como o conteúdo da FEB é gerado em sua fanpage – e como as pessoas interagem com ele –, foi possível chegar a um conjunto de conclusões sobre a dimensão e a importância do Facebook como ferramenta de divulgação e reputação de marcas, especificamente quando falamos de instituições espíritas.

Por fim, esta pesquisa poderá contribuir para a apresentação e sugestão de um modelo de técnicas profissionais digitais à Comunicação Social Espírita¹, tendo como referência o nosso estudo sobre a fanpage da FEB.

Palavras-chave: 1. Redes sociais digitais 2. Facebook 3. Federação Espírita Brasileira 4. Espiritismo

¹ O conceito sobre “Comunicação Social Espírita” foi criado em Goiânia, em meados da década de 1980, dentro da Federação Espírita do Estado de Goiás. De acordo com as informações do site, “a noção de comunicação social espírita veio, em um primeiro momento, alavancar a ideia de ‘divulgação doutrinária’, alterando a concepção restrita em que esta se mantinha”. Disponível em: <<http://www.ipepe.com.br/social.html>>. Acesso em: 19 set. 2014

ABSTRACT

This work aims to analyze how the maintainers of Brazilian spiritist institutions are used in digital social network Facebook to produce or share spiritualist content. More specifically, we sought to understand how fanpage FEB – Federação Espírita Brasileira (Brazilian Spiritist Federation) presents its editorial practices and content management, and what impact this question in their positioning digital users.

As more spiritualists are using online social networks as a means of communication, information and relationship, spiritualistic institutions have adopted professional standards regarding the management of their digital content in these networks, although it is found very shy and communication actions controversies that sense, these placements that end , often distorting the digital reputation of an organization.

After watching the way the contents of FEB is generated on your fanpage, and how people and media-users spiritualists interact with it, it was possible to reach a number of conclusions about the size and importance of Facebook as a tool for dissemination and reputation brands, specifically when it comes to spiritualists institutions.

Finally, this research may contribute to the presentation and suggested a model of the Digital Media Professional Spiritualist techniques, with reference to our study on the fanpage of FEB.

Keywords: 1. Redes sociais digitais 2. Facebook 3. Federação Espírita Brasileira
4. Espiritismo

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fanpage da FEB	15
Figura 2 - Fanpage da FEB – 600 mil curtidas alcançadas em 29.08.2014	48
Figura 3 - Fanpage da FEB – Facebook comemora 10 anos	49
Figura 4 - Site UOL – Matéria sobre queda de avião na Ucrânia	58
Figura 5 - Fanpage da FEB – <i>Post</i> do dia 18.07.2014	59
Figura 6 - Fanpage da FEB – <i>Post</i> do dia 21.07.2014	60
Figura 7 - Facebook – Ferramenta <i>Enquetes</i>	61
Figura 8 - Fanpage da FEB – Botão “Avaliações”	69
Figura 9 - Fanpage da FEB - 500 mil curtidas	70
Figura 10 - Fanpage da FEB – Manifesto contra a legalização da maconha	76
Figura 11 - Fanpage da FEB – Exemplo de postagem com mensagem espírita	80
Figura 12 - Fanpage da FEB – Comentário sobre postagem com mensagem espírita – A	81
Figura 13 - Fanpage da FEB – Comentário sobre postagem com mensagem espírita – B	83
Figura 14 - Fanpage da FEB – Desencarne de Paulo Goulart	86
Figura 15 - Fanpage da FEB – Efeméride sobre nascimento de Bezerra de Menezes	88
Figura 16 - Fanpage da FEB – Postagem sobre desencarne de Eduardo Campos – A	90
Figura 17 - Fanpage da FEB – Botão “Curtidas”	91
Figura 18 - Fanpage da FEB – Comentário sobre “união entre os espíritas”- A	92
Figura 19 - Fanpage da FEB – Comentário sobre “união entre os espíritas”- B	93
Figura 20 - Fanpage da FEB – Postagem sobre desencarne de Eduardo Campos- B	96
Figura 21 - Fanpage da FEB – Comentário de agradecimento	98
Figura 22 - Fanpage da FEB – “Promoção do mês”	99
Figura 23 - Fanpage da FEB – Propaganda anônima em postagem	101
Figura 24- Fanpage da FEB – postagem sobre a FEBrádio	104
Figura 25 - Fanpage da FEB – Postagem com mensagem espírita	106
Figura 26 - Fanpage da FEB – Usuário esclarecendo usuário – A	107

Figura 27 - Fanpage da FEB – Usuário esclarecendo usuário – B	108
Figura 28 - Fanpage da FEB – Postagem sobre pedido de ajuda.....	108
Figura 29 - Fanpage da FEB – Postagem sobre pedido de orações.....	110
Figura 30 - Montagem sobre a montagem de Jennifer Daniel – Revista <i>Wired</i>	113
Figura 31 - Mensagem de alerta do Facebook.....	114
Figura 32 - Postagens da FEB na linha do tempo de Adriano Calsone – A	115
Figura 33 - Postagens da FEB na linha do tempo de Adriano Calsone – B	116
Figura 34 - Facebook – Ferramenta <i>Enquetes</i> – sugestões dos participantes da Enquete.....	142
Figura 35 - Site da FEB – Documento sobre o Manifesto contra a legalização da maconha.....	143
Figura 36 - Site UOL – Matéria jornalística sobre queda de avião na Ucrânia	145
Figura 37 - Matéria jornalística na <i>Folha de S.Paulo</i> – Experimento sobre curtidas no Facebook	146
Gráfico 1 - Quantidade de fãs/curtidas nas Fanpages das Federativas dos Estados (dados observados em 11.09.2014).....	51
Gráfico 2 - Número de fãs na fanpage da FEB: medido num período de 6 meses (de 12.03 a 12.09.2014).....	53
Gráfico 3 - Curtidas (por dia) na fanpage da FEB – mês de julho de 2014	55
Gráfico 4 - Publicações, comentários e curtidas – mês de julho de 2014	56
Gráfico 5 - Publicações, comentários, curtidas e taxa de engajamento – mês de julho de 2014	57
Gráfico 6 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – Você se considera espírita?.....	62
Gráfico 7 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 1	63
Gráfico 8 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 2	64
Gráfico 9 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 3	65
Gráfico 10 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 4.....	66
Gráfico 11 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 5.....	68
Gráfico 12 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 6.....	71
Gráfico 13 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 7.....	72
Gráfico 14 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 8.....	73
Gráfico 15 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 9.....	74

Gráfico 16 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 10.....	75
Gráfico 17 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 11.....	77
Gráfico 18 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 12.....	79
Gráfico 19 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 13.....	82
Gráfico 20 - Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 14.....	83
Gráfico 21 - Enquete com participantes da fanpage – importância de fanpages no Facebook.....	84

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FB	Facebook
FEB	Federação Espírita Brasileira
FEESP	Federação Espírita do Estado de São Paulo
MEB	Movimento Espírita Brasileiro
MEM	Movimento Espírita Mundial
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SPEE	Sociedade Parisiense de Estudos Espíritas
R.E	Revista Espírita

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 OBJETIVOS	17
3 JUSTIFICATIVA	18
4 PROBLEMAS	20
5 METODOLOGIA	21
6 HIPÓTESES	23
7 QUADRO REFERENCIAL TEÓRICO	24
7.1. Espiritismo e Allan Kardec	24
7.2. Breve histórico da Comunicação Social Espírita: dos tempos de Kardec aos dias de hoje	27
7.2.1. Comunicação Social Espírita no século 20	35
7.3. Identidade digital e reputação organizacional	37
7.4. As mídias sociais digitais	41
8 DESENVOLVIMENTO	43
8.1. Doutrina Espírita e as redes sociais digitais	43
8.2. Facebook e a união solidária espírita	45
8.3. Federação Espírita Brasileira no Facebook	48
8.4. Resultados	53
8.4.1. Medição do número de fãs da fanpage	53
8.4.2. Postagens de julho de 2014	54
8.4.3. Enquete com participantes da fanpage	61
8.4.4. Postagens mais acessadas na fanpage	85
8.4.5. Usuário-mídia espírita e a Rede de Solidariedade	92
8.4.5.1 Qualidade dos textos de consolo	93
8.4.5.2. Qualidade dos textos de agradecimento	97
8.4.5.3. Qualidade dos textos com participação da equipe mantenedora da fanpage	98
8.4.5.4. Qualidade dos textos de usuário esclarecendo usuário	105

8.4.5.5. Qualidade dos textos com pedidos de ajuda e orações	108
8.4.6. Experimento sobre curtidas na fanpage	111
8.4.6.1. Conclusões do experimento	116
CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
BIBLIOGRAFIA	123
APÊNDICES	126
ANEXOS	134

1. INTRODUÇÃO

Este estudo de caso foi proposto ao constatarmos que os usuários de redes sociais digitais demonstravam grande interesse em participar de fanpages² espíritas.

Isso nos levou a investigar a fanpage da Federação Espírita Brasileira, considerada a maior Instituição espírita do mundo, de acordo com a literatura espírita dos dias de hoje.

Chamada de *Casa-Máter do Espiritismo*, a FEB é a principal referência do MEB – Movimento Espírita Brasileiro, e também do Mundial, segundo seus seguidores espíritas.

Figura 1: Fanpage da FEB



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Dentre outras abrangências, este estudo permitiu compreender como os espíritas tornaram-se os protagonistas na interação com a fanpage da FEB. Para isso, realizamos uma análise da qualidade de seus comentários nas postagens desta Instituição, possibilitando observar que o engajamento³ dos espíritas na fanpage influencia diretamente a reputação da marca FEB.

² Fanpage ou página de fãs é uma página específica dentro do Facebook direcionada para empresas, associações e/ou instituições com ou sem fins lucrativos, além de marcas e produtos. Disponível em: <<http://bit.ly/1rnIjVg>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

³ Entende-se por “engajamento” os meios de interações e diálogos dos usuários com a fanpage da FEB no Facebook.

O estudo constatou ainda que esta Instituição religiosa não subestima o poder de penetração das mídias sociais digitais enquanto veículos imprescindíveis à comunicação social contemporânea. Por meio de uma entrevista que nos fora concedida por Mayara Paz Costa⁴, Gerente de Comunicação e Marketing da FEB, conhecemos as estratégias de comunicação digital adotadas na página, o que pensa a Instituição sobre o crescimento de seu perfil no Facebook, e como ela compreende a participação/circulação dos espíritas pela sua Fanpage.

Dessa maneira, este estudo de caso tenta explicar como, na era da mídiatização dos indivíduos, os espíritas assumiram o papel central de usuários avançados na Fanpage da FEB, já que são ativos produtores e compartilhadores de conteúdo espírita nesse ambiente digital, que se tornou dinâmico e colaborativo pela iniciativa e influência deles. O resultado de nossas pesquisas indicou que eles se comprometem uns com os outros na produção de conteúdos intercambiáveis, ocupando (por conta própria) posições como consumidores ou produtores.

⁴ No fim de agosto de 2014, encaminhamos 33 perguntas à equipe de comunicação da FEB, a fim de investigar particularidades da Fanpage desta Instituição. Deixamos aqui registrado novamente nossa gratidão à Mayara Paz Costa, principalmente pela atenção e rapidez nas respostas dos questionamentos.

2. OBJETIVOS

GERAL:

Analisar as ações de comunicação e gestão de conteúdo da fanpage da FEB, para conhecer o posicionamento digital desta Instituição.

ESPECÍFICOS:

- 1-** Identificar as práticas comunicacionais que contribuem para o crescimento do engajamento de uma instituição espírita nas redes sociais digitais, tendo como referência a fanpage da FEB – Federação Espírita Brasileira;

- 2-** Identificar, classificar e discutir os formatos de divulgação e gestão de conteúdo adotados na fanpage da FEB, a fim de propor sugestões de boas práticas digitais à Comunicação Social Espírita no Facebook;

- 3-** Constatar, na fanpage da FEB, a existência (ou não) de usuários-mídia espíritas⁵.

⁵ Em seus estudos, a autora Carolina Frazon Terra utiliza o termo “usuário-mídia”. Em referência direta, utilizaremos a expressão “usuário-mídia espírita”.

3. JUSTIFICATIVA

Diante de um cenário em que pouco ou quase nada é proposto para analisar como as instituições religiosas – especificamente as espíritas – estão se posicionando nas mídias sociais digitais, esta pesquisa poderá contribuir para a apresentação e sugestão de um modelo de técnicas profissionais digitais à Comunicação Social Espírita, especificamente na rede social Facebook.

Por meio deste estudo de caso empírico, acredita-se na possibilidade de se compreender como os usuários da fanpage da FEB interagem com esse perfil⁶, o que proporcionará um entendimento sobre as relações interpessoais no meio espírita digital, especificamente na rede social Facebook.

A pesquisa poderá auxiliar a equipe de comunicação da FEB no sentido de apontar sugestões de melhoria, especialmente sobre a dinâmica das postagens na fanpage e outras possibilidades de interação com seus usuários.

Considerando o interesse dos internautas em participar das instituições espíritas com perfis no Facebook, este trabalho pode colaborar para a abertura de discussões sobre a necessidade da atuação profissional de gestores de mídias digitais em fanpages espíritas.

Acredita-se ainda que este estudo seja relevante no sentido de auxiliar outros profissionais que já atuam e/ou que pretendem trabalhar com as mídias sociais digitais no meio espírita, em especial com fanpages no Facebook.

E pelo fato do Brasil ser considerado o maior país espírita do mundo, torna-se imprescindível sabermos como uma instituição espírita, como é o caso da FEB, publica seu conteúdo nas redes sociais digitais. De acordo com o site da FEB

o Brasil não é apenas o maior país católico do mundo. É também a nação com maior número de espíritas, cerca de 20 milhões de pessoas, segundo os números oficiais. E, agora, tornou-se também o principal polo difusor da religião fundada e sistematizada pelo francês Allan Kardec. (MENDONÇA, 2009, p.1)

⁶ Conforme define o Facebook, um perfil é o conjunto de fotos, histórias e experiências que contam a história de alguém ou de uma empresa nessa rede social.

De acordo com os dados do censo IBGE/2000, o Espiritismo tinha 2.262.401 adeptos em todo o País, o que representava 1,33% da população brasileira. No mesmo ano 2000, a Federação Espírita Brasileira⁷ informou que o número estimado de espíritas brasileiros era de 8 milhões de adeptos e 30 milhões de simpatizantes.

De acordo com o censo IBGE/2010, havia 3,8 milhões de espíritas no Brasil. Atualmente, acredita-se que a Doutrina Espírita tenha 13 milhões de seguidores espalhados pelo mundo.

Os espíritas brasileiros têm ainda os melhores indicadores socioeducacionais dentre os seguidores de todas as religiões praticadas no País – 31,5% deles têm nível superior completo, segundo o IBGE.

Entre 2000 e 2010, os espiritistas⁸ saltaram de 1,3% da população (2,3 milhões) para 2% (3,8 milhões).

Observa-se hoje a boa imagem do Espiritismo no Brasil e no mundo, principalmente por influência do cinema. Em 2010, o filme *Chico Xavier*, cinebiografia sobre um médium⁹ brasileiro chamado Francisco Cândido Xavier¹⁰, alcançou 3,4 milhões de espectadores. *Nosso Lar*, outra película de temática espírita baseada em uma das obras psicografadas pelo mesmo autor, circulou no mesmo ano e chegou a 4 milhões¹¹.

⁷ Dados informados pelo FEB à Revista *VEJA*, de 26.07.2000, edição 1659.

⁸ Tanto o termo “espírita” como “espiritista” são recorrentes no Espiritismo, e podem ser considerados sinônimos.

⁹ O médium é o intermediário entre os homens e os espíritos. Neste estudo de caso, consideramos “médium”, os espiritistas que seguem a Doutrina Espírita codificada por Allan Kardec. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Mediunidade>>. Acesso em: 10 out. 2014.

¹⁰ Também conhecido por Chico Xavier (1910-2002). Foi um médium, filantropo e um dos mais importantes divulgadores do Espiritismo no País e no mundo. Psicografou mais de 450 livros, sendo o escritor espírita brasileiro de maior sucesso editorial da história. Porém, sempre cedeu os direitos autorais dos livros, em cartório, para instituições de caridade. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Chico_Xavier>. Acesso em: 13 out. 2014.

¹¹ Dados observados na Revista *Aventuras na História*, de julho de 2014, edição 132.

4. PROBLEMAS

Diante do pouco conhecimento profissional e da falta de intimidade técnica por parte dos espíritas, principalmente sobre as práticas editoriais e gestão de conteúdo no ambiente virtual – realidades que podem ocasionar a subutilização das mídias sociais digitais na divulgação das instituições espíritas –, formulamos os seguintes questionamentos:

- De acordo com observações e análises do grande número de curtidas na fanpage da FEB, o que pode ter levado, ou o que explica esse “fenômeno” de engajamento observado no perfil?
- Qual o tipo e a especificidade, o conteúdo e a estratégia de uma postagem promovida pela equipe FEB, capaz de gerar esse engajamento observado?

5. METODOLOGIA

Considerando a natureza, o problema e os objetivos, este estudo de caso contará com uma metodologia que une abordagem qualitativa por meio de pesquisa bibliográfica primária e secundária, exploratória e de campo (em rede social digital), incluindo a sistematização e análise de *posts*, compartilhamentos e comentários coletados da fanpage da FEB.

Será analisada, por meio da categorização de conteúdo postado, a fanpage da FEB no período de 14 de março a 31 de julho de 2014. Os critérios utilizados para isso são:

- **Teor das postagens;**
- **Quantidades de curtidas;**
- **Comentários;**
- **Compartilhamentos;**
- **Qualidade das interações entre os usuários-mídia e a fanpage desta instituição religiosa.**

Entende-se por “qualidade das interações” as seguintes categorias:

- **Qualidade dos textos de consolo:** quando usuários expressam emotividades, diante de postagens da fanpage sobre tragédias e/ou morte de personalidades famosas;

Objetivo: analisar o quanto essas expressões de emotividade podem influenciar outros usuários-mídia participantes da fanpage.

- **Qualidade dos textos de agradecimento:** quando usuários expressam gratidão por uma graça espiritual alcançada;

Objetivo: analisar o quanto as expressões de gratidão podem sensibilizar outros usuários-mídia participantes da fanpage.

- **Qualidade dos textos com participação da FEB:** quando usuários direcionam dúvidas à equipe mantenedora da fanpage, e a equipe, por sua vez, esclarece esses usuários;

Objetivo: analisar a frequência e o tipo de interação da instituição com os usuários-mídia, e se o teor das respostas satisfaz (ou não) àqueles que a questionam.

- **Qualidade dos textos de usuário esclarecendo usuário:** quando usuários tomam a vez da equipe FEB e passar a esclarecer, por conta própria, dúvidas de outros usuários-mídia;

Objetivo: analisar a resposta e o nível de influência de um usuário diante de outro com dúvidas.

- **Qualidade dos textos com pedidos de ajuda e orações:** quando usuários expressam apoio a outros usuários, com apelo divino e espiritual.

Objetivo: analisar o quanto essas expressões de auxílio podem influenciar outros participantes da fanpage.

A escolha desses critérios e categorias acima se deu em função de pesquisas bibliográficas sobre as mídias sociais digitais, além da observação dos tipos de comentários encontrados nas postagens da fanpage da FEB.

Utilizaremos ainda, para este estudo de caso, uma Enquete com a participação de 40 usuários da fanpage. O objetivo de sua aplicação foi o de descobrir o perfil desses participantes, a opinião deles sobre a fanpage da FEB, suas formas de interação, e se podem ser considerados (ou não) usuários-mídia espíritas.

6. HIPÓTESES

- Acredita-se que a Fanpage da FEB se posiciona de acordo com as referências de práticas editoriais e gestão de conteúdo, específicas para as mídias sociais digitais. Assim, achamos que ela comunica e divulga a sua Instituição espírita física, no caso, a Federação Espírita Brasileira, também conhecida como *Casa-Mãter do Espiritismo*.
- Pode haver, na Fanpage da FEB, a presença de usuários-mídia espíritas – participantes *heavy users*¹² – os que “produzem, compartilham e disseminam conteúdos próprios e de seus pares”. (TERRA, 2011, p.68)
Por conta dessa hipótese, acredita-se ainda que esses usuários-mídia espíritas interagem com a Fanpage da FEB por meio dos seguintes níveis:

1. Os que se contentam em consumir conteúdo e replicá-los;
2. Os que apenas participam com seus comentários respondendo comentários de terceiros;
3. E os que de fato produzem conteúdo com intensidade.

¹² De forma geral, *heavy users* são internautas que utilizam com muita frequência um determinado produto ou serviço no ambiente digital. É também um conceito amplamente difundido por Terra para explicar o que é o usuário-mídia.

7. QUADRO REFERENCIAL TEÓRICO

7.1. Espiritismo e Allan Kardec

De acordo com a literatura espírita, o Espiritismo¹³ é uma filosofia com bases científicas e consequências religiosas, que surgiu na França a partir da segunda metade do século 19.

Tudo começou no fim da década de 1840, na pequena aldeia de Hydesville, estado de Nova York, quando manifestações de efeitos físicos, ditos invisíveis, tomaram conta da humilde residência das adolescentes Margaret, Kate e Leah, moças que ficariam conhecidas posteriormente por Irmãs Fox – as fundadoras do Espiritualismo Moderno na América do Norte.

Não tardou para que tais manifestações cruzassem o oceano Atlântico e chegassem à Europa, tornando-se atração em várias cidades, especialmente nas rodas sociais e nos saraus parisienses, onde burgueses se divertiam com as misteriosas “mesas-girantes”¹⁴.

Em maio de 1855, na casa de Madame De Plainemaison, à *rue Grange Batelière*, nº 18, às 20 horas de uma terça-feira, um pedagogo francês chamado Hippolyte-Leon Denizard Rivail (1804-1869), e sua esposa Amélie-Gabrielle Boudet (1795-1883), assistiriam pela primeira vez aos fenômenos das tais mesas-girantes que, conforme relatos, giravam, saltavam e corriam, em condições tais que não deixavam lugar para qualquer dúvida.

Entrevi, naquelas aparentes futilidades, no passatempo que faziam daqueles fenômenos, qualquer coisa de sério, como que a revelação de uma nova lei, que tomei a mim investigar a fundo. Havia um fato que necessariamente decorria de uma causa. [...] Há ou não uma força inteligente? Eis a questão. Se esta força existe. O que é? Qual será sua natureza e sua origem? Está além da humanidade? (KARDEC, 2005, p.326).

¹³ Para Rivail, que passaria a ser conhecido por Allan Kardec, “o Espiritismo é uma ciência que trata da natureza, origem e destino dos espíritos, bem como de suas relações com o mundo corporal.” (KARDEC, 2013, p.40)

¹⁴ No início dos anos de 1850, mesas se movimentavam pelos salões parisienses por vontade própria. Elas respondiam perguntas complexas, sempre por meio de batidas que ninguém conseguia descobrir as suas origens. Para os cientistas da época, as tais mesas-girantes eram explicadas pela ação do magnetismo animal, e para o Espiritismo, pela ação dos espíritos.

Assim, nascia o Espiritismo, que inicialmente fora compreendido como Filosofia Espírita, e teve o seu marco em 18 de abril de 1857, quando o mesmo professor Rivail, sob o pseudônimo de Allan Kardec, publicou a primeira edição de *O livro dos espíritos*¹⁵.

Nessa obra, que se tornaria referência no movimento espírita mundial, conforme explica a literatura espírita, Kardec apresenta-se como organizador de ideias transmitidas por inteligências metafísicas, por meio de um transe psíquico classificado por ele como mediunidade¹⁶. A observação veio demonstrar que tais inteligências nada mais eram que os espíritos dos homens que viveram na Terra.

O livro dos espíritos, uma compilação formada por perguntas e respostas, foi organizado com base numa metodologia empírica que Kardec catalogou enquanto pesquisava os fenômenos das mesas-girantes. O diferencial de sua pesquisa foi a suposição de que poderia existir algum princípio inteligente por trás das investigações do sobrenatural.

Não há dúvidas que o Espiritismo fora codificado por um estudioso e conhecedor das ciências de seu tempo. A partir dos 28 anos de idade, professor Rivail colecionará vários títulos emitidos por órgãos científicos, tais como: o diploma da *Sociedade de previdência dos chefes de instituição e mestres de pensão de Paris* (1829); diploma da *Sociedade pela instrução elementar* (1847); diploma do *Instituto de línguas* (1837); diploma da *Sociedade de ciências naturais da França* (1835); diploma da *Sociedade de educação nacional*, formada pelos chefes de instituição e mestres de pensão da França; diploma da *Sociedade gramatical de Paris* (1829); diploma da *Sociedade de emulação, de agricultura, de ciências, letras e artes de Ain* (1828). Esse último, em particular, instituía Rivail para representar a França e colocar em prática o método pedagógico de Pestalozzi¹⁷, a fim de introduzir um modelo racional de ensino que pudesse formar o *juízo* e, ao mesmo, tempo o *pensamento livre*...

¹⁵ Em 1860, *O livro dos espíritos* fora reeditado e republicado por Allan Kardec. Como ele mesmo dirá, tratava-se de “uma obra nova inteiramente refundida e consideravelmente aumentada”. (KARDEC, R.E, 1860, p. 154). Essa segunda edição da época tornou-se a versão definitiva, que é utilizada até os dias de hoje.

¹⁶ Para os espíritas, a mediunidade nada mais é que a comunicação entre humanos (encarnados) e os espíritos (desencarnados). Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Mediunidade>>. Acesso em: 10 out. 2014.

¹⁷ Johann Heinrich Pestalozzi (1746-1827) foi um pedagogo suíço e educador pioneiro da reforma educacional na Europa. De 1814 a 1818, o jovem Rivail esteve estudando no conceituadíssimo Instituto de Pestalozzi, na Suíça, instituição essa fundada e mantida pelo próprio Pestalozzi.

Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Johann_Heinrich_Pestalozzi>. Acesso em: 10 out. 2014.

Nota-se, a seguir, como Rivail fora rigoroso em seus estudos sobre o Espiritismo, aplicando um método investigativo bastante minucioso:

Era lógico este raciocínio: eu concebía o movimento por efeito de uma força mecânica, mas, ignorando a causa e a lei do fenômeno, afigurava-se-me absurdo atribuir-se inteligência a uma coisa puramente material. Achava-me na posição dos incrédulos atuais, que negam porque apenas vêem um fato que não compreendem. Há 50 anos, se a alguém dissessem, pura e simplesmente, que se podia transmitir um despacho telegráfico a 500 léguas e receber a resposta dentro de uma hora, esse alguém se riria e não teriam faltado excelentes razões científicas para provar que semelhante coisa era materialmente impossível. Hoje, quando já se conhece a lei da eletricidade, isso a ninguém espanta, nem sequer ao camponês. O mesmo se dá com todos os fenômenos espíritas. Para quem quer que não conheça a lei que os rege, eles parecem sobrenaturais, maravilhosos e, por conseguinte, impossíveis e ridículos. Uma vez conhecida a lei, desaparece a maravilha, o fato deixa de ter o que repugne à razão, porque se prende à possibilidade de ele produzir-se. (KARDEC, 2005, p.324).

Depois de *O livro dos espíritos*, Allan Kardec publicou outras obras espíritas, como segue: *O livro dos médiuns* (1861) – contendo a parte experimental do Espiritismo, especialmente sobre a teoria e meios de comunicação com o mundo espiritual, além do desenvolvimento e controle da mediunidade; *O evangelho segundo o espiritismo* (1864) – que traz a parte moral, baseado em extratos dos Evangelhos canônicos; *O céu e o inferno* (1865) – que aborda as diferenças entre as concepções católica e espírita, com referência ao destino da alma após a morte e penas futuras; e *A Gênese - Os Milagres e as Predições, segundo o Espiritismo* (1868), que contém o papel da ciência na Gênese, a formação do mundo, antigo e moderno, o esboço geológico, além da teoria da Terra.

Allan Kardec classificaria (oficialmente) esses cinco livros publicados por ele como “obras fundamentais da Doutrina Espírita”. Mais tarde, os espíritas brasileiros passariam a apelidar tais obras básicas de “pentateuco kardequiano” – etimologia grega que evoca a ideia do pentateuco bíblico, ou seja, os cinco primeiros livros que compõem o Velho Testamento. Isso acabou conferindo às obras de Kardec um caráter “sagrado”, “revelado”, coisa que jamais se propuseram a ter.

Os seus demais trabalhos, que passariam de dezenas, foram todos considerados pelo Mestre como *abrégés* (resumos), ou obras complementares.

Em 31 de março de 1869, Kardec morre subitamente. Poucos meses antes, ele vinha tentando estabelecer, por meio de estatísticas, um número aproximado de espíritas espalhados pelo mundo. Os Estados Unidos, segundo ele, teriam cerca de 4 milhões de adeptos. Europa, 1 milhão de espíritas, sendo que 600 mil desses residiam na França. Ele estimava ainda que, no Planeta, os espiritistas poderiam chegar a 6 ou a 7 milhões. Kardec comemoraria dizendo que

[...] mesmo que fosse só a metade, a história não oferece nenhum exemplo de uma Doutrina que, em menos de 15 anos, reuniu tal número de adeptos, disseminados pela superfície inteira do globo¹⁸ (KARDEC, 1869).

A partir do início do século 20, o Espiritismo se estabelecerá definitivamente no Brasil por influência direta de abolicionistas e republicanos (brasileiros e franceses), recebendo grande ênfase ao aspecto religioso como uma doutrina cristã e evangélica, principalmente por conta da popularização das obras mediúnicas de Francisco Cândido Xavier, ou Chico Xavier.

7.2. Breve histórico da Comunicação Social Espírita: dos tempos de Kardec aos dias de hoje

De acordo com a literatura espírita da atualidade, no fim da década de 1850 os espíritos, por intermédio de uma médium chamada Ermance Dufaux, sugeriram que Allan Kardec criasse uma revista espírita a fim de esclarecer e apoiar os novos seguidores, em especial, os que se sentiam perseguidos. Os espíritos diziam ainda que esse periódico ajudaria a difundir mensagens do mundo astral, provindas de médiuns de todos os cantos, devendo apoiar aqueles medianeiros que tentavam compreender suas faculdades, mas não conseguiam.

¹⁸ Informações contidas no artigo *Estatística do Espiritismo*, publicado na *Revista Espírita*, edição de janeiro de 1869.

Assim, em janeiro de 1858, fora lançada a *Revue Spirite (Revista Espírita)*, que logo se tornaria o periódico espiritista mais famoso e importante do mundo, segundo dizem os pesquisadores espíritas de hoje.

À época, os espíritas acreditavam que o periódico de Kardec era o legítimo defensor da Doutrina, especificamente de seus detratores, que já se avolumavam ensandecidos pela década de 1850. Os espíritos diziam por meio da médium Ermance, que aquele veículo de comunicação seria capaz de transportar a Filosofia Espírita aos rincões mais apagados do Planeta, locais que nunca se ouvira falar da existência de espíritos, do Espiritismo ou mesmo das sucessivas vidas por meio da reencarnação.

Na visão de Allan Kardec e de seus seguidores, a *Revista Espírita* fora, indiscutivelmente, um sucesso de vendas e de popularidade. Por meio de suas edições mensais, a *Revue* perdurou por quase 66 anos, de 1858 a 1924, tendo publicações interrompidas num curto período de tempo, tudo por conta da Primeira Guerra Mundial que ocorrera de 1914 a 1918.

A crise econômica mundial ocasionada pela Grande Guerra bateu à porta dos espíritas, e a *Revista Espírita* – estagnada – chegou a abrir, pela primeira vez na história, as suas páginas para anúncios publicitários e não espíritas, como os da *Cycles Liverpool* – bicicletas da marca Liverpool.

O periódico mais popular e famoso de Kardec cederia espaços comerciais para a divulgação de aparelhos elétricos de massagem capilar e facial a 100 francos, além de outros anúncios não menos polêmicos, como os das Bolas de Cristal da Boêmia, com preços estampados na *Revue* que variavam de 10 a 40 francos, tudo de acordo com a espessura e pureza desse artefato místico.

Todavia, até a Guerra Franco-Prussiana¹⁹, não se falava de crises editoriais em torno das obras espíritas de Allan Kardec. E a *Revista Espírita*, por sua vez, não seria o único bem cultural a despontar como um dos veículos de comunicação que ajudaria a vender e a divulgar o Espiritismo francês no mundo.

Pelo menos até março de 1869, a prosperidade editorial da literatura espírita publicada por Kardec seguiu intocável e em seu auge, sempre pelas mãos do próprio, que geria quase tudo sozinho. Conforme se sabe hoje pela própria *Revista Espírita*, os cinco livros de Kardec, ao lado de suas obras complementares e das

¹⁹ Trata-se de um conflito ocorrido entre o Império Francês e o Reino da Prússia, no período de 1870 a 71. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_franco-prussiana>. Acesso em: 18 set. 2014.

edições de seu periódico, geraram um volume de vendas bastante expressivo para a época. Um bom exemplo disso está no fato de que a família Kardec esteve longe de reclamar da falta de recursos financeiros durante toda a década de 1860. Tudo porque *O livro dos espíritos* atingia a nona edição e *O livro dos médiuns* chegava à quarta reimpressão – apenas dois anos após os seus lançamentos.

No final de 1860, Allan Kardec explicaria, por meio da *Revista Espírita*, qual era exatamente a fórmula de sucesso editorial que vinha adotando:

O Espiritismo não entoou a trombeta da publicidade; não encheu os jornais de fastosos anúncios; como ocorre, pois, que, sem ruído, sem estrondo, sem o apoio daqueles que se colocam como árbitros da opinião, ele se infiltra nas massas, e que depois de ter, segundo a graciosa expressão de um crítico, do qual não nos lembramos o nome, infestado as classes esclarecidas, penetra, agora, nas classes trabalhadoras? Que nos digam como, sem o emprego dos meios comuns de propaganda, a segunda edição de *O Livro dos espíritos* se esgotou em quatro meses? (KARDEC, 1860, R.E, p.329)

Nessa época, os assinantes da *Revista Espírita* dobravam de número sem esforço algum, obrigando Kardec a fazer uma nova reimpressão dos anos anteriores, duas vezes esgotadas. Só no ano de 1868, por exemplo, a *Revista* já havia chegado a 660 assinantes, que pagavam 10 francos por ano, o que gerava um lucro bruto de 6.600 francos anuais – valor esse muito expressivo para tal década quando comparado ao faturamento de outras publicações com propostas semelhantes.

Nos anos seguintes, a *Revue Spirite* passaria de 660 para 1.100 assinantes, tudo com a vantagem de não se pagar pelo papel de impressão e também não remunerar qualquer artigo de seus colaboradores, como vinha acontecendo há anos por meio de participações voluntárias.

Com a chegada da morte de Allan Kardec, em março de 1869, quem naturalmente assumiu a herança deixada pelo fundador do Espiritismo francês fora a sua esposa, uma lúcida senhora de 74 anos de idade chamada Amélie-Gabrielle Boudet. Ela ficaria conhecida pelos espiritistas como Madame Kardec, uma hábil empreendedora com visão para os negócios, talento esse adquirido especialmente

porque vinha administrando, há décadas, alguns imóveis deixados pelo seu finado pai como herança.

Com a prática e o traquejo para negociações e acordos, viúva Kardec decidiu assinar, em cartório, uma escritura para a fundação de uma *Société Anonyme*²⁰ (*Sociedade Anônima*), que teve uma quota de juros e capital variável, cuja finalidade era a de aumentar a divulgação do Espiritismo por todos os meios que a lei permitisse. Esta nova *Sociedade* organizaria ainda o formato de publicação e distribuição das obras do marido, da *Livraria Espírita*, além da *Revista Espírita* e de uma variedade de outros livros, brochuras e panfletos espiritistas.

Trocando em miúdos: Amélie-Gabrielle Boudet, por meio de seu perfil empreendedor, estava decidida a profissionalizar os precários meios comerciais e de divulgação do Espiritismo à época, que no movimento espírita francês era, essencialmente, a mídia impressa.

Conforme relatos biográficos sobre a viúva Kardec, em total oposição às suas iniciativas empreendedoras, membros espíritas dissidentes levaram uma queixa às autoridades judiciárias de Paris, acusando-a de ter acentuado um caráter comercial que a levaria, mais cedo ou mais tarde, a fazer uso da SPEE, a *Sociedade Parisiense de Estudos Espíritas*, como um instrumento subordinado aos interesses da nova *Sociedade Anônima*...

Em verdade, a viúva desejava realizar um antigo sonho editorial, que também era o do marido: popularizar as cinco obras fundamentais de Allan Kardec por meio de um compromisso assumido com os societários, no sentido da promoção de preços mais acessíveis, onde até um morador de rua conseguisse comprar os livros espíritas de seu amado esposo, sempre a preços módicos.

Para concretizar o antigo projeto de Kardec – colocar os cinco livros do marido ao alcance de todos os bolsos –, a viúva concordaria, em 1873, com a decisão de substituir o nome *Sociedade Anônima*, em troca de *Sociedade para a continuação das obras espíritas de Allan Kardec, anônima e capital variável*. Tratava-se de uma manobra jurídica legal, a fim de facilitar transações comerciais e doações de qualquer espécie que, ora outra, chegavam aos cofres da *Sociedade*.

²⁰ Em 1858, Allan Kardec havia fundado a *Sociedade Parisiense de Estudos Espíritas* – a respeitável SPEE –, considerada o primeiro centro espírita regularmente constituído no mundo. Quatro meses após a morte de Kardec, sua viúva extinguiu a SPEE para fundar a *Sociedade Anônima*, sob a sua criação e comando.

De acordo com a bibliografia espírita existente, com a chegada da Comuna de Paris²¹, as obras básicas e fundamentais de Kardec teriam suas vendas interrompidas, principalmente a distribuição da *Revista Espírita*, que teria boa parte de suas assinaturas canceladas.

A consequência da sanguinária Comuna desencadearia o desligamento maciço de boa parte desses assinantes, sejam eles franceses ou de outros países da Europa, todos afetados pela recessão econômica. Se não havia, sequer dinheiro para se alimentar no dia a dia, pagar a assinatura de um periódico espírita, mesmo que fosse de baixo valor, seria uma ostentação inadmissível. Comprar um livro espírita então, um luxo burguês fora de cogitação.

Com a chegada da década de 1880, a *Revista Espírita* anunciou que a *Sociedade para a continuação das obras espíritas de Allan Kardec* recebera uma doação expressiva correspondente a uma fortuna de 100 mil francos.

Tão logo, uma espírita da época chamada Berthe Fropo revelaria que a maioria dos societários²² da extinta SPEE esperava que a tal doação fosse dividida entre eles, em cem partes iguais, cujos fins não foram declarados até hoje. Todavia, conforme Fropo declarou à época, a viúva Kardec desejava investir esse montante no velho projeto de barateamento e popularização das obras do marido.

Infelizmente, ela acabaria autorizando essa divisão “não declarada” dos 100 mil francos, pensando que sua atitude ajudaria a converter os livros de seu esposo para valores mais acessíveis, chegando às mãos de operários pobres em rincões que o Espiritismo ainda não havia pousado...

Mas o ano de 1883 traria boas notícias para os cofres da *Sociedade*. Como resultado de novas contribuições, a *Revista* anunciaria em sua edição de janeiro que a *Sociedade* estava com “um aporte em seu capital social entre 42 a 150 mil francos”. E a própria *Revue Spirite*, como um capital, anualmente já rendia lucros acima de 42 mil. A prosperidade editorial retornara!

²¹ Trata-se do primeiro governo operário da história, fundado em 1871 na capital francesa por ocasião da resistência popular ante a invasão por parte do Reino da Prússia, que deflagrou a Guerra Franco-Prussiana. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Comuna_de_Paris>. Acesso em: 18 set. 2014.

²² Conforme relatos na *Revista Espírita*, a referida *Sociedade* possuía 100 sócios, tudo de acordo com o seu rígido regulamento, e ela deveria ser administrada por um *Comitê* com, pelos menos, três administradores que seriam nomeados perante a votação de, no mínimo, 40 associados, num total de 100.

E pelo visto, essa seria apenas uma das boas novas daquele ano que estava começando. Os administradores da *Revista*, senhor Joly e Pierre-Gaëtan Leymarie, fariam questão de publicar o seguinte balancete de sucesso:

- O *livro dos espíritos*, em francês, está em sua 29ª edição. Na morte de Allan Kardec, em 1869, estávamos na 13ª edição;
- O *livro dos médiuns* está na 17ª edição, em 1869, estávamos na 8ª edição;
- O *livro dos Evangelhos (O Evangelho segundo o Espiritismo)* está em sua 16ª edição, em 1869, estávamos na 6ª edição;
- O *Céu e o Inferno* está em sua 7ª edição, passamos agora para a oitava, e em 1869, estávamos na 3ª edição;
- *A Gênese* está em sua 7ª edição, em 1869, estávamos na 3ª edição. (LEYMARIE, JOLY, 1883, p.2)

A partir de 1888, o Espiritismo francês adoraria um novo modelo de Comunicação Social Espírita: os Congressos Internacionais.

Iniciou-se pelo *Primer Congreso Internacional Espiritista de Barcelona*, onde a Filosofia Espírita passaria a ser rediscutida como “ciência filosófica”, diante de uma época em que as comprovações espirituais deveriam ser atestadas por cientistas de renomados laboratórios da Europa. Não adiantava mais afirmar, por palavras, que o mundo dos espíritos existia. Se os meios científicos empíricos não pudessem comprová-lo, todas as afirmações cairiam por terra em formato de um conhecimento vulgar.

A abertura do *1º Congresso Espírita e Espiritualista Internacional de 1889* trouxe outra inovação comunicacional: estratégias inéditas de publicidade. Assim, conforme as informações contidas nas *Revistas Espíritas* do fim da década de 1880 fora instituído o primeiro *Comitê de Propaganda* que se tem notícia na história do Espiritismo, especialmente criado para organizar e divulgar a crescente e infinita demanda por novos Congressos, não apenas espíritas.

Para termos uma noção das pretensões desse *1º Congresso*, sua ideia central era promover a união de todas as escolas filosóficas ou religiosas existentes no mundo, por meio de uma aliança internacional que se firmaria a partir daquele encontro.

Consta, na literatura espírita da época, que o resultado das ações comunicacionais desse novo *Comitê de Propaganda* mostrou ser muito funcional.

Esse grandioso evento receberia, por exemplo, em torno de 40 mil pessoas, que estiveram à frente de 80 delegados representando mais de 34 grupos espíritas e espiritualistas (swedenborguianos, filósofos, magnetistas, cabalistas, budistas, maçons, teosofistas, teofilantropistas), além de outros defensores da teoria psíquica em geral.

A unidade doutrinária criada por Allan Kardec – que constituía as bases da Filosofia Espírita –, miscigenava-se propositalmente a outras crenças e credos espiritualistas, muitos deles obscuros e duvidosos, por defenderem filosofias místicas e esotéricas pouco reveladas ou completamente ocultas. Tudo em nome dos Congressos!

Todos esses encontros, que perduraram por uma semana, foram devidamente documentados e vendidos depois no formato de extensas brochuras, sempre sob o pretexto da “divulgação do Espiritismo”.

Anos depois, em nome desse mesmo *Comitê de Propaganda*, determinados grupos espíritas ficariam encarregados da circulação de milhares de folhetos em portas de cemitérios parisienses, a fim de divulgar o próximo e grandioso Congresso. Outros espiritistas se preocupariam, efetivamente, com os detalhes da organização do *2º Congresso Espírita e Espiritualista Internacional de 1894* – que fora realizado em Liège, na Bélgica.

Diante uma miscelânea de teorias e terminologias, congressistas anunciavam suas pretensões no sentido de reformular a Filosofia Espírita. Para isso, espíritas, espiritualistas, ocultistas e místicos conduziram suas preleções no sentido das afirmações de que o Espiritismo era uma ciência positiva e experimental...; era uma ciência filosófica superior...; era uma ciência psicológica...; era ciência divina..., devendo ser também uma ciência social...

Atualmente, estudiosos do Espiritismo afirmam que a confusão de definições e conceitos se tornara tão grande nas décadas de 1870, 80 e 90 que, para diferenciar espíritas seguidores dos ensinamentos originais de Allan Kardec, dos demais espiritualistas, ocultistas e místicos que defendiam outras filosofias, passou-se a adotar a expressão “kardecista” ou “Kardecismo”.

A antiga e conceituada *Revista Espírita*, edição de janeiro de 1896 – seguia trazendo o seguinte subtítulo cunhado por Kardec: *Jornal de Estudos Psicológicos*. Entretanto, vinha crescendo agora da expressão “Espiritualismo Experimental”. Apesar de completar 38 anos com edições ininterruptas, esse termo crescido

“Espiritualismo Experimental”, denunciava um editorial menos espírita e mais espiritualista, mais eclético e não menos confuso, que refletia diretamente a profusão de ideias e pensamentos que pululavam em torno das novas investigações sobre o extrafísico.

O tumultuado século 19 estava prestes a se despedir... Por ocasião da histórica Exposição Universal de Paris, seria inaugurado, de 15 a 27 de setembro, nas salas da Sociedade das Agriculturas da França, o *Congresso Espírita e Espiritualista de 1900*.

Especificamente nesse *Congresso* já se falava de uma Doutrina Espírita que serviria como base para o estabelecimento de uma “nova religião”, permanecendo assim, de acordo com o tempo e o progresso da ciência.

O que não se sabe ao certo, até os dias de hoje, é se depois desse *Congresso* – que se tornara um marco na história da Comunicação Social Espírita no que se refere à promoção de grandes eventos e propagandas espiritistas –, o Espiritismo se firmou na França como ciência, filosofia ou religião, ou as três conceituações juntas, e ao mesmo tempo. O que se sabe pela literatura universal é que existiam duas tendências no ar daquele início de século 20: uma ascensão contraditória entre ciência e irracionalidade e o pensamento de uma burguesia europeia focada num novo Ocultismo...

Podemos afirmar baseado em pesquisas espíritas atuais, que a Comunicação Social Espírita brasileira fora inaugurada por meio de um periódico chamado *O Echo d’Além-túmulo*, o primeiro jornal espírita do Brasil, que surgiria em Salvador, Bahia. A iniciativa partira de Olímpio Teles de Menezes, que publicou a primeira edição desse jornal em julho de 1869, três meses após a desencarnação de Allan Kardec.

Em 21 de janeiro de 1883, Augusto Elias da Silva, um fotógrafo português que passou a viver no Brasil, lançou o primeiro número do jornal *Reformador*, a atual revista da Federação Espírita Brasileira – um dos mais antigos periódicos espíritas do mundo em circulação, segundo essa própria Instituição.

Ainda de acordo com as informações da FEB, esse periódico é a maior publicação de propagação do Movimento Espírita Brasileiro e do Trabalho de Unificação Espírita, patrocinado pelo Conselho Federativo Nacional da FEB.

Por fim, de 1869 a 1890 circulavam 13 periódicos espíritas no Brasil e, ao lado desse grupo de jornais, alinham-se mais de 600 títulos mencionados no jornal *Reformador*²³.

7.2.1. Comunicação Social Espírita no século 20

Em 1932, o médium espírita Francisco Cândido Xavier iniciou trabalhos de psicografia²⁴. Ele publicaria a sua primeira obra mediúnica: *Parnaso de Além-Túmulo – poesias mediúnicas psicografadas por Francisco Cândido Xavier em Pedro Leopoldo (Minas)*.

De acordo com a literatura espiritista dos dias atuais, Xavier é o maior representante da Comunicação Social Espírita no século 20, seja por meio da publicação e propagação de seus livros espíritas, seja por sua presença marcante no meio espírita.

Em 1971, para divulgar o Espiritismo pessoalmente, ele participaria do programa *Pinga-fogo*, numa entrevista que deixou 75% dos televisores brasileiros ligados na TV Tupi. No Natal daquele mesmo ano, uma nova participação do médium foi veiculada em rede nacional, por quatro emissoras.

Em 1975, um espírita chamado Herculano Pires²⁵ fez uma minuciosa análise do jornalismo doutrinário de sua época, demonstrando preocupação com os rumos da imprensa espírita. Pires afirmaria o seguinte:

[...] sendo o Espiritismo uma doutrina de vivência social, destinada a influir na transformação do mundo, não se pode conceber uma imprensa espírita alheia ao mundo, engolfada em si mesma. Jornais e revistas espíritas não podem ser apenas boletins doutrinários afastados da realidade social, mas também não devem ultrapassar os limites dos interesses doutrinários e imiscuir-se em debates

²³ Dados observados no Manual de *Orientação à Comunicação Social Espírita*, Anexo A, pag. 134. Disponível em: <<http://bit.ly/1sawPlk>>. Acesso em: 04 out. 2014.

²⁴ Psicografia (do grego, escrita da mente ou da alma). Segundo o vocabulário espírita, é a capacidade atribuída a certos médiuns de escrever mensagens ditadas por espíritos. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Psicografia>>. Acesso em: 30 set. 2014.

²⁵ Foi um jornalista, filósofo, educador, escritor e tradutor brasileiro. Destacou-se como um dos mais ativos divulgadores do Espiritismo no País. Traduziu os escritos de Allan Kardec e escreveu estudos filosóficos e obras literárias inspiradas na Doutrina Espírita. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Herculano_Pires>. Acesso em: 10 out. 2014.

políticos ou disputas de grupos. Sua função principal é esclarecer e orientar os rumos da doutrina.

[...] Não há dúvida que temos uma imprensa espírita atuante, com numerosos órgãos, alguns de longa tradição. Apesar disso, falta-lhe maturidade. Muitos desses órgãos são puramente locais, restritos a um bairro ou a uma cidade, e outros se colocam a serviço executivo da instituição mantenedora, como se fossem boletins particulares. Outros se desgastam chovendo no molhado, só publicando mensagens mediúnicas e pequenos artigos sobre questões pacíficas. Temem a discussão, o debate, a agitação de ideias. Com o movimento de unificação estabeleceu-se um clima de autocensura que vai reduzindo nossa imprensa espírita a uma apatia medrosa, como se estivesse submetida a uma orientação eclesiástica. (PIRES, 1975, p. 37)

Herculano Pires declarou que a criação de congressos de jornalistas espíritas era importante para modificar o panorama da Comunicação Social Espírita na década de 1970, trazendo maior consciência jornalística aos que militavam na imprensa espírita. Entretanto, Pires acreditava que a realização desses congressos encontrava barreiras e limitações, principalmente pela falta de apresentação de teses que colocassem esses problemas em debate.

Esse estudioso do Espiritismo dizia ainda que a falta generalizada de cultura, especialmente a cultura espírita, deixava a Comunicação Social Espírita de sua época – subdesenvolvida.

Passados 25 anos, Chico Xavier reapareceria no ano 2000 representando o Espiritismo na mídia televisiva, figurando como o principal líder do Movimento Espírita Brasileiro. Seria eleito “O Mineiro do Século”, numa promoção da TV Globo local. Ao todo, 2,5 milhões de pessoas escolheram seu nome, por meio da internet e do telefone.

Em 2006, a *Revista Época* realizou ampla pesquisa entre os seus leitores para saber quem seria “O Maior Brasileiro da História”:

Para votar, por meio do site, havia opções como Ruy Barbosa, Getúlio Vargas, Pelé e Ayrton Senna – além da opção Outros. Xavier ficou em primeiro, com 36% dos votos, quase o dobro do segundo colocado, Senna. Todos os seus votos foram escritos na lacuna em branco – um resultado que mostra a admiração dos brasileiros por sua figura ao mesmo tempo paternal e misteriosa. (LIMA, 2006, p.76)

Até o final de sua vida, Xavier publicaria mais de 450 livros espíritas, tendo vendido mais de 50 milhões de exemplares²⁶, especificamente obras psicográficas contendo mensagens de espíritos.

7.3. Identidade digital e reputação organizacional

Comunicar é expressar identidade, marcar e dizer o que se é. Ao se divulgar uma instituição espírita, sua ação e conteúdo nos meios digitais, evidencia-se o grau de sua reputação, seja pelo que se faz, como se faz, pelo que narra e como se conta determinado fato.

Essa reputação organizacional, certamente um dos maiores ativos para uma instituição espírita que se apresenta *online*, é formada pela identidade e imagem em conjunto com outros aspectos, onde o protagonista passa a ser o público, e não mais apenas a organização espírita.

Argenti (2006, p.98) explica que a estrutura da reputação pode ser entendida como a soma das percepções que os públicos têm da identidade (nomes, marcas, símbolos, autorrepresentações) e das imagens projetadas perante clientes, comunidade, investidores e funcionários.

Construir uma reputação é criar uma boa imagem na percepção do público, e as identidades digitais dessas instituições espíritas podem se tornar muito visíveis e positivas se o conteúdo proposto for direcionado com qualidade profissional. Além disso, faz-se necessário que se permita aos atores – os usuários da rede – o acesso a um modelo de ciberativismo, onde cada um possa contribuir para os resultados que culminam em ações coletivas sem intermediários, o que passa a ser primordial quando falamos de um processo de comunicação contemporânea que sofre constantes evoluções, diante de um ambiente virtual complexo, destinado a estimular a interação e a comunicação.

Para Terra (2011, p.34) “a identidade pode ser entendida como a organização é de fato, já que se configura historicamente e se expressa na cultura organizacional, a qual pode ser entendida por suas políticas e processos, seus colaboradores, suas redes formais e informais, suas relações de poder, suas formas

²⁶ Dados disponíveis em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Chico_Xavier>. Acesso em: 10 out. 2014

de socialização, seu espaço de trabalho e os símbolos (programa de identidade visual). A identidade reflete-se na imagem; é a consequência daquilo que somos, expomos, expressamos”.

Nesse particular, Carolina Terra (2011, p.35) acredita que a imagem depende da percepção, e que está ligada aos valores associados à imagem:

Outro conceito que nos interessa aqui é o da percepção, a qual é captada pelos sentidos sensoriais. A informação tem papel de destaque nesse processo de captação, pois, quanto maior a riqueza de informações percebidas, maior será a possibilidade de registro e processamento posterior destas.

Num meio tão dinâmico e expansivo como o das mídias sociais, onde as conversas nas redes estão se tornando cada vez mais públicas e menos particulares, é previsível considerar que os problemas de interpretação textual e os de programação visual possam surgir quando falamos de formatos comunicacionais espíritas que carregam em si, pouco critério técnico, ou que não buscaram a consultoria de um profissional de mídias digitais.

Keen, citado por Terra (2012, p.55), é contrário à ideia de que internautas produzam conteúdos nas redes. À medida que a “imprensa personalizada” toma o lugar da mídia convencional, a internet passa a ser um espelho de nós mesmos. E em vez de procurarmos pelas notícias, informações ou cultura, passamos a utilizá-la para sermos, de fato, tudo isso. Ele classifica as mídias sociais como “santuários para o culto da auto transmissão” e de “repositório de nossos desejos e identidades individuais”.

Diante de suas críticas sobre a internet, Keen é incisivo ao dizer que a rede não é mais que um acúmulo de tolices produzidas por narcisistas ansiosos.

Esse fato, por si só, demonstra que o usuário transformou-se em mídia, como intitula a autora Carolina Frazon Terra. Em seus artigos e estudos sobre o tema, fala com propriedade do “usuário-mídia” – termo cunhado por ela para designar o internauta comum que produz conteúdos, tem voz pelas ferramentas colaborativas e interativas da web, além de interferir na comunicação e na estratégia das organizações. Neste estudo de caso, entende-se por organizações as instituições espíritas presentes nas redes.

Não é novidade dizer que a Comunicação Social Espírita carece da atuação de profissionais especializados no campo da comunicação, principalmente quando se propõe trabalhar com mídias digitais. Este cenário, deficiente, muitas vezes reflete no resultado do conteúdo gerado em redes sociais digitais, ou seja, postagens de baixa qualidade e sem critério algum, longe da possibilidade de se considerar, por exemplo, uma curadoria de conteúdo ou mesmo a existência da figura de um gestor de conteúdo.

Assim, Keen deixa um alerta, afirmando que há um esvaziamento do papel de especialistas e à emergência dos “palpiteiros da web” que estão isentos de controle e fiscalização, abrindo-se um território livre para o plágio, calúnia, boataria e propaganda.

É certo que as instituições espíritas devam instigar funcionalidades na rede que permitam a fluidez de comunidades e conversações no ambiente das mídias sociais. E não se pode mais deixar de admitir que, a cada dia, as organizações perdem a primazia do controle da informação, passando a dividi-lo com os internautas que assumem e exigem participação. Mas, para isso, é necessário observar a forma da geração e posicionamento do conteúdo digital proposto, para que as pessoas se engajem e se identifiquem na causa digital da Comunicação Social Espírita.

Entendendo que seja importante observar, no Espiritismo mundial, os princípios e diretrizes evangélico-doutrinárias, legais e éticos, bem como de organização, com vistas a colocar ao alcance dos trabalhadores da área de Comunicação Social Espírita orientações que assegurem o bom andamento dessa atividade, vejamos como a Federação Espírita Brasileira, por meio de seu *Manual de Comunicação Social Espírita*, considera a questão que, naturalmente, pode ser transposta às atuais ações de produção de conteúdo espírita nas mídias sociais:

[...] Embora seja uma atividade centenária em nosso meio, a comunicação social por ser multidisciplinar, apresenta-se complexa em certas situações, exigindo para a sua aplicação uma análise mais aprofundada.

A partir do momento em que uma instituição espírita, independente de seu nível e porte, passa a se comunicar com o público, seja interno ou externo com relação ao movimento espírita, ela passa também a assumir a responsabilidade pelo conteúdo da mensagem

e, automaticamente, por toda ordem de consequências que esse ato pode gerar.

Isto porque, comunicar implica em responsabilidade, não apenas doutrinária, mas também legal e ética. Por esta razão, toda entidade que lança mão desse expediente, necessita conhecer os princípios, diretrizes, normas e leis que norteiam esses procedimentos, tanto no que se refere ao conteúdo, como quanto à forma. (SEBA, p.17 e 18)

Partindo do princípio que, na representação da comunicação social de uma instituição espírita quem se comunica com o internauta (na maioria das vezes) é o espírita, ou um grupo de trabalhadores espiritistas, que também podem ser voluntários engajados na área da comunicação, é necessário compreender que a imagem, a identidade e, conseqüentemente, a reputação dessas instituições estão nas mãos desses comunicadores, que ficam responsáveis pela gestão dos processos da comunicação digital nas mídias digitais, pessoas capazes de propor estratégias que deponham a favor ou contra essas instituições.

Observa-se também que há internautas comuns que querem participar da produção do conteúdo digital dessas instituições espíritas. Eles assumem o papel de usuários-mídia. O autor André Lemos, especialista em cibernética, acredita que

no ciberespaço²⁷, cada sujeito é efetivamente um potencial produtor de informação: serviços colaborativos de informação, comunidades, blogs e microblogs – que vivem o fato e o relatam em suas páginas pessoais (LEMOS, 2008, p.3).

Mas como propiciar condições para o diálogo fraterno nesse ciberespaço movimentado pela Comunicação Social Espírita? Como tornar comum, no meio digital, a veiculação de notícias e dados de interesse do movimento espírita, tendo que considerar a participação de um usuário comum como formador de opinião e produtor de conteúdo? Como admitir tudo isso num universo virtual que admite essa via dupla, antes inimaginável, mas pautada agora na colaboração e coletividade?

Recuero (2009a, p.164), assim sintetiza a importância do estudo das redes sociais digitais quando se fala desse novo universo:

²⁷ O termo “ciberespaço”, cunhado por Pierre Lévy, filósofo francês da cultura virtual contemporânea, diz respeito não só à infraestrutura material da comunicação digital, mas essencialmente ao universo de informações que ele abriga.

Compreender essas redes é essencial, portanto, para compreender também a apropriação da internet como ferramenta de organização social e informação contemporânea. É essencial para compreender os novos valores constituídos, os fluxos de informação divididos e as mobilizações que emergem no ciberespaço.

Diante dessas observações, este estudo de caso visa compreender as inter-relações entre a comunicação digital, produzida pela FEB, com as pessoas que participam de sua fanpage – os usuários-mídia espíritas –, atores esses sempre interessados em participar os seus conteúdos.

7.4. As mídias sociais digitais

O conceito de redes sociais é algo bem mais antigo que a nossa própria internet. Redes²⁸ são pontos de conexão, ou seja, qualquer reunião de pessoas ou empresas que se unem em função de interesses em comum, pode ser considerada participante de uma rede social. Portanto, falar do surgimento das redes sociais nos leva ao início da civilização, onde o homem se reunia em torno de uma fogueira para compartilhar gostos e interesses.

As redes sociais no âmbito digital representam pessoas, interação social, troca social, e surgem exatamente dessas necessidades do ser humano em compartilhar algo com o outro, criar laços sociais que são norteados por afinidades entre eles. Dessa forma, entende-se por redes sociais digitais contemporâneas qualquer grupo que compartilhe (virtualmente) um interesse em comum, um ideal, uma preferência. Na tentativa de compreensão do tema, a autora Carolina Frazon Terra, acredita que as

mídias sociais, redes sociais online, conteúdo gerado pelo consumidor, mídia gerada pelo consumidor ou ainda social media são termos sinônimos que significam que o consumidor está no poder, na internet, com capacidade de compartilhar seus conteúdos. (TERRA, 2009, p.3)

²⁸ Considera-se a expressão “rede”, a maneira simplista de referência à rede mundial de computadores, impulsionada com o advento da internet comercial, em 1994.

A autora explica ainda que, por conta da comunicação digital ter alterado em grande parte a maneira como as organizações passaram a se comunicar e a se relacionar com seus públicos de interesse, os padrões de bidirecionalidade, instantaneidade e desintermediação foram completamente atingidos. Dessa maneira, o novo modelo de comunicação acabou “empoderando” os usuários, o que revela a vulnerabilidade das organizações na medida em que observam a participação, colaboração e interação das comunidades na internet. Enxergando o usuário-mídia como “o quinto poder”, a autora explica que

[...] os três poderes institucionalizados – executivo, legislativo e judiciário – somados à imprensa (o quarto poder) ganham com a internet um quinto elemento. O quinto poder é o internauta, o usuário de internet que ganhou voz, que faz barulho, gera boca-a-boca, que ao mesmo tempo em que pressiona organizações, participa e colabora com conteúdos, informações, opiniões. (TERRA, 2009, p.1)

Em seu blog, a autora Raquel Recuero define mídia social como

[...] aquela **ferramenta de comunicação** que permite a **emergência das redes sociais**. (sic) Para permitir que as redes sociais emergjam, esses meios de comunicação precisam subverter a lógica da mídia de massa (um->todos) para a lógica da participação (todos<->todos). [...] Mídia social, assim, é **social porque permite a apropriação para a sociabilidade**, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. (sic) Ela é diferente porque permite essas ações de forma individual e numa escala enorme. Ela é diretamente relacionada à Internet por conta da expressiva mudança que a rede proporcionou. (RECUERO, 2008)

A autora acredita ainda que as mídias sociais são tipos diferentes de meios que são também artefatos culturais, e que não possuem nem as funções e nem as características do discurso da mídia tradicional. Recuero conclui que as redes sociais são meios fundamentalmente sociais, que atuam na informação como consequência disso.

8. DESENVOLVIMENTO

8.1. Doutrina Espírita e as redes sociais digitais

Assim como o Espiritismo, as redes sociais digitais não nasceram prontas...

No começo da década de 1990, o acesso ao ciberespaço era permitido apenas a um pequeno grupo de pessoas pertencentes a órgãos governamentais ou entidades da sociedade civil, em particular, aos ligados à pesquisa científica.

Com a demanda crescente no ano 1995, é liberada a comercialização do acesso à rede mundial de computadores, popularizada hoje como internet. Todavia, antes da liberalização do acesso já era possível encontrar menções sobre o Espiritismo no mundo virtual, mesmo sendo a Doutrina Espírita uma religião que tem a maioria de seus adeptos no Brasil.

À época, um espírita chamado Antonio Leite²⁹ teve a sua primeira experiência com a internet acessando-a de um computador nos Estados Unidos:

Em meados do ano de 1994, juntamente com a minha esposa e o meu filho, decidimos vir morar em Nova Iorque [...] Alguns meses após, adquirimos o nosso primeiro computador e imediatamente nos conectamos a Internet. Àquela altura dos acontecimentos nos questionávamos sobre a existência ou não de grupos espíritas estabelecidos na internet. Um certo dia, como que intuídos pelos nossos irmãos do outro plano, sem maiores expectativas de resultados positivos, fizemos uma tentativa e digitamos a palavra Spiritism no browser da America online. Para a nossa satisfação fomos surpreendidos com a localização da página do GEAE – Grupo de Estudos Avançados Espíritas, diga-se de passagem, o único que lá encontramos àquela época. (LEITE, 2004)

Como visto, pela experiência de Antonio Leite, a World Wide Web era acessada por meio de um software – os *browsers* – onde se navegava pelos pontos da rede. Comumente, a navegação morosa na década de 1990 era realizada em ambiente DOS e os textos surgiam numa linguagem de programação conhecida à época por ASCII, que revelava caracteres alfabéticos sem acentuação alguma, e que surgiam linearmente numa tela com fundo preto. Os cliques de um mouse

²⁹ Um dos editores do Boletim GEAE, um periódico eletrônico do Grupo de Estudos Avançados Espíritas, que é tido como o primeiro site espírita na internet.

ficavam restritos a pouquíssimas funções, e sua navegação era possibilitada por meio de comandos que precisavam ser exaustivamente digitados.

Dez anos depois, em 2005, o ciberespaço deixava de ser estranho e pouco acessível, e passou a ser justificado por salas de chats, listas-de-discussão, comunidades virtuais, blogs e o Orkut³⁰, esse último, uma dessas novidades virtuais que muito atraiu os internautas brasileiros após ter surgido com uma versão em português, ganhando espaço garantido nas diversas mídias. Em 2006, o Orkut já contava com mais de 40 milhões de usuários cadastrados, sendo que destes, 62,92% eram brasileiros.

Ainda no mesmo ano, ao se procurar no Google pela expressão “Espiritismo”, observava-se 1.470.000 homepages sobre o tema. Realizando a mesma pesquisa para os termos “catolicismo” e “protestantismo”, constatava-se 2.120.000 e 545.000³¹ respectivamente.

Conforme dados do Censo do IBGE/2000, a percentagem da população católica era de 73,77%, enquanto que a espírita era de 1,38%. Considera-se, por conta disso, que o volume de sites sobre a Doutrina Espírita, à época, era bastante significativo.

Em meados de 2011, quando se digitava no Orkut a palavra “Espiritismo”, esse site de relacionamentos elencava mais de 700 comunidades espiritistas, e número superior a 1.000 quando se busca a palavra-chave “Espírita”.

Na atualidade, é inegável a importância das redes sociais digitais para a divulgação do Espiritismo e o fortalecimento da Comunicação Social Espírita. Elas permitem interações *online* que facilitam a aproximação e o compartilhamento de interesses e conteúdos em comum, considerando a relevância do dinamismo proporcionado e a troca de informações espíritas, sempre em tempo real.

³⁰ Lançado por Orkut Büyükkökten, um engenheiro turco do Google, o Orkut foi um site de relacionamento que nasceu em janeiro de 2004. Como as redes sociais da atualidade, cada usuário que se cadastrava possuía um perfil com informações básicas e outras secundárias, com categorias como: religião, humor, fumante ou não fumante, orientação sexual, cor dos olhos e cabelos, além dos livros, músicas, programas de TV e filmes preferidos. Em 30 de setembro de 2014, o Orkut encerrou suas atividades.

³¹ Dados catalogados pelo autor deste trabalho à época.

8.2. Facebook e a união solidária espírita

De acordo com o site Itweb³², o Facebook é um site e serviço de rede social que possui 201.6 bilhões de conexões desde a sua fundação, em 4 de fevereiro de 2004. Seus usuários gastam mais de 700 bilhões de minutos por mês no site, o que significa dizer que essa rede social está acrescentando entre 600 mil e 700 mil usuários por dia. Mais de 13 milhões de usuários atualizam seus status pelo menos uma vez por dia, e número superior a 2,5 milhões se tornam fãs de páginas diariamente.

Só no Brasil são 83 milhões de usuários ativos por mês, sendo 58 milhões via tecnologias móveis.

O glossário de termos³³ do Facebook explica que “curtir” ou “like” é o “modo mais fácil de dizer a alguém que gostou de sua página, sem deixar comentários”. Até dezembro de 2013, essa rede social já tinha ultrapassado mais de 6 bilhões de “curtidas” por dia. Em sua fanpage oficial, lê-se:

Fundada em 2004, a missão do Facebook é dar às pessoas o poder de compartilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado. Pessoas usam o Facebook para ficar conectado com amigos e familiares, para descobrir o que está acontecendo no mundo, e para compartilhar e expressar o que importa para eles. (FACEBOOK, 2014)

Como visto nesse glossário de termos, o significado de “compartilhar” é encarado pelos mantenedores do Facebook como uma missão, o que acaba por coincidir com um dos fundamentos mais importantes da Doutrina Espírita codificada por Allan Kardec desde 1857, que é a união e/ou federação dos espíritas no compartilhamento dos ideais da caridade, da fraternidade e do amor.

Para o Facebook “compartilhar” significa usar e/ou repassar, nessa rede social, alguma informação que se considerou relevante. Estima-se que, desde 2005, o Facebook tenha mais de 400 bilhões de fotos compartilhadas.

³² Disponível em: <<http://itweb.com.br/111699/dez-estatisticas-do-facebook/>>. Acesso em: 12 mai. 2014.

³³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/glossary>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

Já “comentar” significa escrever algo sobre algum conteúdo que foi publicado. Desde 2012, acredita-se que mais de 7.8 bilhões de mensagens já foram enviadas por meio dessa rede social.

É fato que as redes sociais digitais podem retomar aspectos comunitários que foram perdidos com a modernidade. E esses espaços de convivência virtual no Facebook, que hoje são ocupados também pela comunidade espírita brasileira – na maior rede social atualmente existente –, permitem o desenvolvimento de uma nova forma de sociabilidade. Isso acaba por facilitar a mobilidade em favor do conhecimento, além de viabilizar trocas de saberes entre espíritas e não espíritas, permitindo a construção coletiva do sentido.

Ainda nessas redes sociais digitais os grupos espíritas demonstram, a cada dia, gerar novos valores fundamentados na solidariedade e na fraternidade, sempre em benefício do próximo, o que faz dessas redes ambientes virtuais livres para a reconstrução de identidades, revitalização das relações, além da reinvenção do direito de expressão de sua crença.

A autora Lídia Oliveira Silva, que enxerga a internet como um novo espaço antropológico, onde se acredita que

as comunidades virtuais são feitas de pessoas e do que elas realmente querem, daquilo que realmente lhes interessa, sem constrangimentos prévios ou póstumos [...] As novas tecnologias dão a cada um de nós um poder sem precedentes de construir o nosso próprio mundo de referência, de encontrar as pessoas que realmente nos interessam, estejam onde estiverem, de aprender e ensinar sobre aquilo que realmente queremos que faça parte da nossa vida. (SILVA, 2002, p.155)

É fato que as redes sociais, como o Facebook, despontam no ambiente virtual como uma alternativa asséptica para a retomada do estabelecimento das relações no espaço público. Conforme expressado por Silva:

Aparentemente a comunicação no espaço público tradicional está doente: as pessoas queixam-se da falta de comunicação entre os elementos da família e da comunidade. Passamos progressivamente

a viver num regime de solidão organizada no qual a comunicação e as trocas simbólicas parecem estar enfraquecidas e, com elas, a ideia de comunidade também encontra-se bastante fragilizada.

[...] É neste cenário que as trocas simbólicas no âmbito dos serviços telemáticos em rede parecem recriar a comunicação onde ela parecia estar moribunda, ou seja, no interpessoal e na geração de laços sociais potencializadores do surgimento do sentimento de comunidade. Deste modo, o mundo virtual das redes telemáticas surge como uma nova oportunidade, como possibilidade de comunicação aparentemente segura e sem conflitos, enquanto que no mundo real os conflitos se multiplicam e a insegurança se instala. (SILVA, 2002, p. 54)

Ao lado dos conceitos sobre as redes sociais digitais, outra noção reaparece com expressão na literatura sobre o ciberespaço. A presença de um imaginário “mítico-religioso”. Várias são as descrições que imprimem um carácter religioso aos ambientes virtuais. Conforme Carly Machado:

O ciberespaço vem sendo chamado pelos teóricos da área de Novo Éden, Nova Jerusalém; Pierre Lévy fala do “corpo angélico” como metáfora da Inteligência coletiva; outros falam do anjo como metáfora do internauta e chega-se mesmo a falar de uma tecnoreligião pela fetichização do tecnológico, tomando o ciberespaço como uma arena coletiva, imaterial no aqui e agora, um novo espaço da alma. A ideia de religião como re-ligação ganha força nas conexões e na coletividade possíveis no ciberespaço. Uma cosmologia própria se estrutura, com noções de tempo e espaço, reflexões sobre a natureza humana, onde a noção de “vida” se redefine, [...] a própria ideia de imortalidade é suscitada pelas possibilidades criadas por esta noção de vida digital, e ainda outras as práticas religiosas propriamente ditas surgem neste ciberespaço (encontros religiosos rituais, comunidades, etc...). O ciberespaço se apresenta hoje como um espaço pleno de significados religiosos. (MACHADO, 2003a, p.7)

8.3. Federação Espírita Brasileira no Facebook

A FEB³⁴, fundada em 2 de janeiro de 1884, na cidade do Rio de Janeiro, é uma sociedade civil religiosa, educacional, cultural e filantrópica com personalidade jurídica e que tem por objeto e fins, o estudo, a prática e a difusão do Espiritismo em todos os seus aspectos, com base nas obras de Allan Kardec, que constituem a Codificação Espírita.

A Instituição destina-se ainda à prática da caridade espiritual, moral e material por todos os meios ao seu alcance, dentro dos princípios da Doutrina Espírita, desenvolvendo, para tanto, atividades nas áreas assistencial, cultural, beneficente e filantrópica, além da união solidária das sociedades espíritas e a unificação do movimento espírita.

A fanpage da FEB, cadastrada como “Instituição Religiosa”, participa do Facebook desde 21 de março de 2011. Atualmente, atingiu a marca de 665.121 mil curtidas e 92.300 pessoas falando sobre³⁵.

Figura 2: Fanpage da FEB - 600 mil curtidas alcançadas em 29.08.2014



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

³⁴ Disponível em: <<http://bit.ly/ZWXWxk>>. Acesso em: 11 set. 2014.

³⁵ Dados observados na fanpage em 20 out. 2014.

Em entrevista concedida para a execução deste estudo de caso, Mayara Paz Costa explica detalhadamente o surgimento da Fanpage da FEB:

Observamos a necessidade de inserir a FEB nas redes sociais em virtude da grande procura dos públicos da Casa por informações, interação, vídeos, áudios, mensagens. Vimos nas redes, sobretudo no Facebook, um espaço com ferramentas variadas para atingirmos estes objetivos. Além disso, obtivemos interação com casas espíritas de vários locais do mundo e integração com Federativas³⁶ Estaduais e especializadas, no compartilhamento de informações de modo mais dinâmico e interativo. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Figura 3: Fanpage da FEB - Facebook comemora 10 anos



Facebook comemora 10 anos

A Federação Espírita Brasileira está presente nesta rede para difundir a Doutrina Espírita e é grata pela valiosa colaboração de seus seguidores.

Muita paz

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Em 2011, a FEB publicou um *Manual de Comunicação Social Espírita* que sugere soluções de práticas editoriais, sendo inéditas ao meio espírita as iniciativas voltadas à internet e à multimídia. Em 2013, esse Manual foi aprimorado e

³⁶ As Federativas são instituições que visam representar e unir os centros espíritas em nível nacional, como é o caso da Federação Espírita Brasileira (FEB), ou mesmo em nível estadual, como é o caso da Federação Espírita do Estado de São Paulo (FEESP), que representa os espíritas em todo o Estado de São Paulo.

rebatizado com o título *Orientação à Comunicação Espírita Social*³⁷, que traz um capítulo especialmente dedicado às redes sociais.

Dada a relevância desse documento ao Movimento Espírita Brasileiro, questionamos Mayara Paz Costa se, de fato, o surgimento da fanpage da FEB teria alguma relação com este projeto:

A obra em questão foi uma ótima iniciativa ao Movimento Espírita. Contribuímos diretamente, inclusive, em sua nova edição, incluindo o tópico de redes sociais. No entanto, não houve relação direta para a criação da fanpage. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Surgiram dúvidas sobre a existência (ou não) de algum planejamento de mídia digital para a criação da fanpage da FEB. Segundo a Gerente, realizou-se

um projeto bem estruturado para apresentação à presidência da Casa em que se constava a justificativa de como e porque a criação de uma fanpage para a FEB seria benéfica, bem como objetivos claros, metas, sugestões prévias de postagens. Após aprovado, iniciamos o estudo das áreas que seriam inseridas, layout completo e após alguns anos temos o retorno do trabalho bem planejado. (COSTA, 2014, Apêndice A)

E sobre possíveis estratégias de comunicação adotadas na fanpage da FEB, se elas foram (ou não) inspiradas em ações digitais de outras instituições com perfis no Facebook, ela diz que

a Comunicação da FEB sempre busca observar o mercado e o cenário em que a Instituição está inserida. Com isso, fizemos análise de várias páginas antes de formularmos a da FEB, porém atenta às (sic) especificidades. (COSTA, 2014, Apêndice A)

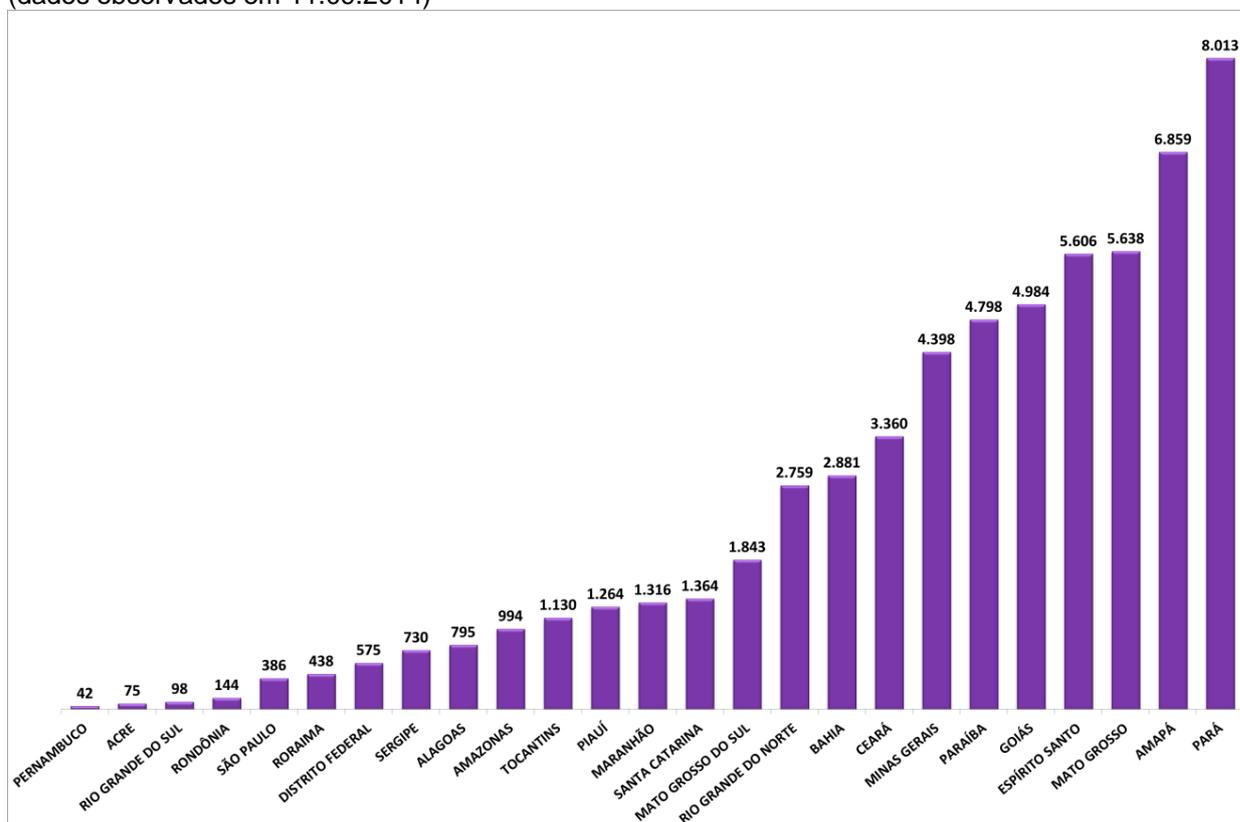
³⁷ As referências sobre o *Manual de Comunicação Social Espírita* e o de *Orientação à Comunicação Espírita Social* encontram-se em nossa bibliografia.

Por meio de um levantamento realizado, observamos que a maioria das Federativas de cada Estado do País ainda não adotou estratégias de comunicação em redes sociais digitais, especificamente quando falamos de Facebook. Um exemplo disso está ao compararmos os fãs/curtidas na Fanpage da FEB, em relação a outras Federativas, o que evidenciou uma diferença numeral muito expressiva (vide gráfico abaixo).

Enquanto a Fanpage da FEB apresenta 665.136 mil curtidas observadas em 20 de outubro de 2014, a Fanpage da Federativa mais curtida (a do Pará) apontou apenas 8.013 curtidas, ou seja, uma diferença 78 vezes maior da primeira em relação à segunda.

Isso significa dizer que observar o mercado, estudar fanpages de instituições similares e estabelecer um plano digital bem definido, no sentido de se adotar um planejamento integrado de ações, como faz a equipe FEB, pode trazer resultados significativos à Fanpage, o que justifica (parcialmente) o engajamento desses usuários-mídia espíritas na Fanpage da FEB.

Gráfico 1: Quantidade de fãs/curtidas nas Fanpages das Federativas dos Estados (dados observados em 11.09.2014)



Procurou-se indagar qual era o nível de envolvimento da direção da FEB, no que diz respeito ao acompanhamento de sua fanpage no Facebook.

De acordo com as respostas da entrevistada, “[...] a direção acompanha, aprova estratégia e inclusive participa da criação de algumas postagens. Eles têm a percepção que é um canal importante e relevante para difusão da Doutrina Espírita”. (COSTA, 2014, Apêndice A)

A fonte afirma também que a equipe responsável pela manutenção da fanpage é a Assessoria de Comunicação Social da FEB: “Temos profissionais capacitados em comunicação digital que integram a equipe, mas eles não são os únicos a participarem da criação do conteúdo e estratégias [...]”. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Pela resposta seguinte da Gerente foi possível observar que a FEB não faz distinção quanto à orientação religiosa dos seus funcionários: “A equipe de Assessoria de Comunicação Social tem profissionais com perfil religioso misto, incluindo jornalistas espíritas com bom conhecimento doutrinário.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

Sobre a questão da necessidade da profissionalização do trabalho nas mídias digitais espíritas, observemos a seguinte resposta de Geraldo Campetti Sobrinho, vice-presidente da Federação Espírita Brasileira:

[...] Outra orientação é colocar profissionais para fazer os periódicos, pois eles sabem como fazer e tiram o amadorismo do veículo. Isso é algo que a gente precisa aprender: não é tornar profissional algo que vai ser sempre do coração, mas há determinados segmentos que você deve ter um profissional. (ALMEIDA, 2010, p.59)

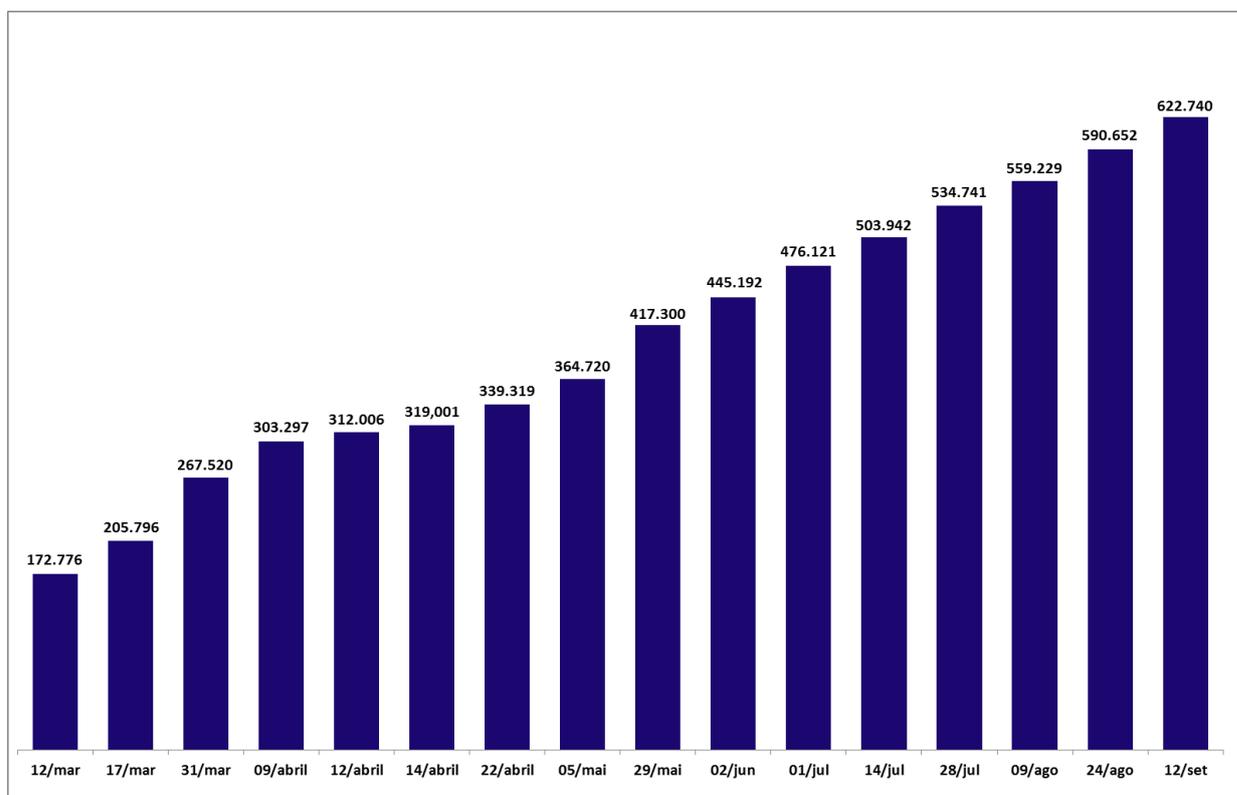
Descobriu-se ainda, por meio da entrevista concedida, que é realizado monitoramento diário na fanpage, utilizando a própria ferramenta disponibilizada pelo Facebook. Sobre a eficiência e os resultados obtidos por meio dessa ferramenta utilizada, nada fora informado.

8.4. Resultados

8.4.1. Medição do número de fãs da fanpage

Durante o período de 12 de março a 12 de setembro de 2014 realizamos medições do número de curtidas na fanpage da FEB. Para isso, fora utilizado o *Pagematch*³⁸ – ferramenta *online* e gratuita desenvolvida pela empresa Zubit, que possibilita a análise e comparação de páginas do Facebook, com apresentação de dados sobre o desempenho de qualquer fanpage.

Gráfico 2: Número de fãs na fanpage da FEB: medido num período de 6 meses (de 12.03 a 12.09.2014)



Observou-se que neste período estipulado para as medições, a página teve um aumento de fãs um pouco acima de 360%, ou seja, em torno de 450 mil fãs visitaram a página num espaço de seis meses, o que corresponde a uma média de 3.500 curtidas por dia.

³⁸ Disponível em: <<http://pagematch.zubit.com.br>>. Acesso em: 10 set. 2014.

Ao questionar novamente a Gerente de Comunicação e Marketing da FEB, sobre esse volume de curtidas/fãs na fanpage da Instituição, ela respondeu o seguinte: “Acreditamos que o aumento foi uma ação natural de um trabalho focado no perfil do público-alvo e por ter uma rotina de postagens.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

Foi perguntado ainda se a equipe realizou alguma pesquisa para se descobrir o perfil dos usuários da fanpage da FEB.

Quando foi criada a fanpage foi traçado o perfil do público-alvo que incluía espíritas, simpatizantes, adultos de todos os sexos. Isto para iniciar as nossas atividades e como iríamos conduzir a criação de conteúdo para estes públicos. De 2011 para cá foram necessários um ou outro ajuste, mas o perfil do público permanece e temos a grata felicidade de diariamente conseguir contar com a participação deles e conhecer ainda mais seus anseios, necessidades e preferências. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Cogitou-se, inicialmente, se a fanpage teve aumento de fãs e visitas por conta de investimentos em propaganda, como exemplo, os anúncios no Facebook Ads – o sistema de publicidade de links patrocinados desta rede social. Segundo a Gerente Mayara, “já fizemos uma experiência com anúncio patrocinado no Facebook, mas observamos que nosso alcance orgânico³⁹ é mais eficiente.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

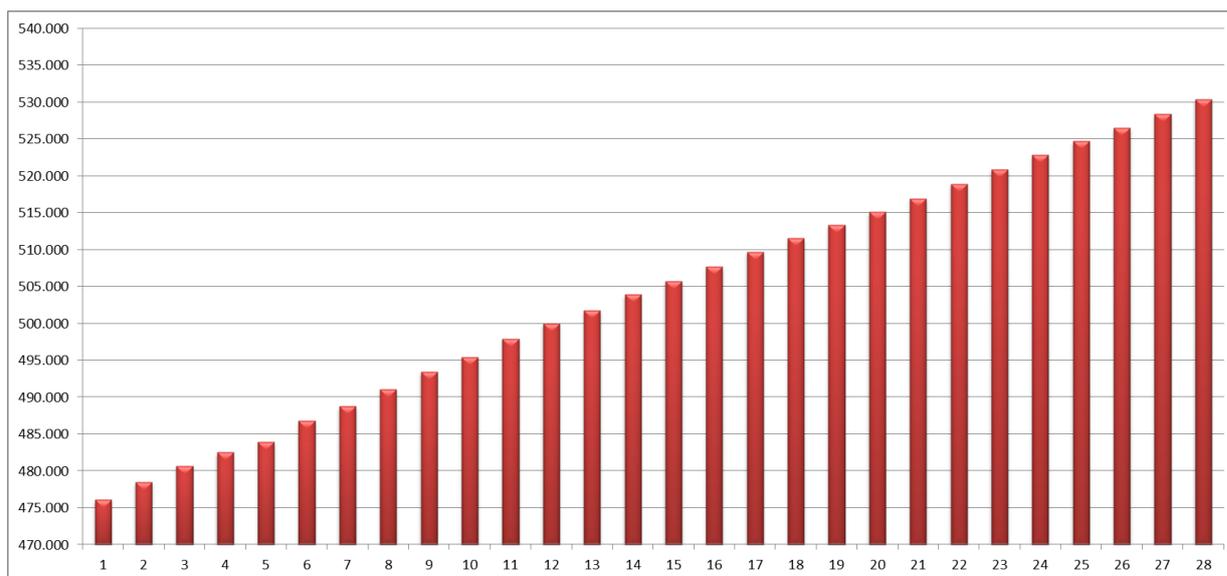
8.4.2. Postagens de julho de 2014

A fim de se conhecer o valor qualitativo das postagens da FEB, delimitamos um recorte para este estudo, considerando o mês de julho para uma observação/avaliação diária das postagens da fanpage. Procurou saber também qual a postagem que teve maior repercussão, considerando curtidas, comentários e compartilhamentos, e nessa, qual o usuário-mídia espírita que teve o seu comentário mais comentado ou curtido.

³⁹ Interpretamos a expressão “alcance orgânico” como o *buzz* gerado nesta fanpage, ou seja, o mesmo que boca-a-boca, conversação.

No gráfico abaixo, observa-se, no mês de julho, um aumento do número de fãs na fanpage, que era de 476.121 mil (no dia 1º de julho) e foi para 534.741 mil (no dia 28) – um total de 58.620 curtidas no mês, com uma média de um pouco mais de 2 mil curtidas por dia na página.

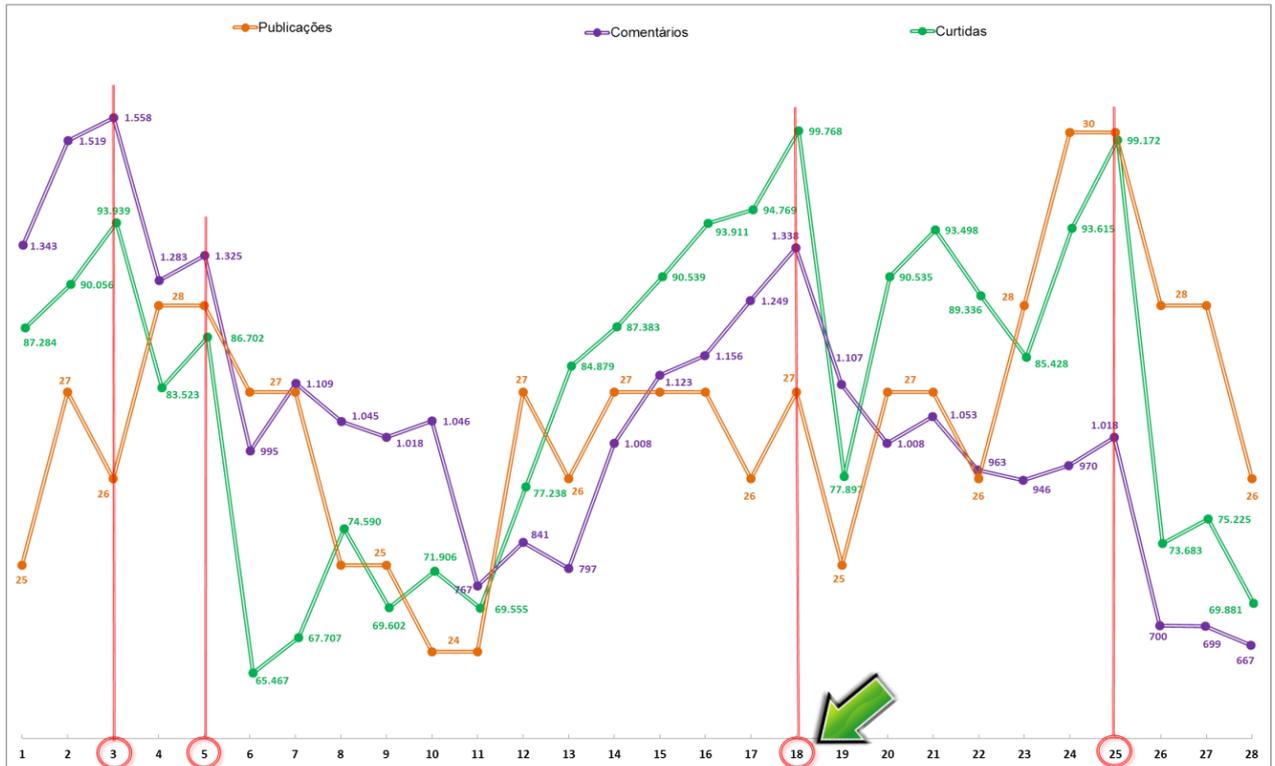
Gráfico 3: Curtidas (por dia) na fanpage da FEB - mês de julho de 2014



Especificamente no dia 13 de julho, a fanpage atingiu a marca de meio milhão de curtidas. Por conta disso, a equipe lançou um *post* sinalizando o alcance, o que gerou comentários como: “Obrigado por vcs existirem” (sic); “Um abraço a todos que se dedicam diariamente postando mensagens, lições, lembretes... obrigado pelo carinho!”; “E um prazer fzr parte dessa gde família!” (sic)

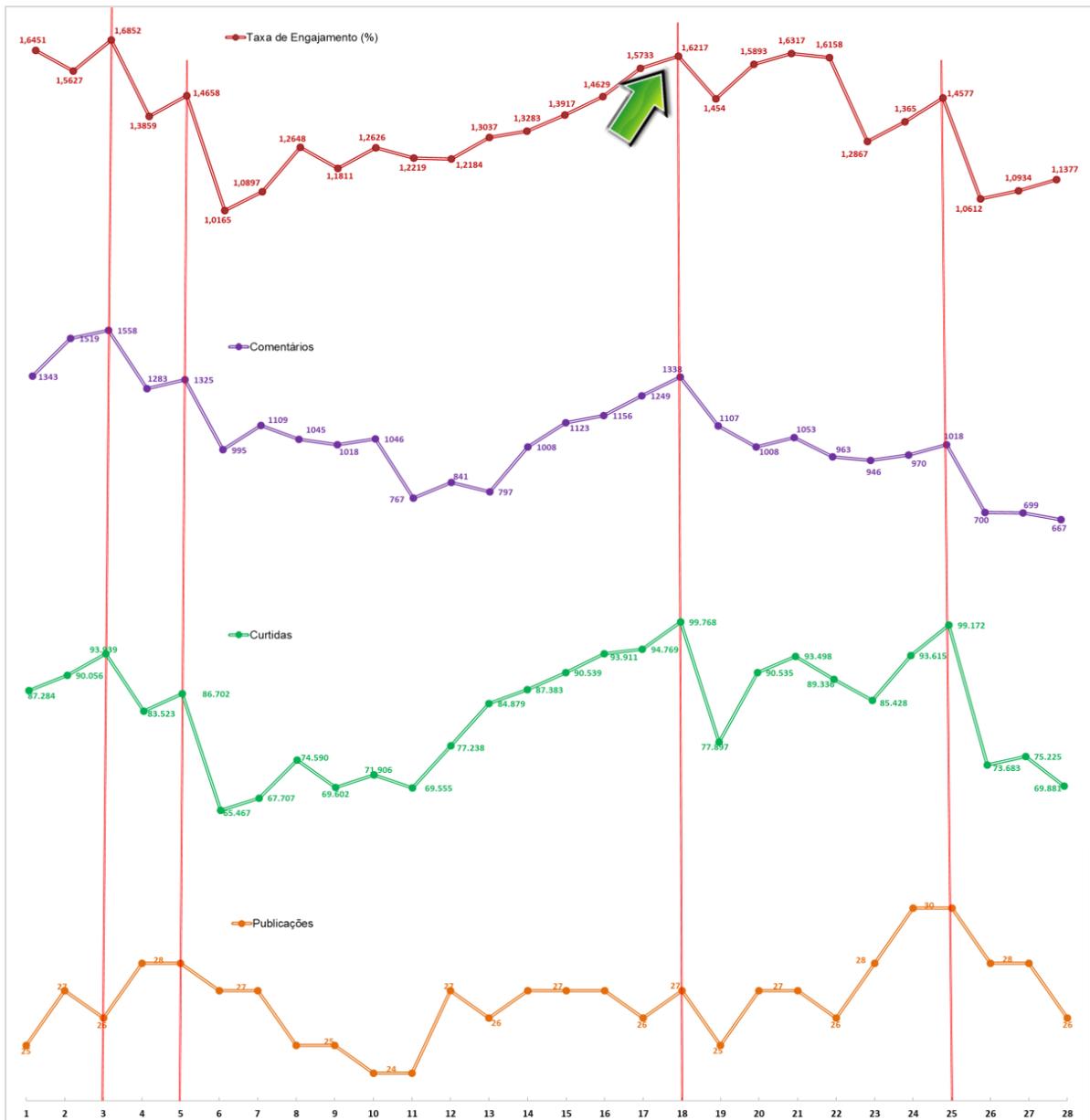
No gráfico a seguir, destacaram-se três postagens como as mais acessadas do mês, especialmente no quesito “publicações” e curtidas”.

As postagens do dia 5 de julho e as do dia 25 foram retiradas da fanpage por serem comunicações com “prazo de vencimento”, ou seja, que divulgam eventos pontuais. Assim, se estudará, no decorrer deste trabalho, a postagem mais visitada no mês: a do dia 18 de julho.

Gráfico 4: Publicações, comentários e curtidas – mês de julho de 2014

De acordo com o site *Pagematch*, que nos apresentou dia a dia os dados sobre o desempenho da fanpage da FEB em julho de 2014 – o mês do recorte deste estudo –, no dia 18 foram publicadas três postagens que, juntas, proporcionaram 12.122 curtidas e mais 145 comentários.

Desde o surgimento da fanpage, em 2011, até o dia 18 de julho de 2014, ela apresentou 99.768 curtidas em publicações existentes. Até esta data, a fanpage possuía 511.542 fãs/curtidas.

Gráfico 5: Publicações, comentários, curtidas e taxa de engajamento – mês de julho de 2014

A título de esclarecimento, a taxa de engajamento utilizada nas análises de postagens do mês de julho foi gerada pelo site *Pagematch*, onde o serviço realiza o seguinte cálculo⁴⁰: $(\text{compartilhamento} \times 3) + (\text{comentários} \times 2) + (\text{curtidas})$, dividido pelo número de publicações, dividido por fãs) $\times 100$. O resultado desse cálculo são as porcentagens que constam no topo do gráfico (taxa de engajamento %).

⁴⁰ Consultado no site, por meio do item “engajamento”. Disponível em: <<http://bit.ly/1EJuMSb>>. Acesso em: 12 out. 2014.

No dia 17 de julho de 2014, o mundo recebeu a notícia da queda, na Ucrânia, de um avião da companhia *Malaysia Airlines*. O que era para ser um incidente aéreo acabou se convertendo, horas depois, na informação de que a aeronave fora derrubada por um míssil disparado do solo, atribuído a um ato terrorista⁴¹.

Figura 4: Site UOL – Matéria sobre queda de avião na Ucrânia

Avião da Malaysia Airlines com 298 pessoas cai na Ucrânia

Do UOL, em São Paulo 17/07/2014 12h29 - Atualizada 17/07/2014 | 21h22

FONTE: <http://bit.ly/XUCrLX>

Um dia após o acidente, em 18 de julho, a equipe mantenedora da fanpage da FEB publicou a seguinte postagem, cujo título sintético, “Semeie a paz no mundo”, faz referência ao desastre aéreo.

Pelo teor das respostas dos usuários, nota-se que se criou uma espécie de “nuvem de comoção”, já que as pessoas se sentiram sensibilizadas com o *banner* da FEB trazendo poucas palavras sobre a necessidade da paz mundial. Embora os 43 comentários realizados não denotem menção direta ao desastre aéreo, tais relações (catástrofe/postagem) ficaram subentendidas.

⁴¹ A notícia jornalística da época encontra-se neste trabalho na íntegra, em Anexo G.

Figura 5: Fanpage da FEB - Post do dia 18.07.2014

Federação Espírita Brasileira alterou sua foto da capa.
18 de julho · Editado

Espalhem esta ideia.

Semeie a
PAZ
no mundo.

www.febnet.org.br

Curtir · Comentar · Compartilhar 2.622 compartilhamentos

outras 5.262 pessoas curtiram isso.

Escreva um comentário...

A PAZ NO MUNDO, COMEÇA EM MIM... SE DOU AMOR... SRFSÇO O BEM AO MEU IRMÃO... difícil mas necessária, urgente.
Curtir · Responder · 15 · 18 de julho às 14:49

uma semente aqui, outra acola. vamos fazer dessa semente uma grande plantação. ai vem a colheita. Graças a Deus.
Curtir · Responder · 8 · 18 de julho às 14:26

Ver mais 43 comentários

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Procuramos observar ainda qual a postagem publicada no mês de julho que teve o menor índice de participações, seja de curtidas, comentários e/ou compartilhamentos.

Acreditávamos, inicialmente, que baixas interações em postagens na fanpage da FEB poderiam estar relacionadas a fatores como a má-interpretação textual/visual de um *post*, ou mesmo algum tema desconhecido ou de pouco interesse geral abordado na fanpage.

Ao se observar um desses casos de “baixa”, concluiu-se que o motivo principal deu-se em função de uma publicação efeméride⁴² postada com muita antecedência, como é o caso que veremos a seguir.

⁴² Fato relevante para ser lembrado ou comemorado em determinado dia. São exemplos de efemérides brasileiras: o Dia do Índio, o Dia das mães, o Dia dos pais, o Dia das crianças etc. Disponível em: <<http://bit.ly/1sIOV10>>. Acesso em: 21 out. 2014.

Eis que a FEB publicou um *post* sobre o “Dia dos pais”, só que em 21 de julho de 2014. Assim, esta efeméride fora anunciada 19 dias antes de sua data chegar, o que pode ter causado um estranhamento geral entre os usuários, já que tal postagem refletiu em baixa adesão, mesmo trazendo em seu *banner* um texto imperativo e uma imagem bastante atraente.

Figura 6: Fanpage da FEB - *Post* do dia 21.07.2014



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Por conta de postagens que geram baixa participação e engajamento na fanpage da FEB, realizamos uma pergunta sobre tais ocorrências, e obtivemos a seguinte resposta de nossa entrevistada:

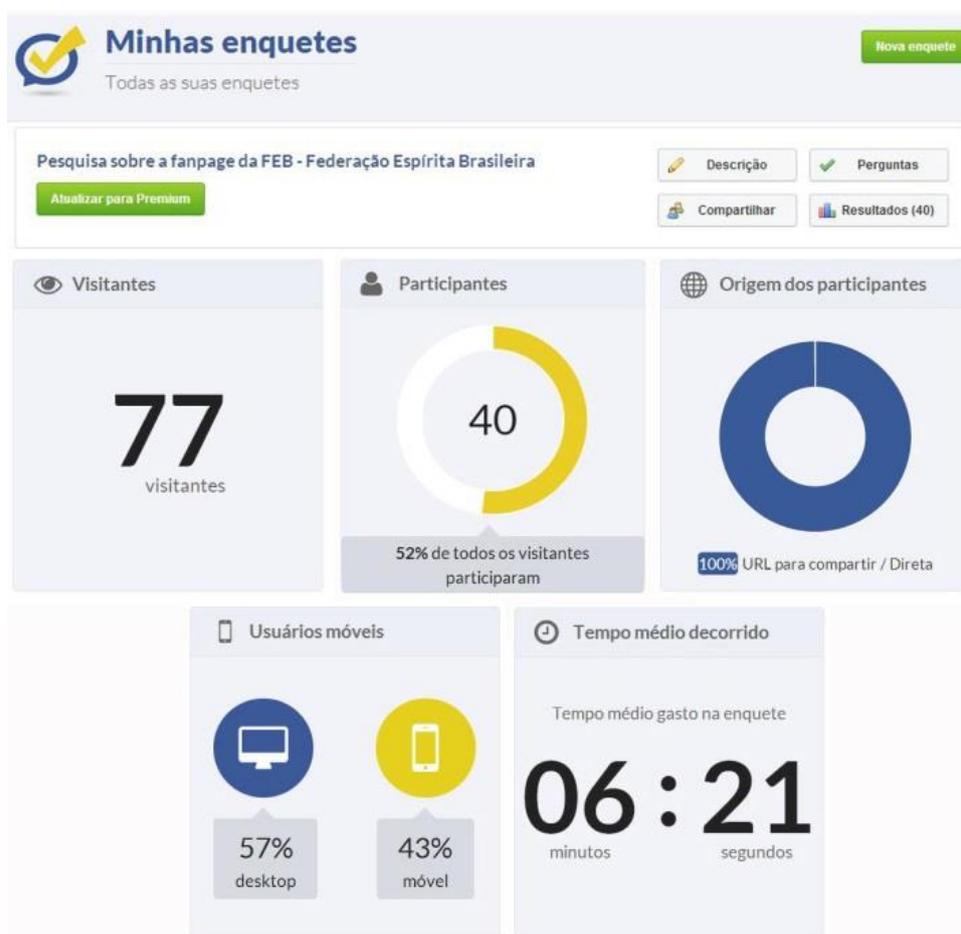
[...] não é possível fazer esta definição. Ele pode não ter obtido uma audiência significativa naquele momento, mas posteriormente pode ser que tenha uma boa repercussão em outro instante. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Todavia, neste caso específico da postagem sobre o “Dia dos pais”, o motivo mais plausível que justifique essa baixa audiência, possa ser mesmo a sua publicação bastante antecipada.

8.4.3. Enquete com participantes da fanpage

Realizamos uma Enquete com 40 usuários⁴³ selecionados na fanpage da FEB, no período de 27 de agosto a 6 de setembro de 2014, por meio da ferramenta *Enquetes*⁴⁴, disponível no Facebook. O critério de seleção dessas pessoas deu-se por conta do grande número de curtidas e comentários em suas postagens.

Figura 7: Facebook – Ferramenta *Enquetes*



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

De acordo com as orientações fornecidas aos participantes da Enquete, foi informado o compromisso em divulgar suas respostas apenas neste trabalho de conclusão de curso, no contexto acadêmico. O nome completo, perfil no Facebook,

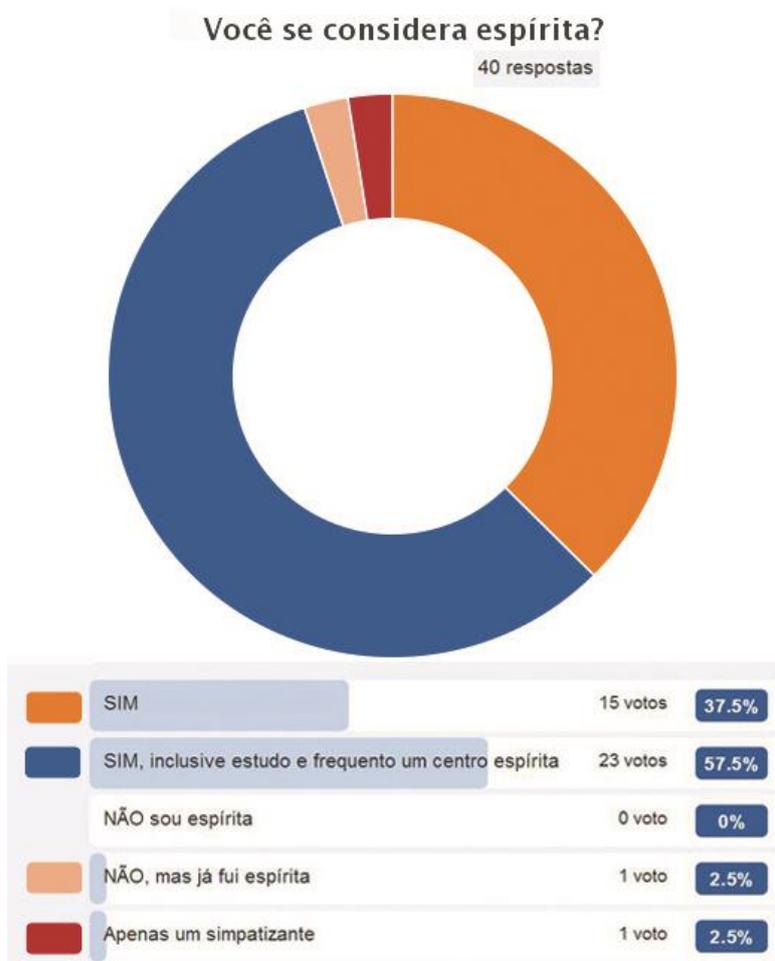
⁴³ O limite permitido pela ferramenta *Enquetes*, no plano gratuito, é o de 40 respostas desbloqueadas, número esse de entrevistados que fora considerado suficiente para atingirmos os objetivos aqui propostos.

⁴⁴ Para acessar a nossa Enquete na versão *online*: <<https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>>

ou mesmo outro dado pessoal, não serão divulgados neste estudo de caso, muito menos repassados em hipótese alguma.

Interessante observar que 43% das respostas observadas na Enquete foram fornecidas por meio das tecnologias móveis, recursos esses que certamente facilitaram o acesso das pessoas, especificamente quando se constata a rapidez das respostas em toda a Enquete – pouco mais de 6 minutos.

Gráfico 6: Enquete com participantes da fanpage da FEB - Você se considera espírita?



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

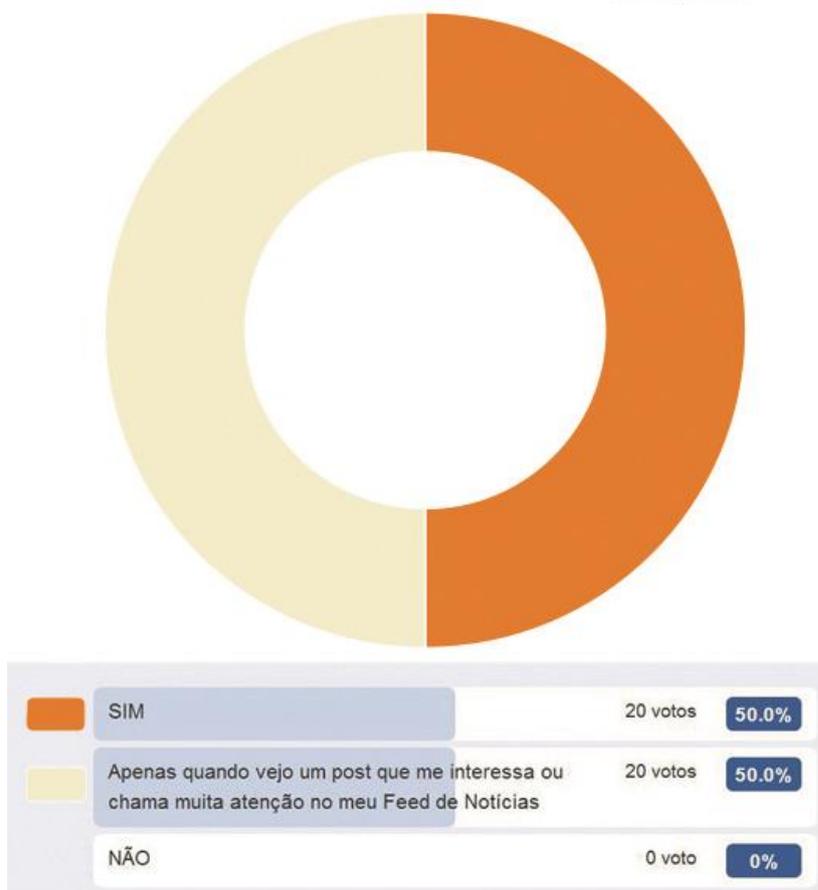
Pelas respostas fornecidas acima, observamos que pouco mais de 57% dos usuários da fanpage da FEB, além de se considerarem espíritas, estudam e frequentam um centro espírita. Isso evidencia que essas pessoas são conhecedoras da Doutrina Espírita.

Importante observar ainda que, dos 40 entrevistados, 38 são espíritas, o que reforça a hipótese da fanpage da FEB ser um ponto de referência digital na busca por informações doutrinárias sobre o Espiritismo.

Gráfico 7: Enquete com participantes da fanpage da FEB- pergunta 1

1) Você é frequentador da fanpage da FEB?

40 respostas

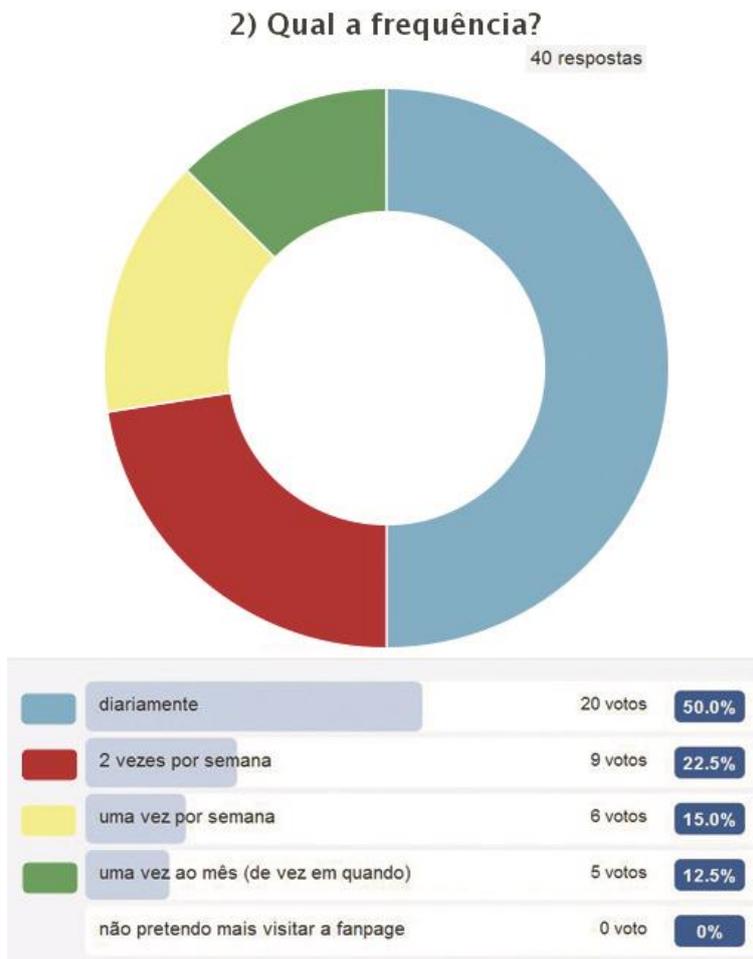


FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Nota-se que as 40 respostas indicaram a existência e circulação de usuários-mídia espíritas na fanpage da FEB.

De fato, as participações na própria fanpage, ou mesmo no *Feed* de Notícias⁴⁵ do usuário são meios de interação com as informações desta Instituição. Isso mostra que não há (apenas) um caminho específico de acesso e contato ao conteúdo proposto pela equipe mantenedora da fanpage.

⁴⁵ O Facebook define *Feed* de Notícias como a lista contínua de atualizações na página inicial de um usuário, que mostra as novidades de amigos e das páginas que são seguidas por esse.

Gráfico 8: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 2

FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

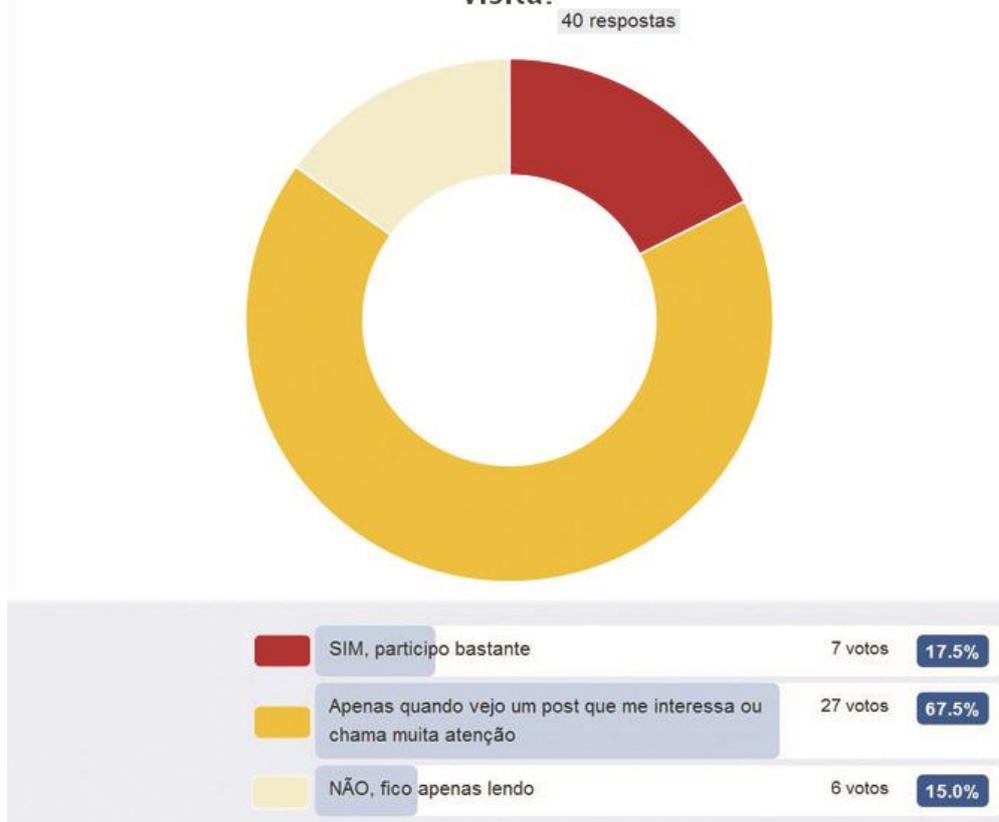
Conclui-se que a frequência diária dos usuários-mídia espíritas na fanpage, (20%), expressa uma realidade consideravelmente importante, especialmente quanto se constata os 450 mil fãs na página num espaço de seis meses, o que corresponde, como vimos, a uma média de 3.500 curtidas por dia⁴⁶.

Nota-se ainda que nenhum dos entrevistados passou por experiências ruins na fanpage, a ponto de não mais visitá-la.

⁴⁶ Dados observados por meio do gráfico no item 9.2. Medição do número de curtidas na fanpage.

Gráfico 9: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 3

3) Você interage com a fanpage da FEB na maioria das vezes que a visita?



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

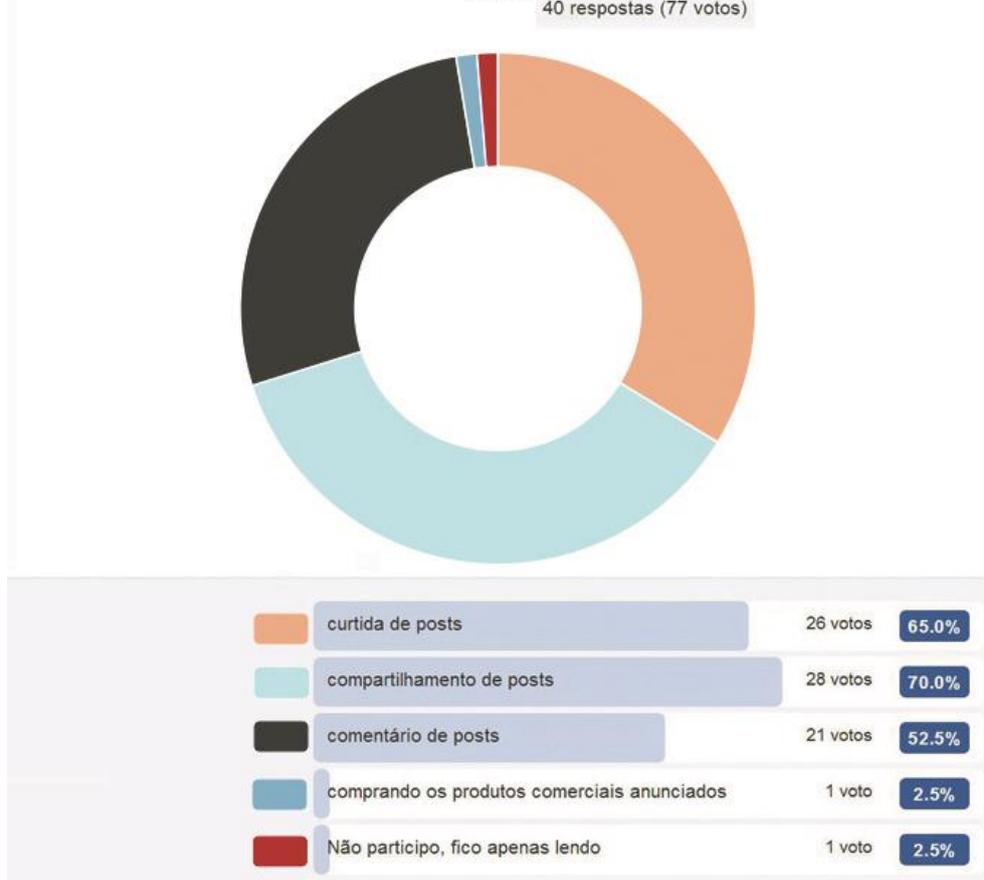
O nível de interação mostrou-se inclinado a interesses específicos e/ou quando há postagens que despertam “muita atenção”. Em contrapartida, a menor intenção, 15%, são de usuários que ficam apenas lendo e não interagem.

Esse último resultado “não, fico apenas lendo”, talvez possa ser justificado pelo hábito de leitura dos espíritas, que têm a maior proporção de pessoas com nível superior (31,5%) no País. Os menores índices de brasileiros sem instrução correspondem a (1,8%), e com ensino fundamental incompleto (15%). Apenas 1,4% das pessoas que se declararam adeptas do Espiritismo não são alfabetizadas⁴⁷.

⁴⁷ Dados do Censo Demográfico de 2010 evidenciam que a população que se autodeclarou espírita tem os melhores indicadores de educação e renda em relação às demais representações religiosas no Brasil. Disponível em: <<http://bit.ly/1pGMSZU>>. Acesso em: 1º out. 2014.

Gráfico 10: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 4

4) Qual a forma de interação que você mais utiliza na fanpage da FEB?



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Neste gráfico, “curtir”, “compartilhar” e “comentar” são práticas comuns para os 40 participantes espíritas desta questão da Enquete, que forneceram 77 indicações. Mais uma vez, isso prova que há envolvimento, interação, influência e intimidade dos usuários-mídia espíritas com a fanpage da FEB.

Em entrevista concedida por Mayara Paz Costa, indagamos se havia um plano de marketing digital para a comercialização de produtos da FEB na fanpage. Se sim, solicitei se poderia nos sugerir as linhas gerais dessa ação digital específica. O que nos foi respondido:

Não temos dentro de nossos próximos planos o foco nesta ação, com intuito comercial. Esta linha, associamos às obras da FEB

Editora⁴⁸, com foco nos sites específicos para este fim, além da venda de e-Books em grandes sites como Amazon. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Como visto na Enquete, a forma de interação menos utilizada na fanpage, “comprando os produtos comerciais anunciados”, mostrou ser a consequência do posicionamento adotado pela equipe FEB – o de não comercialização de seus produtos na rede social digital Facebook.

Como constatado, a Instituição publica algumas postagens na fanpage com o chamariz “Promoção do Mês”⁴⁹, incluindo em seus *banners* a precificação do produto anunciado, sempre com dizeres induzindo à compra por meio de um *link* que conduz os usuários ao site da FEB Editora.

Exemplo disso é o de um *banner*⁵⁰ datado de 4 de setembro de 2014, com os seguintes dizeres: “São os últimos dias. Aproveite! O livro está com este desconto no site da FEB Editora...”

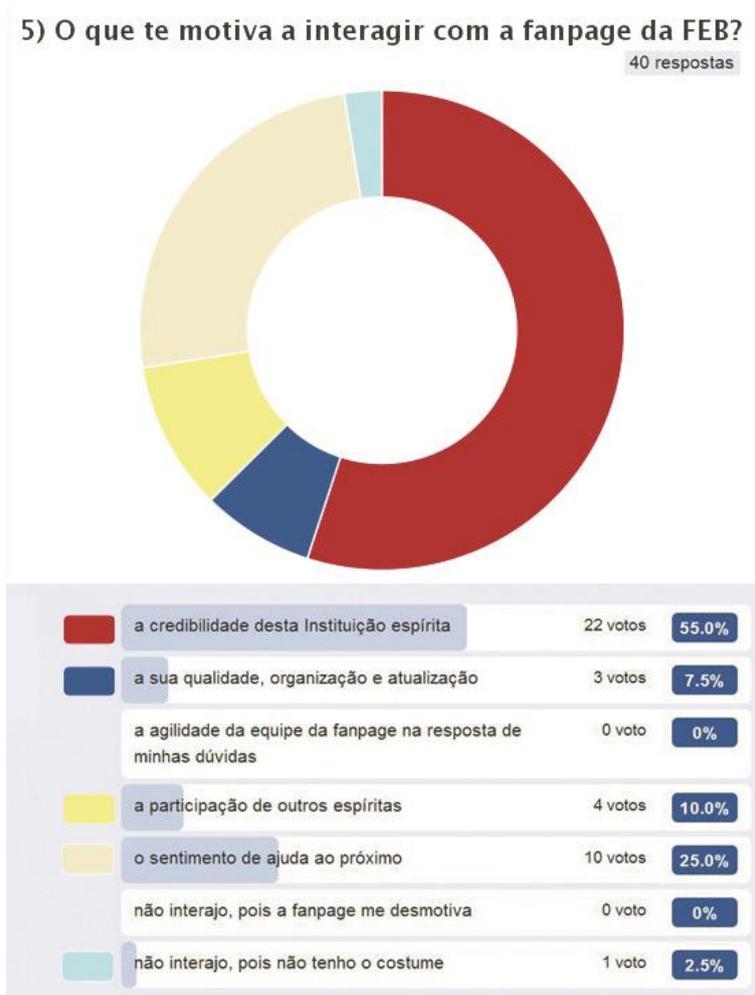
E sobre o último item da pergunta, as pessoas que não participam e que ficam “apenas lendo”, mostrou (novamente) ser o menor número, com apenas uma indicação, portanto, 2,5% das intenções.

⁴⁸ “A FEB Editora publica todos os livros da Codificação Kardequiana e cerca de 500 outros títulos, dos quais 88 psicografados por Chico Xavier. São 45 milhões de obras publicadas por 160 autores, sendo 10 milhões apenas de Obras básicas da Doutrina Espírita. Entre romances, mensagens, contos, crônicas, textos científicos e filosóficos, existem obras traduzidas para o espanhol, francês, inglês, russo, esperanto, húngaro.” Disponível em: <<http://www.febeditora.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 1º out. 2014.

⁴⁹ *Banner* postado na fanpage em 27 de agosto de 2014. Disponível em: <<http://on.fb.me/1vHdTCw>>. Acesso em: 04 out. 2014

⁵⁰ Este *banner* não se encontra mais na linha do tempo da fanpage, naturalmente por conta do término da promoção. Todavia, pode ser visto mais adiante, publicado neste trabalho: Figura 22: fanpage da FEB - “Promoção do mês”.

Gráfico 11: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 5



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Um pouco mais da metade das 40 respostas, 55%, considerou a credibilidade da Instituição como fator determinante para interagir com sua fanpage.

Não é por menos que, em 2014, a Federação Espírita Brasileira comemorou 130 anos de existência, constituindo uma das principais entidades representativas do Espiritismo no Brasil, conforme informa a literatura espírita atual.

Importante ressaltar ainda que 10 pessoas que participaram desta pergunta da Enquete, o que equivale a 25% das intenções, disseram que o motivo principal de interação com a fanpage da FEB se dá pela questão do “sentimento de ajuda ao próximo”, o que, de fato, se justifica pela quantidade diária de postagens, contribuições pontuais, respostas, discussões, interações, ações que servem para medir o afeto ou o sentimento que esses usuários-mídia espíritas expressam na fanpage da Instituição.

Figura 8: Fanpage da FEB – Botão “Avaliações”

Estrelas	Quantidade
5 ★	3,5 mil
4 ★	285
3 ★	136
2 ★	74
1 ★	83

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/reviews>

No *menu* da fanpage da FEB há um interessante botão chamado “Avaliações”⁵¹, que traz quase 5 mil avaliações (a maioria com depoimentos) sobre a Instituição centenária FEB, sendo que 3.700 pessoas desse montante a avaliaram com 5 estrelas⁵², o que o Facebook classifica como “amei!”.

Já 2,2%, portanto, 104 pessoas, avaliaram a FEB com apenas 1 estrela, classificado como “odiei”.

Se 3.596 usuários “amam a FEB” como consta de suas avaliações na fanpage, isso pode significar que a Instituição transmite bastante confiança a ponto dessas pessoas se sentirem à vontade para responder tal avaliação que, até onde sabemos, não teve nenhum mecanismo de indução ou pedido expresso de participação. Como constatado, tudo partiu da espontaneidade dos usuários em contribuir com seus depoimentos.

⁵¹ Números observados na página em 1º out. 2014.

⁵² No botão “Avaliações” há a conceituação das estrelas como: 1 estrela: “odiei”; 2 estrelas: “não curti”; 3 estrelas: “curti”; 4 estrelas: “curti muito”; 5 estrelas: “amei!”

Figura 9: Fanpage da FEB - 500 mil curtidas

Federação Espírita Brasileira
Curtir · 13 de julho · Público

Estamos muito felizes por contar sempre com vocês!

Curtir · Compartilhar · Compartilhar
3.126 pessoas curtiram · Principais comentários · 54 compartilhamentos

500 MIL CURTIDAS

VOCÊ FAZ PARTE DE NOSSA HISTÓRIA. MUITO OBRIGADA.

A Federação é que faz parte da minha história...fui evangelizada na Federação Espírita de Brasília...em minha adolescência frequentei a Federação Espírita de Pernambuco em Recife. E hoje trago a doutrina em minha mente, no meu coração e sempre que consigo superar minhas mazelas nos meus atos. O brigada Kardec, André Luiz, Emmanuel, Leon Denis, Lucius, Leonel, Luiz Sérgio e todos os que encarnados ou desencarnados fazem a diferença...principalmente os meus pais desencarnados... Que Deus nos abençoe.

Curtir · Responder · 13 de julho às 11:07

Com orgulho!
Curtir · Responder · 2 · 13 de julho às 10:03

Luz e paz para todos...assim seja.
Curtir · Responder · 2 · 13 de julho às 08:58

Nós é que agradecemos pelo direcionamento e respaldo que dão à Doutrina Espírita no Brasil!
Curtir · Responder · 2 · 13 de julho às 06:50

Comte comigo paz e luz !
Descurtir · Responder · 1 · 15 de julho às 08:37

Eu sou feliz por contar sempre com vocês!
Descurtir · Responder · 1 · 13 de julho às 16:58

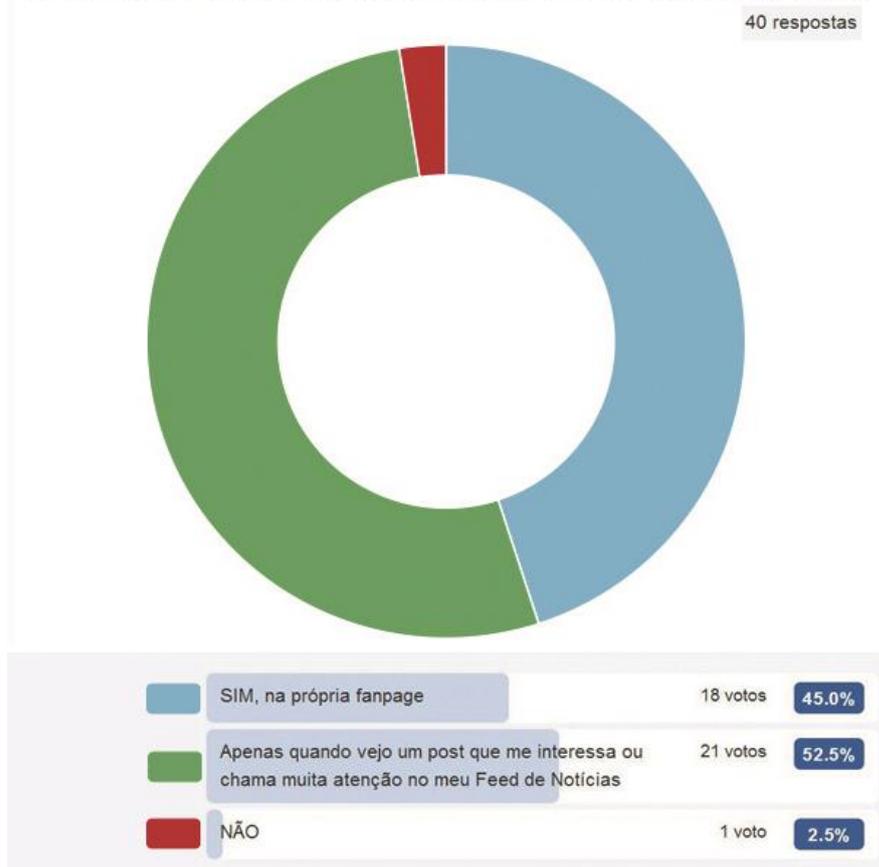
obrigado voces também fazem parte da minha historia
Descurtir · Responder · 1 · 13 de julho às 12:33

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/reviews>

Em 13 de julho de 2014, a FEB publicou este *post* comunicando as “500 mil curtidas” na fanpage, o que gerou diversos comentários elogiosos, evidenciando que o usuário-mídia espírita é um autêntico advogado da marca FEB.

Gráfico 12: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 6

6) Você já deixou comentários sobre as postagens da FEB?



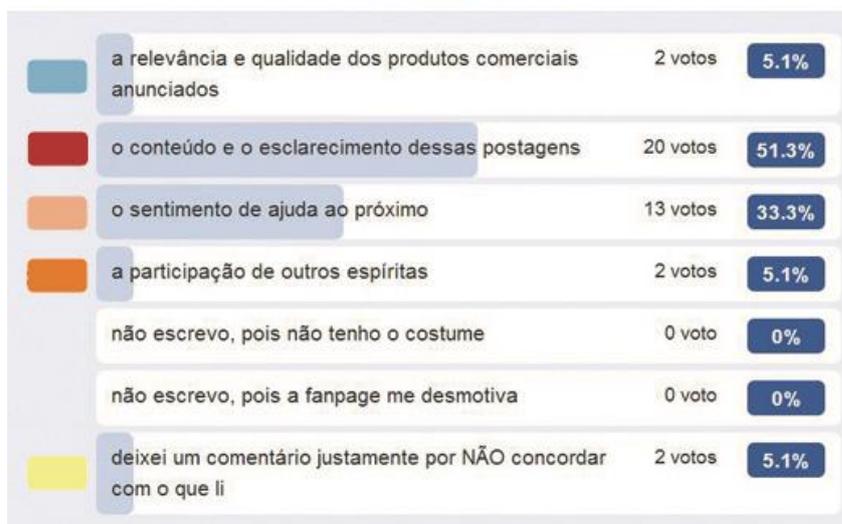
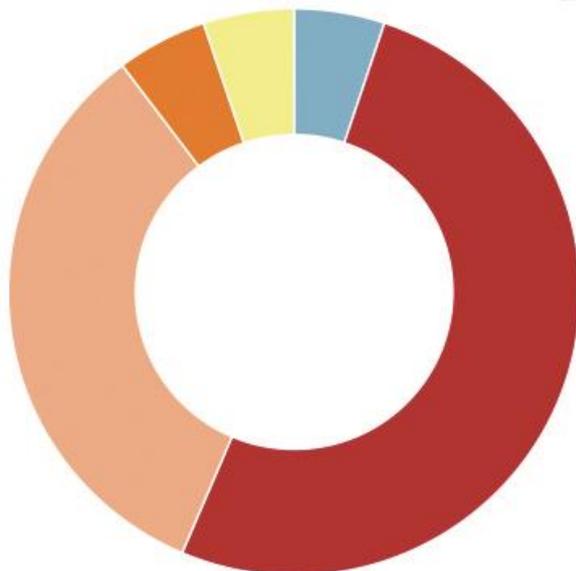
FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Neste gráfico, observamos que o fator “interação” se repetiu na medida em que o usuário deixa seus comentários na fanpage (apenas) quando vê um *post* que lhe interessa ou que chama muita atenção em seu *Feed* de Notícias.

Gráfico 13: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 7

7) O que te motivou a escrever esses comentários?

39 respostas



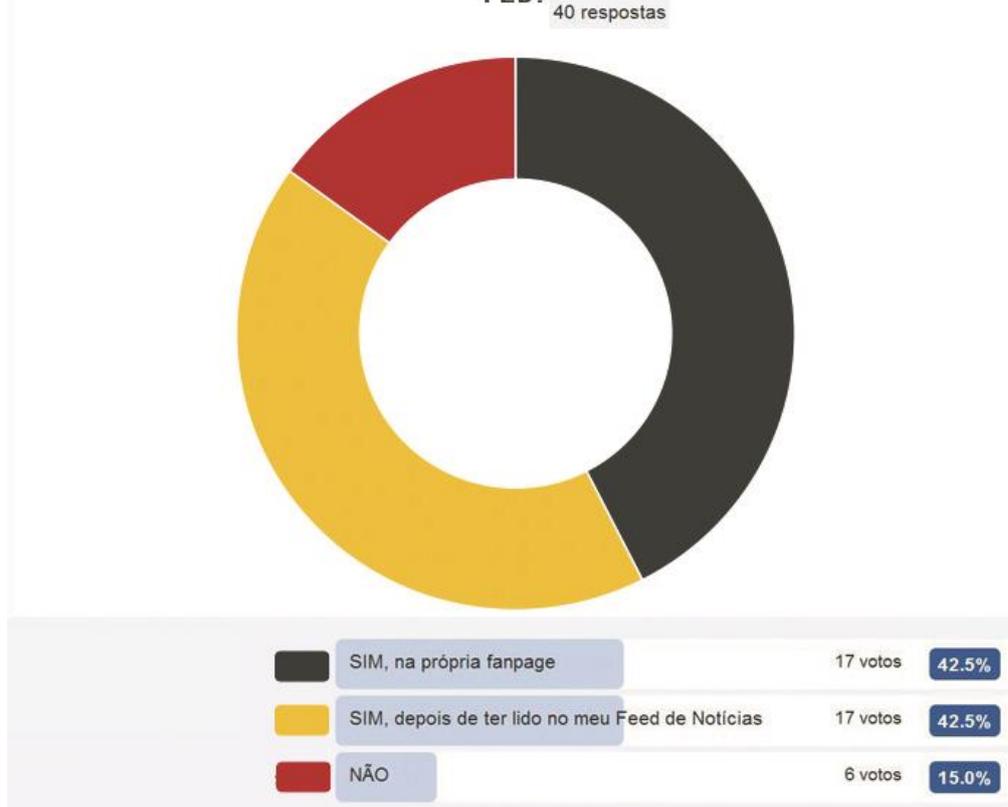
FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Um pouco mais da metade dos participantes desta pergunta da Enquete, portanto, 51,3%, disseram que “o conteúdo e o esclarecimento dessas postagens” são os fatores determinantes que os motivam a escrever comentários.

Mais uma vez, o “sentimento de ajuda ao próximo” revelou uma intenção ainda mais expressiva, ao passo que “a relevância e qualidade dos produtos comerciais anunciados” expressou novamente baixa intenção.

Gráfico 14: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 8

8) Você já curtiu o comentário de algum participante da fanpage da FEB?



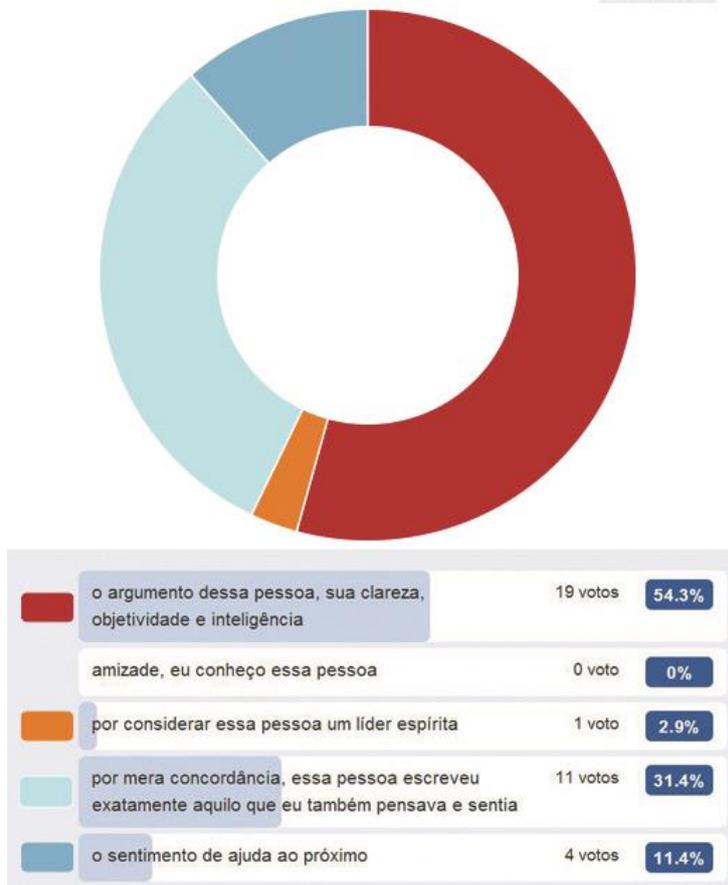
FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Neste gráfico fica claro, mais uma vez, que as maneiras de curtir podem se dar por meio da própria fanpage da FEB, assim como pelo *Feed* de Notícias do usuário. Ou seja, as postagens conduzem as pessoas aos comentários, que podem ser curtidos de duas maneiras, desde que o mesmo seja relevante e sensibilize esse usuário de alguma forma especial.

Gráfico 15: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 9

9) Se sim, o que te levou a curtir esse comentário?

35 respostas



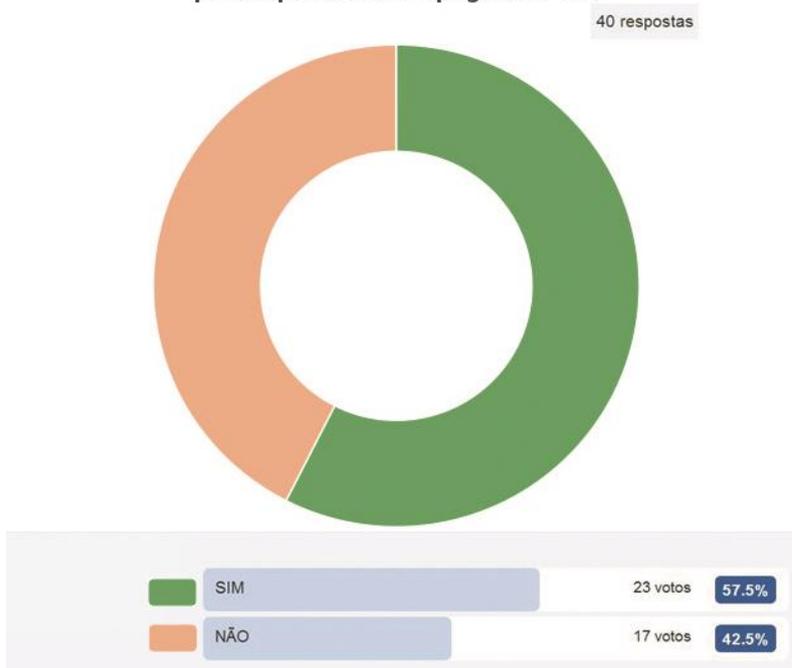
FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Na primeira resposta, a que teve maior votação, 54,3%, observa-se a coerência e a fé raciocinada desses usuários-mídia espíritas, especificamente ao curtirem comentários onde “o argumento da pessoa, sua clareza, objetividade e inteligência” das colocações fizeram mais sentido para eles.

Outra alternativa dessa pergunta, a que obteve 11 indicações, 31,4%, demonstra que quando alguém escreve exatamente aquilo que outra pessoa pensa ou sente, isso também pode gerar uma curtida ou até mesmo um comentário posterior.

Gráfico 16: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 10

10) Você já fez algum comentário sobre o comentário de um participante da fanpage da FEB?



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Como visto acima, 57,5% dos 40 participantes desta pergunta da Enquete já realizaram algum tipo de comentário sobre o comentário de alguém.

Um bom exemplo sobre a interação entre os usuários-mídia espíritas (diante de um tema polêmico) pode ser observado quando a FEB publicou, em seu site, um “Manifesto contra a legalização da maconha”⁵³, onde o seu Conselho Diretor e Diretoria Executiva da Instituição afirmaram que “é chegada hora de ecoar o posicionamento a favor da vida e contrário a essa legalização” (2014, Anexo F). E arrematam no final do documento: “[...] É necessário que nossa voz ressoe de forma segura e fundamentada no respeito à vida, evitando que tal legalização venha a provocar impactos nocivos à população brasileira.” (2014, Anexo F)

⁵³ O referido documento encontra-se na íntegra em Anexo F. Disponível em: <<http://bit.ly/1p6PiCc>>. Acesso em: 03 out. 2014

Figura 10: Fanpage da FEB – Manifesto contra a legalização da maconha

Federação Espírita Brasileira compartilhou um link.
25 de agosto

Manifestação contra a Legalização da maconha
www.febnet.org.br

A Federação Espírita Brasileira é contrária à regulamentação da produção, comércio e uso da maconha que está em tramitação no Senado ...

Descurtir · Comentar · Compartilhar · 3.190 164 832 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Miguel · E o livre arbítrio dane-se ??? Não acredito de forma alguma que proibir resolva, a proibição apenas eleva o preço e gera milionários grupos de crime organizado. Quem quer usar usa, proibindo ou não, eu não bebo nada alcoólico, nem cerveja e é liberado.
Descurtir · Responder · 7 · 25 de agosto às 12:52

Antonio Augusto · Me espanta muito ver espíritas se colocando contra a FEB, sem antes fazer uma reflexão profunda sobre suas ações, uma organização amparada por espíritos superiores, e nós ainda agarrados aos nossos orgulho desvairado, nos iludindo de estarmos em melhores condições de opinar, menininhos teimosos e birrentos, mimados pelo nosso orgulho! Fiquem com Deus!
Curtir · Responder · 2 · 27 de agosto às 10:29

Antonio Augusto · Concordo com você, a diretriz da FEB é a doutrina espírita, não esse relativismo moral que tem trazido consequências terríveis para a sociedade nos dias de hoje. É graças a esse relativismo que hoje as pessoas não desenvolvem o discernimento e a consciência. E a FEB está com a razão: eu tenho colegas que são psiquiatras e dizem a mesma coisa: estudos psiquiátricos indicam que a maconha predispõe a psicoses e esquizofrenia. O que dizer de um mundo cheio de psicóticos e esquizofrênicos por conta de um suposto direito ao uso de maconha?
Curtir · 1 · 23 de setembro às 09:16 · Editado

Miguel · Me parece que o dano da proibição é muito maior que o da legalização, uma vez que a proibição fomenta as organizações de tráfico de drogas, e leva usuários e pequenos vendedores e produtores à esfera da marginalidade.

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Dois dias após a divulgação do Manifesto no site da FEB, portanto, em 25 de agosto de 2014, foi publicado um *post* divulgando o *link* que dá acesso ao referido documento. Tão rapidamente, o mesmo gerou 164 comentários⁵⁴, em parte, defendendo as ideias expressadas no documento; em parte, contra o posicionamento da Instituição, considerado “radical”⁵⁵.

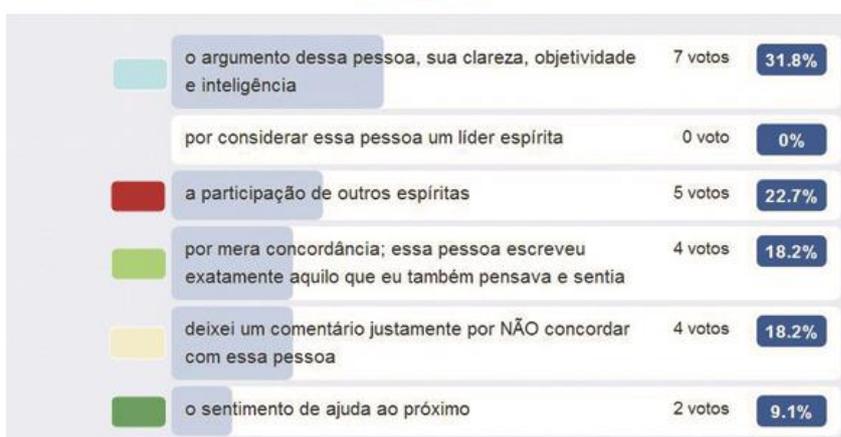
⁵⁴ Dados observados em: 03 out. 2014

⁵⁵ Conclusão meramente pessoal, baseada em nossas leituras das respostas que constam na referida postagem.

Gráfico 17: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 11

11) Se sim, o que te motivou a escrever esse comentário?

22 respostas



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Com base nos diversos comentários de usuários-mídia espíritas na fanpage da FEB, fica evidente que “o argumento dessa pessoa, sua clareza, objetividade e inteligência”, com 31,8% das respostas fornecidas por 7 pessoas, é fator preponderante que motiva alguém a escrever uma observação.

É importante assinalar que a penúltima alternativa desta pergunta, “deixei um comentário justamente por NÃO concordar com o que li”, foi sugerida por um usuário da fanpage – o primeiro que participou de nossa Enquete. Eis os comentários que nos foram enviados:

Geralmente não leio e nem comento, só olho, mas diante do pessimismo que li sobre o tema “Brasil coração do mundo pátria do Evangelho”, me perguntei como pode alguém se dizer espírita e ter uma visão tão materialista, pequena, em curto prazo, pessimista...

Adriano, sinceramente, por causa de alguns comentários postados, não acredito que TODOS que estão na fanpage sejam espíritas. Espíritas conscientes, espíritas que estudam, espíritas que confiam no poder e governança de Jesus, NÃO podem tecer comentários tão negativos e pessimistas... (sic)

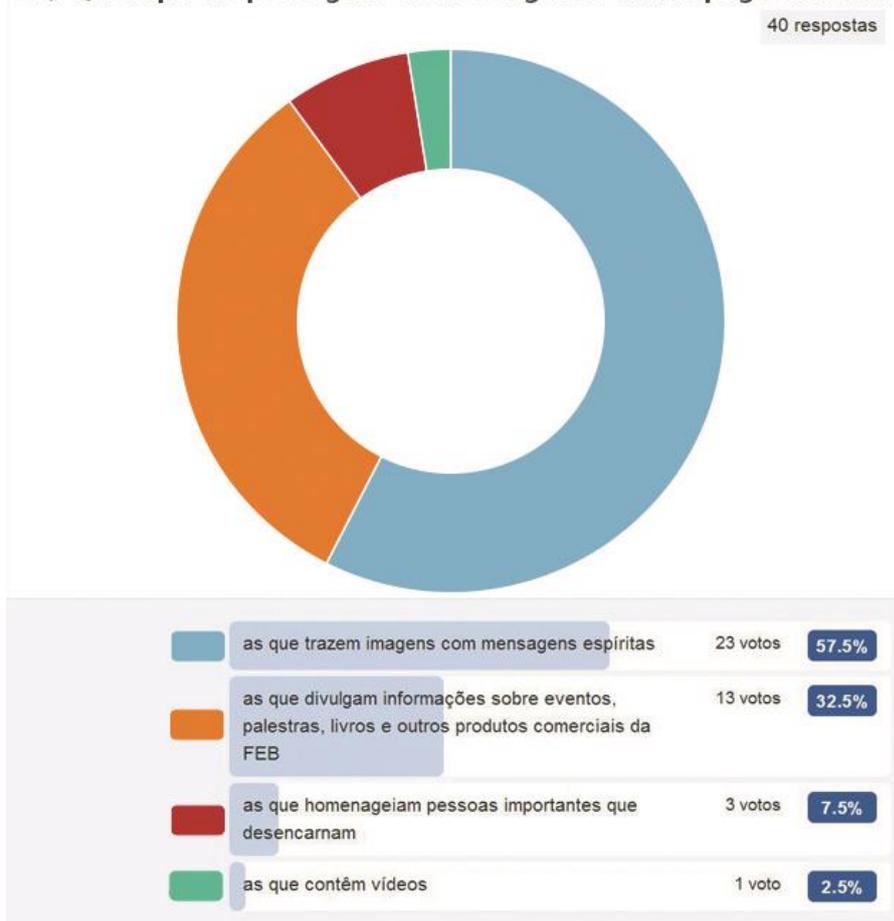
Já aconteceu d’eu comentar por sentimento de ajuda sim, pois por duas vezes duas meninas escreveram coisas deprimentes sobre outra e tentei ajudar com algumas palavras, mas “msm” assim poderia ter a mesma opção da 11⁵⁶ lá tb. (sic)
Respondi um comentário justamente por NÃO concordar. qdo concordo, apenas curto. (sic)

Interessante observar ainda que não houve intenção para a alternativa “por considerar essa pessoa um líder espírita”. Portanto, é fato que isso não motiva os usuários a escrever seus comentários. Ao passo que “a participação de outros espíritas” sugere que um “comentário puxa o outro”, e que o aspecto colaborativo é o que mais conta quando se fala de interação entre usuários-mídia espíritas na fanpage da FEB.

⁵⁶ O usuário se refere à questão de número 11 da Enquete, em que ele solicitou-me a inclusão da alternativa “deixei um comentário justamente por NÃO concordar com o que li”. Outras ponderações sobre a Enquete podem ser observadas nesse trabalho, no Anexo E - Comentários de usuários-mídia espírita sobre a aplicação da Enquete.

Gráfico 18: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 12

12) Que tipo de postagem mais te agrada na fanpage da FEB?



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Com 57,5% das intenções, observamos grande interesse em postagens que “trazem imagens com mensagens espíritas”.

As nossas análises demonstraram que mensagens de impacto (como a da figura seguinte) despertam grande interesse e interatividade na fanpage. Esta mensagem do espírito André Luiz, psicografada por Chico Xavier, gerou 3.268 compartilhamentos – ação bastante expressiva quando se considera que “compartilhar” é algo mais complexo, pois exige do usuário mais que um simples clique.

Em segundo lugar nas intenções, com 32,5%, 13 participantes consideraram que as postagens que “divulgam informações sobre eventos, palestras, livros e outros produtos comerciais da FEB” são de importância secundária para eles, já que falamos do tipo de *post* que mais agrada esses usuários-mídia espíritas.

Figura 11: Fanpage da FEB – Exemplo de postagem com mensagem espírita



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

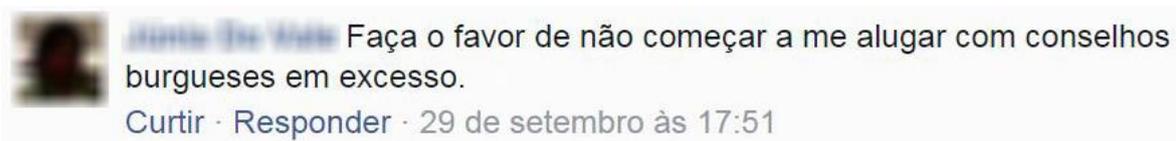
Um dos modelos mais utilizados à divulgação de mensagens espíritas na fanpage é o observado acima. Normalmente, são mensagens imperativas (de ordem espiritual), retiradas principalmente dos livros psicografados por Francisco Cândido Xavier – o Chico Xavier –, e reforçadas com apelo visual recorrente, por meio de uma temática focada em paisagens naturais.

Embora os compartilhamentos desse tipo de *post* ditem a forma de interação, em contrapartida, há uma média de 40 comentários neles.

Na postagem acima, por exemplo, os usuários formulam reflexões as mais variadas: “muitas das vezes é preferível ouvir a falar, vivendo é que aprendemos amadurecer para vida”. Ou ainda: “Muito bom, só falta eu por em prática...”

Como é natural entre seres humanos, diante de relações interpessoais, surgem alguns usuários que se sentem “afetados” com o teor de tais mensagens espirituais veiculadas pela Instituição, como o exemplo abaixo:

Figura 12: Fanpage da FEB - Comentário sobre postagem com mensagem espírita - A



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Em entrevista à Gerente de Comunicação e Marketing da FEB, perguntamos se as postagens sobre reclamações na *linha do tempo* da fanpage são apagadas. Se sim, por quê? E se as respostas eram fornecidas na *linha do tempo*⁵⁷ ou *inbox*.

A resposta é de Mayara Paz Costa: “Não, elas não são apagadas. Porém temos uma política de estarmos atentos a filtrar quando usuário se expressa fazendo uso de palavras de baixo calão⁵⁸ ou ofendendo outros usuários.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

Como visto, mostrou-se bastante coerente as diretrizes da equipe FEB, diante de determinadas colocações “excessivas” de usuários-mídia espíritas, opiniões pessoais essas, como constatamos por diversas vezes – de caráter ofensivo –, o que faz com que sejam apagadas da fanpage. Porém, como observamos mais de uma vez, essas ofensas não são deletadas imediatamente.

Sobre os *banners* (imagens com mensagens espíritas), eis o objetivo desse tipo de comunicação na fanpage, segundo relata a nossa fonte: “Nosso público demonstra interesse nestas mensagens. Elas são postadas diariamente.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

A Enquete apontou ainda para uma baixa adesão às visualizações de vídeos, quando o assunto é “agradar”. Sobre esse tipo de comunicação, eis a resposta da entrevistada: “Fazemos o uso de conteúdo multimídia que agregue qualidade ao conteúdo divulgado na fanpage.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

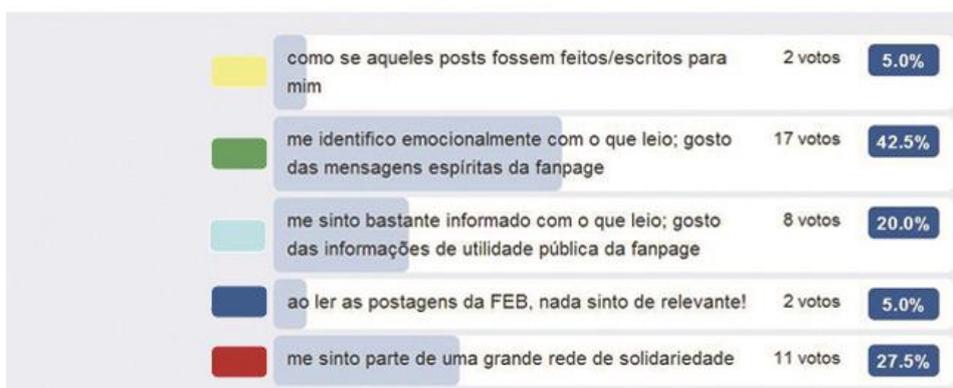
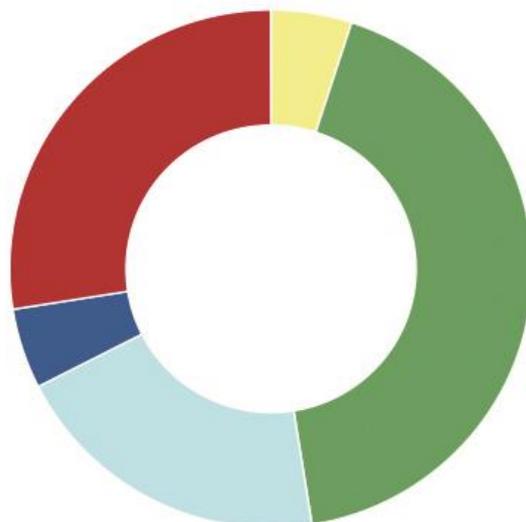
⁵⁷ De acordo com o Facebook, a *linha do tempo* é o lugar onde se podem ver as publicações de um usuário ou de uma empresa, tudo organizado pela data de publicação. E o *Inbox* é a caixa de mensagens desta rede social.

⁵⁸ No Facebook há uma ferramenta chamada “Filtro de linguagem ofensiva”, onde é possível optar pelo grau de bloqueio de linguagem obscena na página. O Facebook determina ainda o conteúdo que deve bloquear, com base nas palavras e frases denunciadas, marcadas como ofensivas pela comunidade.

Gráfico 19: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 13

13) Ao ler as postagens na fanpage da FEB, como você se sente?

40 respostas



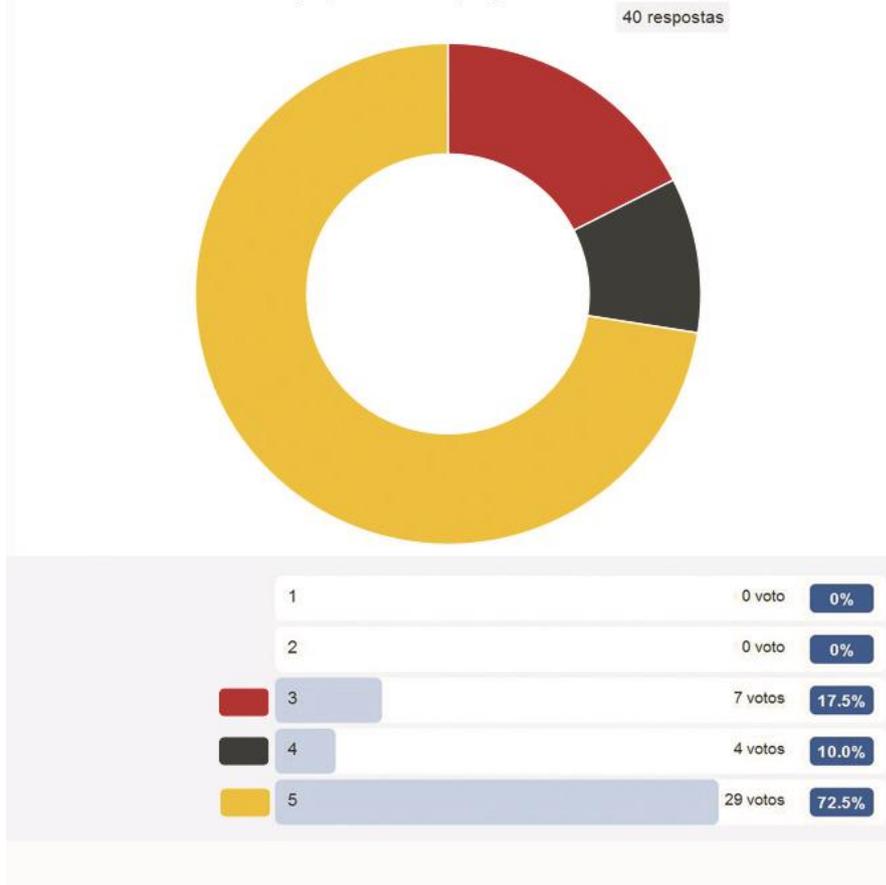
FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Com 42,5% das indicações, a alternativa, “me identifico emocionalmente com o que leio; gosto das mensagens espíritas da fanpage”, confirma por si só ser o tipo de postagem que mais envolve os participantes, especialmente pela possibilidade de trânsito desses *posts* no ato de compartilhar.

Com 27,5%, ou seja, 11 intenções de votos, observa-se que tais mensagens geram a sensação nas pessoas de participarem de uma Rede de Solidariedade – estudo que discutiremos com mais profundidade adiante.

Gráfico 20: Enquete com participantes da fanpage da FEB – pergunta 14

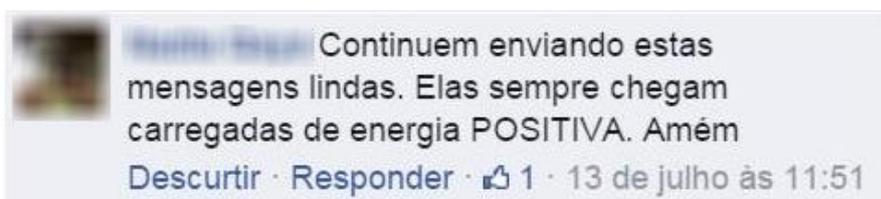
14) Como você avalia a qualidade das informações postadas pela equipe da fanpage da FEB?



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Com 72,5%, ou 29 indicações, o usuário aprova a qualidade das informações postadas pela equipe da FEB.

Observamos vários comentários (positivos) em favor da Instituição e da qualidade de seu conteúdo postado na fanpage. Isso prova que os usuários-mídia espíritas acompanham e são sensíveis ao teor espírita das comunicações veiculadas, como o exemplo na sequência:

Figura 13: Fanpage da FEB – Comentário sobre postagem com mensagem espírita - B

FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Gráfico 21: Enquete com participantes da fanpage – importância de fanpages no Facebook



FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

Como observado em nossa pesquisa na rede social digital Facebook, sobre a existência (ou não) de fanpages das Federativas dos Estados, concluiu-se que todas essas Instituições espíritas já possuem a sua representação digital no Facebook por meio de uma fanpage, embora com números de fãs/curtidas pouco expressivos se comparados com os encontrados na fanpage da FEB.

Em seu primeiro *Manual de Comunicação Social Espírita - Fundamentos Filosóficos e técnicos*, de 2011, a FEB não publicou menção alguma sobre a importância das redes sociais, muito menos sobre a importância do Facebook como ferramenta digital à divulgação de sua marca ou de sua Instituição.

Já no Manual de *Orientação à Comunicação Social Espírita*⁵⁹, republicado pela FEB em 2013, a Instituição passou a dar certa importância ao Facebook, conforme consta no referido documento, por meio deste trecho:

Para instituições espíritas, possibilita a divulgação do Espiritismo e das ações do Movimento Espírita, trazendo os usuários para dentro do cenário institucional e doutrinário. Dinamiza, assim, os projetos e eventos com interações e questionamentos diretos de seus participantes, além de permitir ações conjuntas entre setores e localidades diversas, em tempo real. (SEBA, 2013, p.53)

É interessante observar ainda que o referido documento cumpre a sua função de manual, já que ensina “como criar um perfil no Facebook...” e “Como criar uma página...”, considerando agora as seguintes observações:

Por tratar-se de um meio altamente veloz, a matéria inserida requer constante atualização, pois a consulta é feita, diariamente, por centenas ou milhares de internautas. É recomendável que o conteúdo noticioso seja atualizado diariamente, pois ninguém irá se interessar por notícias velhas. Em se tratando de artigos, entrevistas e biografias, esse tipo de matéria poderá permanecer por mais tempo. (SEBA, 2013, p.54)

8.4.4. Postagens mais acessadas na fanpage

Neste estudo de caso, procuramos observar quais as postagens que tiveram mais popularidade ao se considerar curtidas, comentários e compartilhamentos.

Na quinta-feira do dia 13 de março de 2014, desencarnava o autor e ator Paulo Goulart, um dos maiores talentos do teatro brasileiro. Um dia depois, a FEB lançaria um *post* incentivando seus seguidores a fazerem uma prece em homenagem ao artista, publicando ainda uma frase espírita dita por ele.

⁵⁹ Disponível em: <<http://bit.ly/1sawPIk>>. Acesso em: 04 out. 2014.

Figura 14: Fanpage da FEB – Desencarne de Paulo Goulart

Federação Espírita Brasileira
14 de março

Nossas preces para o homem que por meio da arte divulgou o Espiritismo.
Paulo Goulart participou dos filmes: “Nosso Lar” e “Chico Xavier – O Filme”.

Foto: UOL

“TODOS NASCEMOS COM
UMA MISSÃO A CUMPRIR!
PROCURO CUMPRIR A MINHA VIVENCIANDO A
MORAL ESPÍRITA E SEGUINDO OS FUNDAMENTOS
BÁSICOS DA DOCTRINA: VIVENCIAR A VERDADE,
NÃO JULGAR, ESTUDAR SEMPRE, NÃO ME
ACOMODAR, SER GENEROSO, ENFIM, FAZER A
NOSSA PARTE, CRIANDO ASSIM A SINTONIA COM
O POLISSISTEMA ESPIRITUAL.
ALÉM DOS JÁ ENUMERADOS, APRENDEMOS QUE
NÃO EXISTE EFEITO SEM CAUSA!”
– PAULO GOULART 1953 – 2014

130 ANOS 1884 2014
Federação Espírita Brasileira

Curtir · Comentar · Compartilhar 27.166 586 16.759 compartilhamentos

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

No dia 17 de março, quatro dias após a morte do artista, a FEB soltou a seguinte nota⁶⁰ em seu site: “Em março, a fanpage da Federação Espírita Brasileira no Facebook alcançou o número de 214 mil seguidores. Tivemos a alegria de ter uma postagem recorde.”

Nesta data, a FEB publicou também estatísticas de acessos à sua fanpage: “Com ela: 1.275.392 pessoas foram alcançadas; 85.258 curtiram; 2.499 comentaram; 14.996 compartilharam.

Por meio da entrevista, questionamos quais os tipos de postagens realizadas no perfil da FEB que mais geraram participação e engajamento desde o lançamento da página, em 2011. Procuramos saber ainda as postagens que menos geram interação. O que nos respondeu a Gerente:

⁶⁰ Disponível em: <<http://bit.ly/1BFQvpB>>. Acesso em: 04 out. 2014.

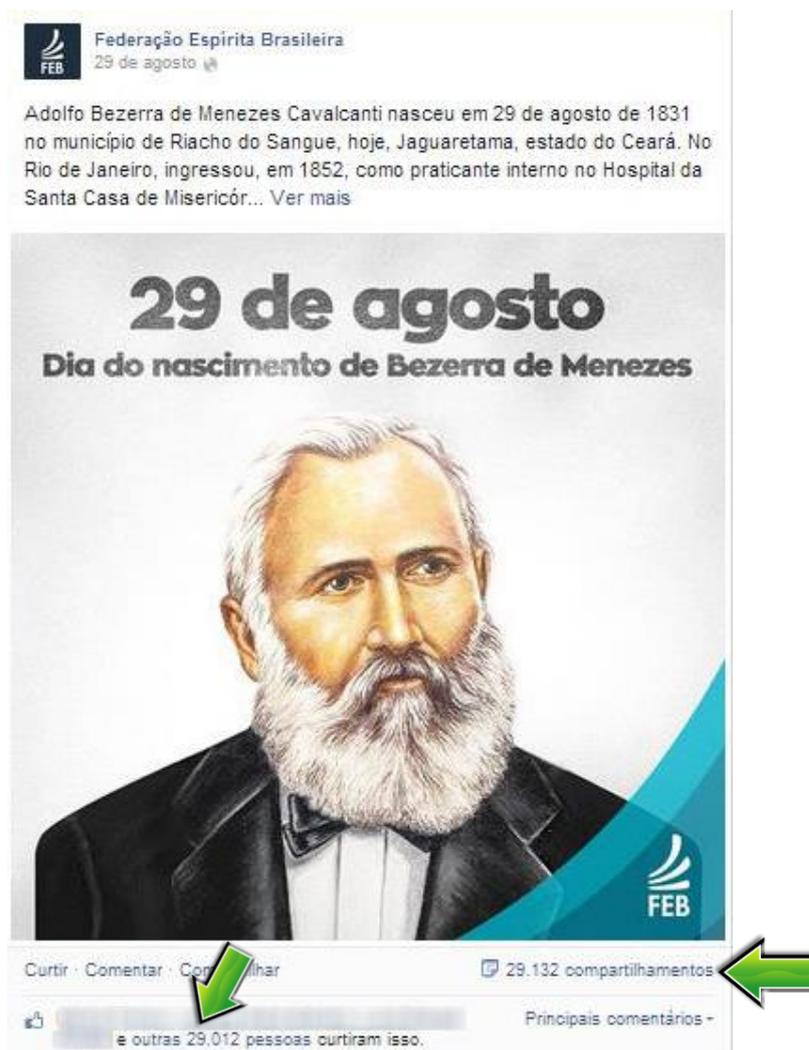
Não é possível enquadrar conteúdos que gerem mais ou menos participação, pois observamos que há uma grande variação relativa ao dia, ao momento da atualidade, ao conteúdo ou imagem postada. Nós valorizamos todo tipo de participação, pois ainda que seja pequena ela fez alguma diferença e estimulou aquela participação. Mas sem dúvida as mensagens e preces são as que têm maior engajamento. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Aprofundando um pouco mais a questão, perguntamos se a equipe mantenedora da fanpage participa/interage com os comentários gerados por meio dessas postagens específicas sobre desencarnes. E se interagem, como isso se dava. Eis a resposta seguinte: “Depende da necessidade. Consideramos o caráter oficial e institucional da fanpage.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

Questionamos ainda: Vocês realizam algum tipo de análise sobre os comentários gerados por essas postagens específicas sobre desencarnes? Se sim, que tipo de estudo? É gerado algum relatório sobre isso, qual a sua finalidade? O que a fonte respondeu a seguir:

Estas postagens sobre desencarnação de pessoas públicas, ou solidariedade em preces aos que estejam necessitando delas não recebem uma atenção diferenciada em relação às demais. Para conhecimento, hoje a postagem que mais repercutiu foi a referente ao aniversário de Bezerra de Menezes, postada no dia 29 de agosto de 2014. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Figura 15: Fanpage da FEB – Efeméride sobre nascimento de Bezerra de Menezes



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Observemos que nesta postagem⁶¹, há o valor de 29.132 compartilhamentos, além de 29.012 curtidas que, somados, traduzem o máximo de visibilidade alcançada na fanpage por meio de uma única postagem, frente às mais de mil já realizadas pela FEB, desde 2011.

Sem dúvidas, Dr. Bezerra de Menezes é personalidade amada entre os espíritas do mundo, considerado por muitos como “O Kardec Brasileiro” ou “O Médico dos Pobres”, tendo, inclusive, a sua cinebiografia⁶² brasileira lançada em 2008.

⁶¹ Este *post* não está mais disponível na linha do tempo da fanpage.

⁶² O nome do filme é *Bezerra de Menezes - O Diário de Um Espírito*, com direção de Glauber Santos Paiva Filho e Joel Pimentel.

No final do século 19, Bezerra fora presidente e vice-presidente da FEB – um dos espiritistas mais importantes na formação da Comunicação Social Espírita, segundo a própria Federação Espírita Brasileira.

Em 1969, Francisco Cândido Xavier recebera uma mensagem psicográfica⁶³ do espírito Bezerra de Menezes, que narra, dentre outros assuntos, a importância da divulgação espírita no País à época. Eis um pequeno trecho:

[...] Compreendamos que a vossa tarefa na divulgação do Espiritismo é ação gigantesca, de que não vos será lícito desertar. Nesse aspecto do assunto, urge considerarmos o impositivo da distribuição equitativa e plena dos valores espirituais, tanto quanto possível, em benefício de todos. [...] (SEBA, 2013, p.13)

Questionamos a possibilidade de a fonte listar os cinco temas considerados importantes para a FEB, do ponto de vista da divulgação na fanpage, e quais desses temas geravam mais participação e engajamento. A resposta de nossa entrevistada vem em seguida:

Nosso principal objetivo é tratar de temas referentes à difusão da Doutrina Espírita; estimular o estudo; levar mensagens de conforto e orientação; divulgar ações da FEB e das Federativas espalhadas por todo País; divulgar conteúdos ligados à atualidade. Além destes, focamos, com boa repercussão, na alusão a efemérides como nascimento e obras de Bezerra de Menezes. (COSTA, 2014, Apêndice A)

⁶³ Publicada no Manual de *Orientação à Comunicação Social Espírita*, item “Divulgação Espírita”, p.13. Disponível em: <<http://bit.ly/1sawPlk>>. Acesso em: 04 out. 2014

Figura 16: Fanpage da FEB – Postagem sobre desencarne de Eduardo Campos- A

Federação Espírita Brasileira
13 de agosto · Editado

A Federação Espírita Brasileira se solidariza com os familiares e amigos dos sete passageiros que desencarnaram na manhã de hoje (13/8/2014) em um acidente de avião.

EDUARDO CAMPOS
10/8/1965 - 13/8/2014

"UMA EXISTÊNCIA É UM ATO. UM CORPO - UMA VESTE. UM SÉCULO - UM DIA. UM SERVIÇO - UMA EXPERIÊNCIA. UM TRIUNFO - UMA ADQUISIÇÃO. UMA MORTE - UM SÓPRO RENOVADOR. A VIDA NÃO CESSA. A VIDA É FONTE ETERNA E A MORTE É O JOGO ESCURO DAS ILUSÕES". ANDRÉ LUIZ

LIVRO NOSSO LAR. ESPÍRITO ANDRÉ LUIZ. PSICOGRAFADO POR CINCO XAVIER

FEB

Curtir · Comentar · Compartilhar

21.288 compartilhamentos

e outras 38.423 pessoas curtiram isso.

Principais comentários -

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Na manhã de 13 de agosto de 2014, o economista, político brasileiro e candidato à Presidência da República, Eduardo Campos, desencarnou em trágico acidente aéreo.

A FEB publicaria (nos mesmos moldes das mensagens espíritas) o *post* acima⁶⁴. Tal publicação se deu na mesma manhã do acidente, gerando, assim, no passar dos dias, 21.288 compartilhamentos, além de mais de 38 mil curtidas.

Na entrevista, perguntamos à fonte se postagens específicas sobre desencarnes, com a do Paulo Goulart (14/03), e essa de Eduardo Campos (13/08),

⁶⁴ Este *post* não está mais disponível na linha do tempo da fanpage.

são estratégias de comunicação para gerar mais engajamento/participação no perfil. O que nos foi respondido, enfaticamente:

Não. Nós não criamos postagens com finalidade de gerar curtidas ou comentários e sim de levar aos seguidores da página da FEB mensagens de reflexão, consolo, conhecimento. Mas estamos sempre muito atentos a temas da atualidade como é papel de todo comunicador. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Figura 17: Fanpage da FEB – Botão “Curtidas”



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

No *menu* da fanpage da FEB há um outro botão chamado “Curtidas”, que expressa um gráfico básico onde é possível saber que na quarta-feira, 13 de agosto de 2014, houve um pico de acessos na fanpage, certamente por conta do *post* sobre o desencarne de Eduardo Campos.

É possível saber ainda que essa movimentação teve maior incidência em São Paulo (Estado onde ocorrera o acidente aéreo), por meio de um grupo etário de

25-44 anos de idade. Por conta disso, a página passou a ter um aumento de 2,1% de acessos num período de uma semana.

8.4.5. Usuário-mídia espírita e a Rede de Solidariedade

Em decorrência das observações que realizamos sobre postagens de usuários, chegamos à conclusão que a fanpage da FEB abriga uma espécie de Rede de Solidariedade – um neologismo nosso para tentar definir as relações comunicacionais que ocorrem sempre que um *post*⁶⁵ é publicado na página.

Inquirimos a FEB, por meio de sua Gerente de Comunicação, se a equipe tinha conhecimento que determinados comentários que circulam pela fanpage da FEB alimentam essa de Rede de Solidariedade, onde usuários ajudam/esclarecem/consolam outros usuários, ou até rebatem comentários não espíritas ou posicionamentos muito negativos/destrutivos.

Consequentemente, surgiu também nova dúvida de como a equipe mantenedora da fanpage avaliava tais relações. A resposta fora fornecida da seguinte maneira: “Estas participações são válidas e nos auxiliam muito no entendimento do público para quem estamos falando.” (COSTA, 2014, Apêndice A)

Abaixo, duas postagens que revelam aspectos da confraternização universal que há entre os espíritas na fanpage.

Figura 18: Fanpage da FEB - Comentário sobre “união entre os espíritas”- A

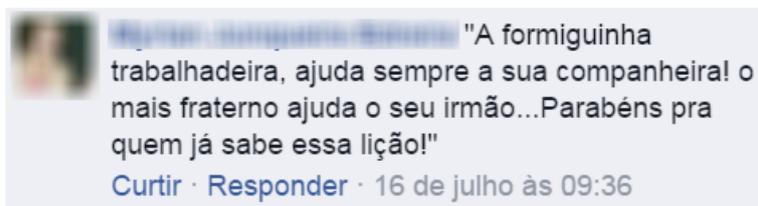


FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Segundo consta na literatura espírita, o sentido de união e coletividade é muito forte no Movimento Espírita Brasileiro, comportamento interpessoal que acaba por refletir diretamente na fanpage quando se observa a presença efetiva desses usuários-mídia espíritas.

⁶⁵Post, postagem ou publicação é uma entrada cronológica de texto e/ou imagem com texto no Facebook.

Figura 19: Fanpage da FEB - Comentário sobre “união entre os espíritas”- B



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

De acordo com os objetivos deste estudo de caso, decidimos analisar a qualidade das interações entre os usuários-mídia espíritas e a fanpage desta instituição religiosa. Assim, compreendem-se por “qualidade das interações” os cinco aspectos metodológicos que serão estudados a seguir:

- **Qualidade dos textos de consolo;**
- **Qualidade dos textos de agradecimento;**
- **Qualidade dos textos com participação da FEB;**
- **Qualidade dos textos de usuário esclarecendo usuário;**
- **Qualidade dos textos com pedidos de ajuda e orações.**

8.4.5.1. Qualidade dos textos de consolo

Entendem-se aqui por “textos de consolo”, os provindos de usuários que expressam valores emotivos nas postagens da fanpage, especificamente sobre tragédias e/ou morte de personalidades famosas.

A nossa principal dúvida era: Até que ponto uma expressão emotiva poderia influenciar outros usuários-mídia espíritas da fanpage?

A figura a seguir traz vários comentários na postagem sobre o desencarne de Eduardo Campos. Por meio das setas (à direita) é possível observar que, horas depois da morte do político, surgiu uma quantidade significativa de curtidas e respostas sobre os comentários de alguns participantes, o que denota o nível de interesse e repercussão por essa postagem da equipe FEB.

Começamos por observar o comentário da seta à esquerda, cujo usuário diz o seguinte: “A figura está bonita e a mensagem está perfeita. Contudo, amigos da

FEB, é de bom tom acrescentar os nomes das outras pessoas!! Todos, no voo, são pessoas de valor! Por favor: façam isso o mais rápido possível!! PS:. Sim! Sou espírita!!”

A fala dessa pessoa revela alguns aspectos importantes nesse ambiente digital (aparentemente) não íntimo. Esses aspectos perpassam pelo nível de liberdade expressado no comentário, especialmente quando ela diz que “é de bom tom acrescentar”, solicitando ainda rapidez na correção do *post*: “façam isso o mais rápido possível!!”. O final de seu texto, “PS:. Sim! Sou espírita!!”, reafirma essa liberdade a qual falamos, à medida que ela escreve na fanpage exatamente aquilo que acha pertinente, tanto para si como para o próximo – um usuário desconhecido.

Tudo parece ser admitido na fanpage, pelo fato de ser “espírita”, como se a FEB fosse um órgão público e a tal pessoa, “pagadora de impostos”, tivesse o direito de exigir alterações imediatas num *post* que ela acabou de ver.

Denota-se ainda, pelo teor desse comentário, que a FEB deve estar a serviço dos usuários-mídia espíritas (e não o contrário), sempre pronta para alterar aquilo que eles acharem conveniente, sendo a Instituição mera “coadjuvante” e os seus usuários, os “protagonistas” dessa relação digital na fanpage.

Esse tipo de relacionamento, que solicita intimidade e liberdade, demonstra a força do engajamento emocional, onde os sentimentos desses usuários-mídia espíritas extrapolam o simples ato de clicar e curtir, amplificando tal relação para comentários com opiniões imperativas que podem reverberar intenções positivas (ou negativas), que vão além da passividade do status de um mero fã.

Para comprovar o *feedback* dessa postagem específica, o referido comentário teve 50 curtidas, o que demonstra que tal opinião expressou a sua personalidade própria nessa Rede de Solidariedade, mesmo não sendo ouvida pela equipe FEB no sentido de atender o seu pedido imperativo.

No retângulo em vermelho há outro aspecto relevante quando falamos “de usuário esclarecendo usuário”, assunto que trataremos com mais propriedade adiante.

Interessante observar que o súbito desencarne de Eduardo Campos desdobrou outros temas na postagem. Existe, no meio espírita, um censo comum de que quando alguém morre em condições como a do político – independente de sua própria vontade –, houve uma “programação” na espiritualidade para que isso

acontecesse, o que vem a justificar a questão de se ter um “prazo de vida na Terra”, de acordo com os desígnios de Deus.

Desdobrando esse tema sobre a morte programada do político para a existência de um possível “planejamento espiritual para o Brasil”, um usuário pergunta e opina o seguinte: *“Gostaria muito de saber qual é o planejamento espiritual para o Brasil, sinto que está longe para o Brasil ser o coração do mundo pátria do evangelho.”*

Este comentário gerou 281 curtidas e 38 respostas, interações essas, em sua maioria, ocorridas no mesmo dia do desencarne de Eduardo Campos.

A colocação do usuário sobre o “Brasil ser o coração do mundo pátria do evangelho” é uma referência direta a uma das obras psicografadas por Francisco Cândido Xavier, intitulada *Brasil, Coração do Mundo, Pátria do Evangelho*⁶⁶. Assinado pelo espírito Humberto de Campos, esse autor espiritual narra os principais fatos da história do Brasil, tanto no plano material, como no plano espiritual.

Interessante observarmos os desdobramentos do *post* de Eduardo Campos, migrando para temas mais complexos, como os de um Brasil regenerado no futuro, a utilização de nosso livre-arbítrio, o progresso da humanidade ou o amadurecimento espiritual de cada ser. Isso mostra que o espiritista se respalda na literatura espírita para fundamentar suas colocações na fanpage.

É certo dizer que a página da FEB no Facebook é muito mais que um repositório de *posts* repercutindo curtidas e comentários ocasionais. Diante de suas postagens⁶⁷, os usuários-mídia espíritas constituíram verdadeira tribuna digital configurada para debates, esclarecimentos, aprendizados, troca de ideias e utilidades públicas, colocação de conflitos íntimos, réplicas e tréplicas sobre opiniões pessoais, sejam elas espíritas ou não. E o mais importante: tudo por conta própria, sem incentivo e/ou ajuda da FEB que, na maioria das vezes, não participa dessa “tribuna”.

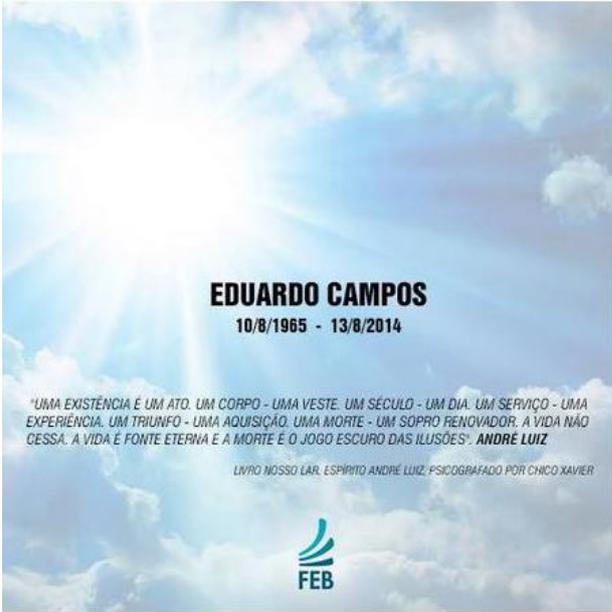
⁶⁶ Publicado em 1938, pela Federação Espírita Brasileira, este livro mediúnico surgiu com tiragem inicial de 202 mil exemplares. No ano de 1944, a viúva de Humberto de Campos ingressou em juízo, movendo um processo contra a FEB e Chico Xavier, no sentido de obter uma declaração, por sentença, de que tal obra mediúnica “era ou não do ‘espírito’ de Humberto de Campos”, e que em caso afirmativo, que ela tivesse os seus direitos autorais. A causa terminou com um empate técnico: os herdeiros nada obtiveram senão a retirada do nome do escritor desse livro e de outros.

⁶⁷ Desde o lançamento da fanpage da FEB, em 2011, a equipe mantenedora da página publicou mais de mil *posts*, com uma média de quatro por dia.

Figura 20: Fanpage da FEB – Postagem sobre desencarne de Eduardo Campos- B

Federação Espírita Brasileira
13 de agosto · Editado

A Federação Espírita Brasileira se solidariza com os familiares e amigos dos sete passageiros que desencarnaram na manhã de hoje (13/8/2014) em um acidente de avião.



EDUARDO CAMPOS
10/8/1965 - 13/8/2014

"UMA EXISTÊNCIA É UM ATO. UM CORPO - UMA VESTE. UM SÉCULO - UM DIA. UM SERVIÇO - UMA EXPERIÊNCIA. UM TRIUNFO - UMA AQUISIÇÃO. UMA MORTE - UM SOPRO RENOVADOR. A VIDA NÃO CESSA. A VIDA É FONTE ETERNA E A MORTE É O JOGO ESCURO DAS ILUSÕES". ANDRÉ LUIZ

LIVRO NOSSO LAR. ESPÍRITO ANDRÉ LUIZ. PSICOGRAFIADO POR CHICO XAVIER

FEB

Curtir · Comentar · Compartilhar 21.288 compartilhamentos

138 e outras 38.423 pessoas curtiram isso.

Importante mensagem, para que todos se recordem que antes de político, candidato a presidência, foi uma vida e com ela mais seis... Que Deus possa confortar as famílias nesse momento e que as pessoas se conscientizem que durante a nossa existência existem outras a vida é a prioridade!
Descurtir · Responder · 63 · 13 de agosto às 15:38

Solange Siqueira Que a luz do Senhor esteja com ele!
Curtir · Responder · 26 · 13 de agosto às 15:37

Que seja amparado em seu retorno a Pátria Espiritual e possa encontrar paz neste momento. Mas não esqueçamos que além dele mais 6 pessoas desencarnaram, sendo que é justo incluamos estas em nossa preces e na nota.
Curtir · Responder · 112 · 13 de agosto às 15:44

As vezes precisa-se de uma tragédia, para despertar nossas consciências e discutirmos que país queremos ter para nós e nossos filhos e netos. Que Deus ilumine esses espíritos em sua nova jornada.
Descurtir · Responder · 106 · 13 de agosto às 16:43

Como pernambucano agradeço este ato de solidariedade que a FEB está tendo pelo Eduardo Campos, pessoa muito querida pelos pernambucanos!
Curtir · Responder · 101 · 13 de agosto às 15:39 · Editado

A figura está bonita e a mensagem está perfeita. Contudo, amigos da FEB, é de bom tom acrescentar os nomes das outras pessoas!! Todos, no voo, são pessoas de valor! Por favor, façam isto o mais rápido possível!! PS.: Sim!! Sou espírita!
Curtir · Responder · 50 · 13 de agosto às 16:44

Que seja amparado em seu retorno a Pátria Espiritual e possa encontrar paz neste momento. Mas não esqueçamos que além dele mais 6 pessoas desencarnaram, sendo que é justo incluamos estas em nossa preces e na nota.
Curtir · Responder · 112 · 13 de agosto às 15:44

As vezes precisa-se de uma tragédia, para despertar nossas consciências e discutirmos que país queremos ter para nós e nossos filhos e netos. Que Deus ilumine esses espíritos em sua nova jornada.
Curtir · Responder · 105 · 13 de agosto às 16:43

Como pernambucano agradeço este ato de solidariedade que a FEB está tendo pelo Eduardo Campos, pessoa muito querida pelos pernambucanos!
Curtir · Responder · 101 · 13 de agosto às 15:39 · Editado

Gostaria muito de saber qual é o planejamento espiritual para o Brasil, sinto que está longe para o Brasil ser o coração do mundo pátria do evangelho
Descurtir · Responder · 281 · 13 de agosto às 15:44

38 Respostas

Quem leu o Livro Brasil, Coração do mundo, pátria do evangelho sabe que não só depende de nós como também do mundo todo. vale lembrar que o tempo para nós não é o mesmo para a espiritualidade, mas já é possível notar algumas conquistas que já estamos realizando. importante também lembrar que o próprio Chico já tinha falado que o Brasil pátria do evangelho é para um/o mundo regenerado, onde daqui, temos que ensinar o mundo a amar a DEUS e ao próximo através da caridade, do amor, da compreensão e principalmente da devoção ao próximo. Pois, o mundo intelectualmente já tem um certo desenvolvimento, as pessoas que reencarnam no mundo hoje já trazem consigo as provas dessa evolução intelectual, detalhe para as crianças que já nascem praticamente, falando, se observamos direitinho, mas cabe a nós agora começarmos a desenvolver nosso lado espiritual, nosso lado moral, fazendo do evangelho nosso guia e de Jesus nosso modelo. ai sim, podemos desfrutar de um país justo e de um mundo melhor, mas o que você está fazendo para que isso ocorra? é importante nos fazermos essa pergunta todos os dias, pois só conseguiremos mudar o mundo quando mudarmos a nós mesmo. Muita Paz! (espírito Maria)
Descurtir · 125 · 13 de agosto às 18:11

Boa tarde!! O que garante que sua missão foi cumprida? Nada acontece por acaso? Óbvio que não. Justo por esse motivo que cabe uma ampla investigação. É paranoia? Não. Então o suicídio do R.W. não foi por acaso? Foi seu livre arbítrio. Um carro que se despedaçou e aos outros guiado por um motorista embriagado é imprudência; foi sua escolha beber antes de guiar e matar-se prematuramente e a outros. Débitos adquiridos em encarnações anteriores são resgatados hoje, e os débitos adquiridos hoje não é fruto da nossa liberdade de escolha, nosso livre arbítrio? Num assassinato ou num suicídio a vida é abortada antes do tempo previsto. Se tudo atribuímos ao destino, onde ou missão, onde se situará o mérito ou o demérito? Oremos por todos. Paz e bem
Descurtir · 2 · 16 de agosto às 15:34

Escreva uma resposta...

Jesus é o governador do Planeta Terra. Ele está no leme desse "barco". Confiem e aguardem. Nenhuma de suas ovelhas se perderão. Tenho a certeza que já encarnaram e encarnarão servidores fiéis do Mestre para o progresso da humanidade. Muita paz.
Descurtir · 16 · 13 de agosto às 21:39

Acho que o que está longe é a nossa compreensão, o nosso entendimento ou melhor o nosso amadurecimento espiritual.
Curtir · 8 · 13 de agosto às 21:44

Valeu e agir!!!!
Curtir · 13 de agosto às 21:49

O Brasil não é e não será tão cedo coração do mundo, pátria do evangelho. Pelo contrário, espíritos muito atrasados estão e ainda irão encarnar por aqui. Já tentei acreditar nisso, mas é muito difícil vendo nossa realidade.

Enquanto não melhorarmos o nosso EU, o planeta terra também não pode melhorar, só depende de nós, querer mudar, deixando o nosso egoísmo, orgulho, vaidade e outras imperfeições de lado e começar por conquista r o amor ao próximo, não fazendo aos outros o que não quero que me faça.
Descurtir · 7 · 13 de agosto às 19:42

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

8.4.5.2. Qualidade dos textos de agradecimento

Muitos usuários respondem os *posts* da FEB expressando gratidão por uma graça espiritual alcançada, seja à própria FEB ou ao extrafísico, chamado no meio espírita de plano espiritual.

Na figura abaixo, uma das ferramentas comunicacionais da Instituição teve papel central neste “socorro enviado”, tudo por conta da FEBrádio⁶⁸.

Conforme a necessidade do seu relato numa postagem, tal pessoa dá fé que, por meio da sintonia (via web) que realizou, toda orientação e direção espirituais foram-lhe transmitidas, isso sem contar a mensagem do “irmão José do Patrocínio”, espírito esse que acalmou o seu coração, devolvendo-lhe o equilíbrio e a paz.

Rapidamente, outros usuários-mídia espíritas se sensibilizaram com tal depoimento, o que nos foi permitido ilustrar aqui apenas duas dessas respostas.

O que fez a pessoa sentir a necessidade de acessar o Facebook, entrar na fanpage da FEB e postar um depoimento estritamente emocional?

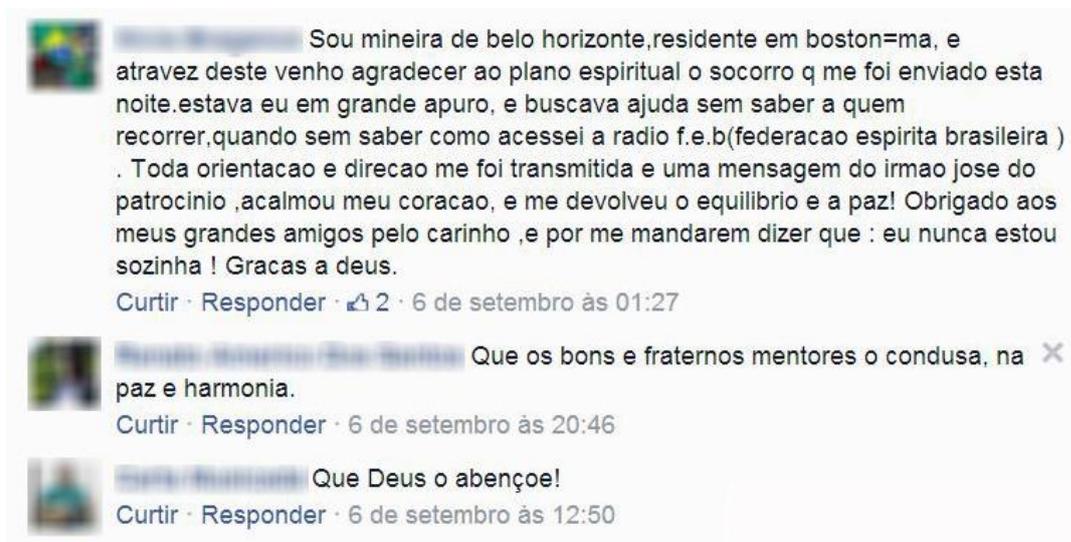
Tudo indica que essa plataforma digital da FEB passa certa segurança para que aconteçam tais experiências estritamente devocionais, regidas pela confiança na tradição e no nome da centenária Instituição FEB, o que demonstra, dessa vez, estruturas emocionais de comunicação próximas a um ex-voto, como se o usuário sentisse a necessidade de efetuar um “pagamento” subjetivo nesse ambiente digital, pela graça alcançada.

Esse comportamento (católico) é recorrente na fanpage, haja vista os vários comentários com a expressão “Amém”⁶⁹, o que indica a presença de “usuários-mídia católicos” que também são simpatizantes da Doutrina Espírita.

⁶⁸ Em setembro de 2014, após o lançamento da FEBtv, a Instituição trouxe ao público outra inovação em multimídia – a FEBrádio –, que conta com programação voltada à informação, estudo e consolo espíritas, com transmissão via web. Disponível em: <https://soundcloud.com/feb_radio/>. Acesso em: 05 out. 2014.

⁶⁹ Expressão hebraica utilizada pela Igreja católica, evangélica e também no Espiritismo. Empregada desde a época dos Apóstolos, como forma de confirmar o que era pregado por Jesus, “Amém” revela concordância, consentimento e uma aprovação incondicional que pode ser traduzida por “certamente”, “verdadeiramente” ou “assim seja”.

Figura 21: Fanpage da FEB - Comentário de agradecimento



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

8.4.5.3. Qualidade dos textos com participação da equipe mantenedora da fanpage

Foi observado em várias postagens que, naturalmente, os usuários direcionam dúvidas à equipe da fanpage, e a equipe, por sua vez, esclarece esses usuários, seja na própria linha do tempo (ação menos habitual) ou *inbox*, meio de contato mais utilizado, de acordo com o que fora respondido na entrevista.

Na figura abaixo, específica por envolver uma ação de venda pontual e temporal (“Promoção do mês”), o usuário lança uma pergunta sobre a possibilidade de adquirir um dos produtos FEB nos Estados Unidos, o que a equipe indica o canal do site, estruturado para vendas, e sugere ao usuário que suas dúvidas adicionais sejam encaminhadas *inbox*.

Figura 22: Fanpage da FEB – “Promoção do mês”

Federação Espírita Brasileira
4 de setembro

São os últimos dias. Aproveite! O livro está com este desconto no site da FEB Editora <http://goo.gl/vwIUZS>

PROMOÇÃO DO MÊS

APROVEITE
DE: R\$33,00
POR: **R\$16,50**

PROMOÇÃO VÁLIDA
ATÉ O DIA 5 DE SETEMBRO

COMPRE COM
50%
DE DESCONTO

CHICO XAVIER
AÇÃO E REAÇÃO

APROVEITE ESTÁ ACABANDO!

Curtir · Comentar · Compartilhar 165 compartilhamentos

outras 1.187 pessoas curtiram isso.

Escreva um comentário...

Como adquirir aqui nos Estados Unidos? Por favor estou sem ter o q ler...

Curtir · Responder · 4 de setembro às 22:37

Federação Espírita Brasileira Olá [usuário], é possível adquirir pelo site <http://goo.gl/vwIUZS> qualquer dúvida nos envie inbox.

Curtir · 5 de setembro às 15:13

Escreva uma resposta...

Quero comprar, como faço?

Curtir · Responder · 5 de setembro às 12:18

Federação Espírita Brasileira Olá [usuário] o livro está sendo vendido no site da FEB Editora <http://goo.gl/vwIUZS>

Curtir · 5 de setembro às 15:14

Escreva uma resposta...

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

A resposta (visível) sobre a sua dúvida foi fornecida depois de 14 horas, mesmo ele demonstrando pressa por uma simples informação, conforme sua expressão postada: “Por favor estou sem ter o q ler...” (sic)

Na entrevista, fora perguntado qual a média de tempo no fornecimento de uma resposta *inbox* aos usuários da fanpage. O que nos foi respondido pela fonte:

Nós trabalhamos para respondê-las até no máximo dois dias (recebemos dúvidas que carecem de pesquisas mais aprofundadas) no caso das mensagens que recebemos aos sábados e aos domingos, buscamos responder na segunda-feira. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Nesse caso em especial, 16 ou 24 horas para uma resposta simples, que não careceu de pesquisas mais aprofundadas, é considerado muito tempo de espera, principalmente por se tratar de informação que pode efetivar uma venda.

Segundo o consultor de empresas e marcas, Ricardo Cappra,

se alguém pergunta algo é porque está on-line naquele exato momento, quanto mais rápido a primeira resposta, maior será a satisfação do público. Não deixe ele esperar muito tempo, programe-se, ou utilize rotinas de resposta. O consumidor on-line é ansioso, e você não pode deixar que essa ansiedade vire nervosismo a ponto de expor negativamente sua marca. (CAPPRA, 2012, p.16)

A equipe FEB informa ainda ao usuário que “qualquer dúvida nos envie *inbox*”. Daí surge uma dúvida nossa: Será que todos os usuários da fanpage sabem o que é “*inbox*”? Por observarmos muitas perguntas direcionadas à equipe FEB, na própria linha do tempo da fanpage, acreditamos que alguns usuários não sabem que o Facebook possibilita conversas reservadas em ambiente *inbox*.

Indagamos à fonte sobre o motivo da equipe FEB não participar/interagir com os comentários gerados pelos usuários, diante de postagens na *linha do tempo* da fanpage. Outra dúvida é se essa comunicação se dá *inbox* ou se não há mesmo uma participação efetiva da equipe FEB. A resposta da entrevista foi a seguinte:

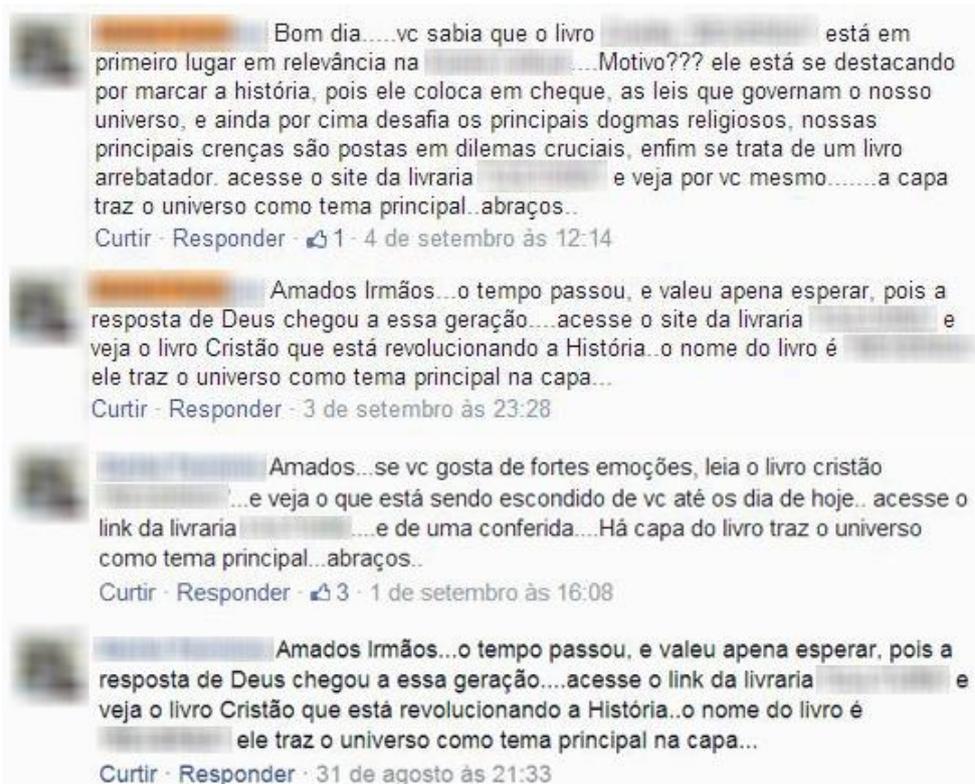
Nós interagimos com os comentários quando são pertinentes. Algo que deve-se observar é que muitas dúvidas são respondidas quase que automaticamente por outros usuários. Outras vezes as pessoas postam as dúvidas na timeline e em *inbox*, em certos casos optamos por responder *inbox*. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Pela ausência de participação quase que completa da equipe FEB na linha do tempo de sua fanpage, conclui-se assim, na maioria das vezes, as comunicações com os usuários são direcionadas para o ambiente *inbox*.

É inegável a constatação de muitos comentários (pertinentes) de usuários na fanpage, e em quase todos eles não observamos interações da equipe FEB. Um exemplo disso pode ser visto na postagem sobre o *Manifesto contra a legalização da maconha* (figura 10). Pensamos que uma interação com os usuários-mídia espíritas que lá publicaram seus comentários (muitos pertinentes), seria uma ótima oportunidade para trazer mais esclarecimentos espíritas sobre os malefícios da maconha e as consequências diretas de sua legalização, seja para os encarnados ou para os desencarnados.

Por meio da figura seguinte, observa-se uma prática recorrente na fanpage da FEB: propaganda anônima. Realizamos um rastreamento para se descobrir quantas postagens (possivelmente não autorizadas pela FEB) um usuário havia realizado. Foram quatro postagens anônimas observadas: 31 de agosto, 1º, 3 e 4 de setembro de 2014.

Figura 23: Fanpage da FEB – Propaganda anônima em postagem



Em busca de mais informações sobre “o livro Cristão”, via livraria anunciada no *post*, descobriu-se que a obra está longe de ser literatura espírita, conforme se interpreta em sua sinopse na internet.

Conclui-se que por ser uma prática isolada, acreditamos que a equipe mantenedora da fanpage não se atentou a essas postagens de propaganda anônima, descuido esse que pode deixar subentendido aos seus usuários que a Instituição, por meio de sua página, “autoriza” tal prática.

Como nos foi informado na entrevista que “é realizado monitoramento diário na fanpage, utilizando a própria ferramenta disponibilizada pelo Facebook”, (COSTA, 2014, Apêndice A), deixemos aqui uma sugestão sobre configurações. Há uma ferramenta nessa rede social chamada “moderação da página”, onde é possível bloquear palavras-chave. Para reduzir a quantidade de conteúdo impróprio, é só adicionar palavras-chave que se gostaria de impedir que sejam exibidas na página. Se um comentário ou publicação usar uma dessas palavras-chave, ele será automaticamente marcado como *spam*. Dessa forma, um administrador de página pode aprovar ou excluir o conteúdo da maneira que achar conveniente.

Na figura a seguir, uma intervenção por parte da equipe FEB seria necessária, já que a postagem mostrou-se ineficiente na transmissão de sua comunicação, necessitando, pela nossa análise, de mais esclarecimentos pontuais sobre o que é a FEBrádio e como acessá-la.

Compreensivo pensar que nem todos os internautas sabem que a FEBrádio deve ser acessada pela internet, e não por meio de uma sintonia radiofônica. Mesmo com a expressão no *post* (“acesse”) seguido do *link* da web rádio, nem todos sabem que clicando ali você passa a interagir com a web rádio.

O próprio título FEBrádio dá a entender, aos leigos de internet, que a Instituição está inaugurando uma rádio (fora da net), fato esse comprovado pelo teor das dúvidas no decorrer do *post* (vide setas): “Ta... mas qual e a rádio?” (sic); “Qual o prefixo da rádio?”; “qual é a radii” (sic); “Quero o número da rádio”; “Qual é a rádio pois quero sintonizar para ouvir, gosto muito!??”; “Qual a rádio???” “Irei baixar”. (sic)

Como visto, faltou à equipe mantenedora da fanpage uma atenção especial ao problema de comunicação gerado por ela mesma, “Ouça a FEBrádio”⁷⁰, que poderia ser solucionado por meio de uma reedição imediata no *post*, informando, por exemplo, que *a FEBrádio é acessada – apenas – pela internet, por ser uma web rádio*. Outra sugestão seria a geração de um novo *post* com informações mais detalhadas sobre o seu novo canal (web rádio), que não se sintoniza por ondas de rádio.

Observamos no *post* (vide setas) pelo menos cinco interrogações dos usuários perguntando (“qual é a rádio?”), ou seja, qual seria a sua sintonia, o seu número. Ainda por meio dos esclarecimentos do consultor Ricardo Cappra, notemos o que ele diz sobre a falta de esclarecimentos e/ou ausência de respostas por parte do mantenedor de uma fanpage:

Não deixe seu público sem resposta, nunca. Eles estão em ambientes digitais para conversar, não para somente receber informações. Os ambientes digitais tem um grande poder social, desprezá-lo gera insatisfação das pessoas que o utilizam. Importante entender que quando necessário, a resposta deve transcender o on-line e ir até o off-line, chegando ao consumidor independente do meio. Esse é um caminho de duas mãos, caso você não vá até ele, ele encontrará uma forma de chegar, ou de comprometer sua marca. (CAPPRA, 2012, p.16)

⁷⁰ Em 14 de agosto, o site da FEB publicou uma notícia informando o mês de lançamento da FEBrádio, onde cita que “será hora de sintonizar na FEBrádio que já inicia a caminhada com parcerias promissoras com as rádios Rio de Janeiro, Boa Nova, Emmanuel e Mundo Espírita”. Da forma como a notícia foi elaborada, novamente dá a entender que existe, de fato, uma FEBrádio que pode ser acessada por meio de ondas radiofônicas. Disponível em: <<http://bit.ly/1rQcpEi>>. Acesso em: 05 out. 2014.

Figura 24: Fanpage da FEB – Postagem sobre a FEBrádio

Federação Espírita Brasileira
31 de agosto

Amanhã é a data oficial do lançamento da FEBrádio. Acesse https://soundcloud.com/feb_radio/ e confira mais esta super novidade! Todos os programas estão disponíveis para download.

OUÇA OS PROGRAMAS DA FEB RÁDIO.

635 compartilhamentos

Parabéns! FEBrádio.
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:26

Marcelo Rocha Parabéns pela iniciativa. Que mais ações dessas venham ajudar na divulgação e no aprofundamento do conhecimento espírita.
Curtir · Responder · 5 · 31 de agosto às 18:22

Muito legal.
Curtir · Responder · 3 · 31 de agosto às 18:02

Este c certeza será mais um canal de informações,p quem quer saber sobre a vida espiritual.Parabéns!
Curtir · Responder · 4 de setembro às 03:05

Ta...mas qual e a radio?
Curtir · Responder · 3 de setembro às 22:22

Parabéns,estávamos precisando disso.
Curtir · Responder · 2 de setembro às 20:40

Que beleza!!
Curtir · Responder · 2 de setembro às 03:34

Qual o prefixo da rádio?
Curtir · Responder · 1 de setembro às 23:35

Muito bom !
Curtir · Responder · 1 de setembro às 21:27

muito obrigada, estou ouvindo e estou adorando!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 20:45

Parabéns!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 20:39

Maravilha
Curtir · Responder · 1 de setembro às 20:30

qual é a radii
Curtir · Responder · 1 de setembro às 17:04

otimo ! parabens!!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 15:01

Quero o número da rádio
Curtir · Responder · 1 de setembro às 14:16

Ótimos livros!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 14:15

Que bom!!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 10:12

Amo!!!!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 09:02

Qual é a rádio pois quero sintonizar ,para ouvir, gosto muito !??
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:52

Qual a rádio???
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:47

Excelente!
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:41

Que bom !!!
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:33

Irei baixar
Curtir · Responder · 31 de agosto às 20:29

Que noticia boa!!!
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:52

Que maravilha mais um meio de divulgação dessa DOCTRINA MARAVILHOSA
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:49

Que bom!!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 10:12

Amo!!!!
Curtir · Responder · 1 de setembro às 09:02

Qual é a rádio pois quero sintonizar ,para ouvir, gosto muito !??
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:52

Qual a rádio???
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:47

Excelente!
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:41

Que bom !!!
Curtir · Responder · 31 de agosto às 21:33

Irei baixar
Curtir · Responder · 31 de agosto às 20:29

Que noticia boa!!!
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:52

Que maravilha mais um meio de divulgação dessa DOCTRINA MARAVILHOSA
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:49

gostei
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:41

boa sorte
Curtir · Responder · 31 de agosto às 19:18

sim, mas... qual a rádio mesmo?
Curtir · Responder · 1 de setembro às 16:44

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Esse comentário “Irei baixar” (última seta à direita) deixa a entender que o usuário até compreendeu se tratar de uma web rádio, onde determinadas plataformas permitem esse tipo de ação. Porém, não há qualquer informação da

FEB, em seu perfil no *SoundCloud*⁷¹, da possibilidade (ou não) de baixar os programas espíritas postados.

8.4.5.4. Qualidade dos textos de usuário esclarecendo usuário

O fato de se achar natural que muitas dúvidas são respondidas na fanpage “quase que automaticamente por outros usuários” (COSTA, 2014, Apêndice A), deixa a entender que há um consentimento dos mantenedores da fanpage para tal prática.

Entretanto, isso se mostra funcional apenas quando há, de fato, alguém com disposição e conhecimento para “tomar a vez da equipe FEB” e passar a esclarecer, por conta própria, dúvidas de outros usuários-mídia espíritas.

No primeiro exemplo abaixo, nota-se que a dúvida sobre a utilização da expressão “nosso”, em vez de “vosso”, suscitou incertezas em um participante. No dia seguinte, outro usuário (anônimo) surgiu para esclarecer, deixando claro se tratar de uma “reflexão”, um ponto de vista, uma mera opinião pessoal.

Pensamos que, se houvesse uma interferência da equipe FEB, com esclarecimentos mais precisos sobre a dúvida na expressão do *post*, seja por meio da linha do tempo ou *inbox*, utilizando-se, talvez, consultas e citações de um professor de português, certamente o usuário desfrutaria de uma resposta mais confiável/precisa, e não se fecharia numa mera reflexão ou ponto de vista, baseado num senso-comum de alguém que, possivelmente, ela nunca viu ou conversou.

Quando o questionador responde: “Perfeito.., muito obrigada pela ajuda e peço desculpas mais uma vez pelo meu desconhecimento”, isso demonstra que ele “confiou” na colocação dessa pessoa estranha, e ainda sentiu-se na necessidade de pedir desculpas.

⁷¹ *SoundCloud* é uma plataforma *online* de publicação de áudio, onde é possível colaborar, compartilhar, promover e distribuir arquivos, como os de música, por exemplo.

Figura 25: Fanpage da FEB – Postagem com mensagem espírita

Federação Espírita Brasileira
4 de setembro

Frase do livro: Na seara do mestre. Disponível em <http://goo.gl/iHhKso>

Não se turbe, pois, o nosso coração.
Conquistemos paz e serenidade, firmeza e perseverança, crendo em Deus e no seu Cristo, através das provas animadas e veementes que a Vida mesma nos proporciona.

Do livro: *Na seara do mestre*
Mídiun: Chico Xavier
Pelo Espírito: Emmanuel

Descurtir · Comentar · Compartilhar 3 Compartilhamentos

Não seria: "Não se turbe, pois o VOSSO coração? Ao invés de o "NOSSO" coração? Desculpem se eu estiver errada.
Curtir · Responder · 3 · 4 de setembro às 21:03

permita-me dividir com você esta reflexão... Emmanuel utiliza o "nosso" colocando-se "próximo" a nós outros que caminhamos na retaguarda; nesta postura encontramos o ensinamento de auxiliarmos os mais necessitados que nós mesmos fazendo-nos seus semelhantes, para que não sintam-se humilhados com o auxílio recebido - é um duplo ensinamento: a frase e a postura.
Curtir · 4 · 5 de setembro às 11:18

Perfeito, muito obrigada pela ajuda e peço desculpas mais uma vez pelo meu desconhecimento.
Curtir · 2 · 5 de setembro às 12:00

Escreva uma resposta...

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Acreditamos que quando um usuário tira dúvidas espíritas de outro usuário na fanpage – principalmente quando falamos de questões doutrinárias –, torna-se bastante comum o surgimento de colocações errôneas sobre temas importantes da Doutrina Espírita. Incidências desse tipo podem passar a impressão de que a FEB não observa/acompanha o teor e a pertinência doutrinária dos comentários que circulam pela sua fanpage.

Já nas duas figuras a seguir, o conceito do “usuário esclarecendo usuário” se confirma plenamente, reforçando a existência de uma Rede de Solidariedade, observada e defendida neste estudo de caso.

Figura 26: Fanpage da FEB – Usuário esclarecendo usuário - A



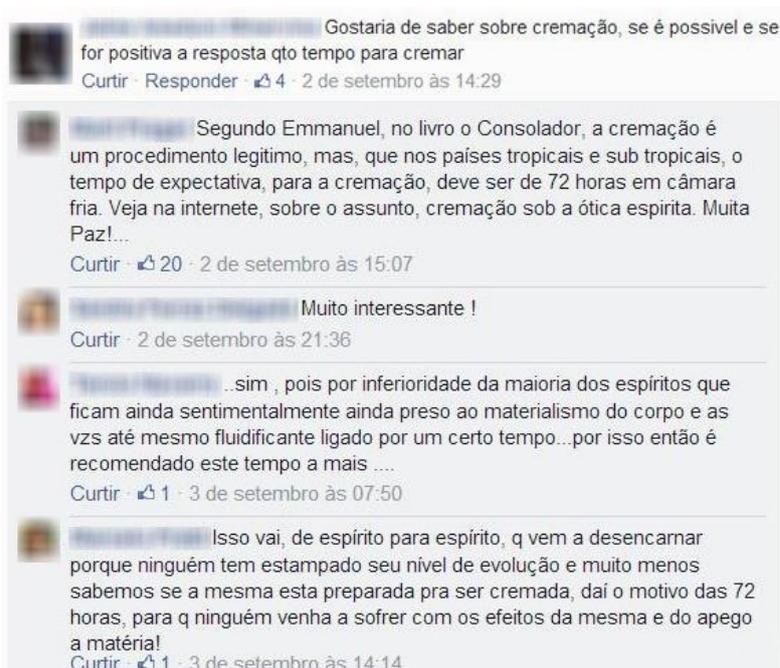
FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Espírito Emmanuel, que fora guia protetor de Francisco Cândido Xavier, afirmou certa feita que a cremação é um processo legítimo, de liberação do espírito desencarnado, apenas aconselhando que o tempo de expectativa deve ser mais longo nos climas tropicais e subtropicais, nada menos de 72 horas de câmara fria para o nosso veículo carnal, quando nos desvencilhamos dele, no caso de optarmos pela cremação.

Embora um usuário anônimo tenha utilizado (acertadamente) como referência a obra *O Consolador*⁷², para responder a dúvida da cremação sob a ótica espírita, poderia acontecer de outro anônimo expressar uma opinião totalmente contrária e meramente pessoal (talvez não espírita), na tentativa de desabonar o apontamento espiritual de Emmanuel, fato esse que poderia colocar em desfalque tal ensinamento, dado pelos próprios espíritas como “correto e aceitável”, especialmente por provir de espíritos mais evoluídos e esclarecidos que os encarnados na Terra.

⁷² Publicada em 1941, trata-se da 13ª obra psicografada por Francisco Cândido Xavier, sob influência do espírito Emmanuel.

Figura 27: Fanpage da FEB – Usuário esclarecendo usuário - B



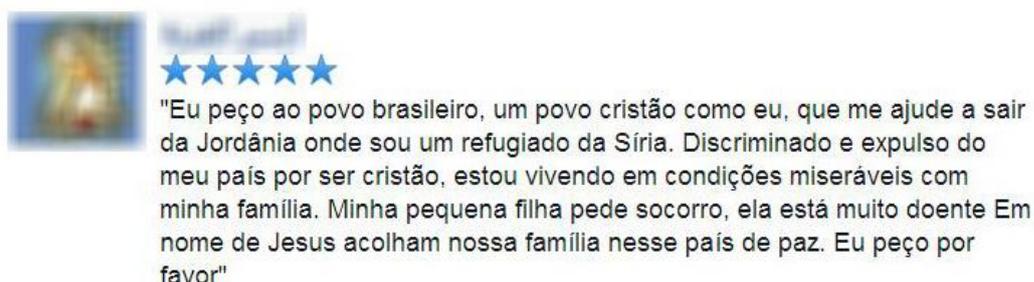
FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Confrontando as colocações do guia protetor, com as dos usuários, observa-se que houve coerência nas respostas fornecidas, como se eles próprios fossem buscar esclarecimentos nos livros de Chico Xavier.

8.4.5.5. Qualidade dos textos com pedidos de ajuda e orações

A figura seguinte traduz um *post* com pedido de ajuda (insistente), constatado por meio de várias postagens de um “cristão”, que nos pareceu ser um brasileiro que vivia na Síria, mas que passou a enfrentar dificuldades na Jordânia.

Figura 28: Fanpage da FEB – Postagem sobre pedido de ajuda



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

Dada a sua insistência em algumas postagens com pedido de ajuda, decidimos (por conta própria) traçar uma conversa *inbox* com esse internauta, cujo nome se apresenta indecifrável no perfil por conta do suposto idioma árabe.

Em 28 de agosto de 2014, iniciamos perguntando: *Olá, meu amigo, você já foi ao consulado do Brasil aí na Jordânia?*

O que ele nos respondeu, duas horas depois, por meio de tecnologia móvel: *“Eu não tenho documentos pessoais eu não tenho um passaporte.”*

Nós: *Meu amigo, você precisa ir ao consulado do Brasil relatar o que ocorre com você e com a sua família.*

Ele: *“Eu fui e me apresentou para viajar ao Brasil, mas eu não tenho um passaporte. Passaporte custar 2000 dólares.” (sic)*

Nós: *Procure alguma ONG ou algum órgão de ajuda humanitária e explique a sua situação. Há programas de ajuda humanitária para refugiados, se for o seu caso e o de sua família. Você já foi atrás?*

Ele: *“Eu posso pedir ajuda para a emissão de um passaporte. Ninguém me ajudou.” (sic)*

Nós: *Há muitos meios de ajuda humanitária; vc tem que tentar todos eles, meu amigo. Vá à imprensa local e tente ressoar um pedido de ajuda. Procure amigos brasileiros aí; peça ajuda financeira a eles, cada um dando um pouco, vc tira esse passaporte. (sic)*

Ele: *“Eu tentei muito, mas eu não tenho um passaporte.”*

Dessa forma – inconclusiva –, no papel de um usuário-mídia espírita tentando ajudar outro usuário “estrangeiro”, findamos esse diálogo com a questão da ausência de um passaporte, que custa expressivos 2 mil dólares, como o mesmo fez questão de mencionar na conversa.

De nossa parte, ficam as dúvidas se esse “cristão” é ou não um aproveitador da bondade dos espíritas que participam da fanpage da FEB. Todavia, observamos que ninguém da Rede de Solidariedade se prontificou em ajudá-lo. Pelo menos, nenhum comentário fora visto por nós...

Verdade ou mentira, falamos de uma postagem real e recorrente na fanpage da FEB que, de fato, pode retratar um brasileiro em apuros do outro lado do Atlântico. Será?

Na figura seguinte, trazemos um exemplo dos vários pedidos de orações observados nas postagens da fanpage da FEB. Nesse caso, a sinceridade do pedido toca emotivamente diversos usuários participantes dessa Rede de Solidariedade, que passa a funcionar ativamente.

Figura 29: Fanpage da FEB – Postagem sobre pedido de orações

Resposta: Vera Cristina Queridos irmãos. Peço-lhes orações pra minha netinha amada **Resposta: Vera Cristina** q está na uti neonatal do Hospital Santa Helena em São Paulo. Grata desde já.
Descurtir · Responder · 11 · 5 de julho às 08:39

Resposta: Vera Cristina Confie na providência Divina, pois só ela nos traz conforto nas horas de privação. Estaremos rezando por vocês.
Curtir · 1 · 5 de julho às 17:51

Resposta: Vera Cristina Confia na providencia divina que o amparo chegará.Sinta-se abraçada
Curtir · 1 · 5 de julho às 20:10

Resposta: Vera Vamos orar por ela! Deus a amparará!
Curtir · 1 · 6 de julho às 21:58

Escreva uma resposta...

Resposta: Vera Cristina deus em sua sabedoria infinita missericordia estará protejendo sua amadinha ne tinha.que ele abençoe á todos de sua familia.bjos.
Curtir · Responder · 4 · 5 de julho às 21:32

Resposta: Vera Cristina Jesus com sua infinita bondade ja estar trabalhando na causa.Assim seja.
Curtir · Responder · 1 · 6 de julho às 15:53

Resposta: Vera Cristina Que Deus em sua infinita misericórdia abençoa e cura sua neta. Que a Luz divina desça sobre ela agora. E vai também uma energia curadora que não dá pra relatar aqui. Luz em sua vidas.
Curtir · Responder · 1 · 5 de julho às 20:50

Resposta: Vera Cristina minha irmã, tenha fé
Curtir · Responder · 1 · 5 de julho às 19:31

Resposta: Vera Cristina ela já esta sendo assistida amem
Curtir · Responder · 9 de julho às 21:02

Resposta: Vera Cristina amigos se tiver algum modo de me ajudar agradeço
Curtir · Responder · 5 de julho às 11:59

Resposta: Vera Cristina maravilhoso
Curtir · Responder · 1 · 4 de julho às 22:06

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

No meio espírita é bastante comum a utilização de cadernos ou listas onde se lançam nomes de pessoas para pedidos de vibrações ou preces. Normalmente, no dia a dia de uma casa espírita, tais pedidos de orações, preces ou vibrações se avolumam, sempre com nomes e mais nomes a mancheias.

Como constatada, tal prática, firmada na vida real, se desdobra para a vida virtual no Facebook, especialmente na fanpage em estudo, que transmite confiança e segurança para o acontecimento dessas declarações tão espontâneas e emocionais, observadas na figura acima.

8.4.6. Experimento sobre curtidas na fanpage

No dia 17 de agosto de 2014, o jornal *Folha de S. Paulo* publicou uma matéria intitulada *E se curtíssemos tudo?*⁷³, onde esse periódico reproduziu um experimento com a duração de 48 horas no Facebook, cujo objetivo era adicionar mil novas páginas no *Feed* de Notícias. Além disso, todas as atualizações de amigos e empresas que aparecessem ganhariam um “curtir”, tudo para se descobrir como as escolhas oferecidas por esta rede social eram capazes de alterar um perfil em 48 horas.

Originalmente, tal experimento fora idealizado pela revista americana *Wired*⁷⁴, e a *Folha de S. Paulo* decidiu replicá-la no País.

No exterior, a experiência partiu da iniciativa de Mat Honan⁷⁵, que declarou abertamente o seu método: “Eu não tinha certeza por quanto tempo iria mantê-lo (48 horas era tudo que eu podia suportar) ou o que eu pudesse aprender (possivelmente nada).” Trad. por Adriano Calsone. (HONAN, 2014)

De acordo com a reportagem da *Folha*, o experimento brasileiro no Facebook mostrou que “o resultado é a transformação da linha do tempo em um ambiente inóspito, dominado pelas empresas que pagam para ter destaque na sua tela ou que mais se relacionam ao seu perfil”. (OSELAME, 2014)

⁷³ A referida matéria pode ser lida neste trabalho, em Anexo H. Disponível em: <<http://bit.ly/1BuVNao>>. Acesso em: 06 out. 2014.

⁷⁴ Disponível em: <<http://wrd.cm/1vxiha7>>. Acesso em: 06 out. 2014.

⁷⁵ Mat Honan é escritor sênior da *Revista Wired* e do site *Wired.com*, ex-repórter sênior da revista *Gizmodo*, além de inovador em mídias digitais. Disponível em: <<http://about.me/mathonan>>. Acesso em: 06 out. 2014.

Para Camila Fusco, Diretora de Comunicação do Facebook Brasil, à medida que se curte, comenta ou compartilha uma postagem, o algoritmo entende que certo tipo de conteúdo é importante para você. E a frequência com que ele aparece se altera.

De acordo com as informações contidas nessa rede social,

as histórias que aparecem no Feed de Notícias são influenciadas por suas conexões e atividades no Facebook. Isso ajuda você a ver mais histórias que sejam do seu interesse, compartilhadas pelos amigos com quem você mais interage. O número de comentários e curtidas que a publicação recebeu, bem como o tipo da história (por exemplo: foto, vídeo, atualização de status), também podem torná-la mais propensa a aparecer no seu Feed de Notícias. (FACEBOOK, 2014)

Para o canal de tecnologia *Newsfeed*, do site *Time.com*, o algoritmo do Facebook é um sistema mecânico com uma curadoria altamente refinada, entregue aos usuários por meio de uma fórmula complicada com base nas ações que a pessoa toma nessa rede social, e também em toda a web.

De acordo com Mat Honan, o idealizador do experimento americano, “existe uma fórmula muito específica do sistema de postagens do Facebook, projetada para levá-lo a interagir. Se você morder a isca, será exposto a isso *ad nauseam* (à exaustão)”. Trad. por Adriano Calsoni. (HONAN, 2014).

No decorrer de seu experimento, Honan foi notando as seguintes transformações:

[...] o meu *feed* de notícias assumiu um caráter totalmente novo e surpreendente, em um curto espaço de tempo. Após o meu *check-in* e as minhas curtidas em um monte de coisas ao longo de uma hora, não havia mais seres humanos na minha linha do tempo. Tudo havia se transformado em postagens sobre marcas, ao invés das postagens providas de seres humanos.

[...] Eu também fiquei impressionado o quanto estavam diferentes os meus *feeds*, tanto no celular como no *desktop* do meu computador, mesmo quando vistos ao mesmo tempo. No final de um dia, eu notei que surgiram postagens no meu *smartphone* sobre minhas preferências de alimentação, em sua grande maioria, desprovidas de qualquer conteúdo humano.

[...] os robôs do Facebook decidiram que a maneira de manter a minha atenção era escondendo as pessoas, meus amigos.
[...] Como um dia se desdobrou em dois, eu comecei a temer a minha ida ao Facebook. Tornou-se um templo de provocação.
[...] Para ser honesto, eu realmente não gostei de gostar. Eu não gostei do eu tinha feito. [...] Trad. por Adriano Calsone. (HONAN, 2014)

Em proporções menores – focando apenas em “curtidas” –, decidimos reproduzir tal experimento na fanpage da FEB, onde todas as postagens disponíveis foram curtidas, desde a inauguração da página, em 2011, até a última postagem observada, considerando a realização desse experimento no período de 4 a 10 de setembro de 2014.

Figura 30: Montagem sobre a montagem de Jennifer Daniel – Revista *Wired*



FONTE: <http://wrd.cm/1vxiha7>

Assim como no experimento americano, (Revista *Wired*), e no brasileiro, (jornal *Folha de S. Paulo*), o nosso objetivo também era o de sondar o comportamento do algoritmo do Facebook, na medida em que as postagens da FEB fossem curtidas sistematicamente por nós.

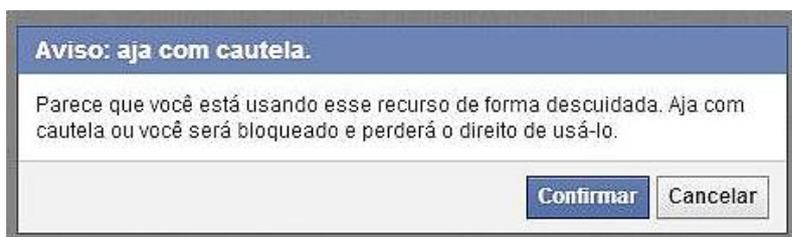
Como observado nas pesquisas americana e brasileira, também era esperado, em nosso experimento, que o algoritmo direcionasse anúncios

publicitários (talvez de temática espírita e/ou espiritualista) no nosso *Feed* de Notícias, assim como na coluna de propagandas de nosso perfil pessoal.

Não se sabia exatamente se o algoritmo era capaz de selecionar anúncios publicitários (genuinamente espíritas) provindos do Facebook ou mesmo da web, já que os produtos comercializados no Movimento Espírita Brasileiro circulam tradicionalmente na internet nos formatos de livros, revistas, jornais e audiovisuais em geral, como os vídeos e as músicas espíritas. Todavia, a literatura espírita, a espiritualista e a de autoajuda ditam as regras do comércio livreiro no meio espírita.

Nosso experimento de curtidas foi dividido pelos anos dos *posts* na fanpage da FEB (de 2011 a 2014). Inicialmente, foram dados por nós (de uma só vez) 264 cliques no botão “curtir” das postagens da FEB, as específicas do ano de 2011. Eis que no clique 265, o Facebook disparou a seguinte mensagem: “Aviso: aja com cautela”. A advertência fora “driblada” com um clique no botão “cancelar”.

Figura 31: Mensagem de alerta do Facebook



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

A seguir, o que se observou, minuto a minuto, foi o redirecionamento sistemático de postagens sobre **obras da FEB Editora** em nossa linha do tempo.

Compreendemos que o algoritmo interpretou que “livros espíritas” eram os “produtos comerciais” que deviam ser vistos por mim. Entretanto, esses não estavam à venda na fanpage da FEB. Curiosamente eram apenas “dicas de leitura”.

Na seta abaixo, nota-se ainda que o algoritmo do Facebook nos sugeriu grupos, programas espíritas e espiritualistas.

Figura 32: Postagens da FEB na linha do tempo de Adriano Calsone - A

compartilhou a foto de Federação Espírita Brasileira

3 min ·

- Mais uma obra da Doutrina Espírita !

O CÉU E O INFERNO
Allan Kardec

Federação Espírita Brasileira

Estudando "O Céu e o Inferno", de Allan Kardec

A vida nos mundos superiores já é uma recompensa, visto nos acharmos isentos, aí, dos males e vicissitudes terren...

Federação Espírita Brasileira
27 de maio de 2011 ·

Dica de Leitura: **em 22h47**

"Evangelho do Futuro"
Bezerra de Menezes... Ver mais

EVANGELHO DO FUTURO
BEZERRA DE MENEZES

Federação Espírita Brasileira
15 de junho de 2011 ·

Dica de Leitura:

Ave, Cristo!
Ditado pelo Espírito Emmanuel
Psicografado por Francisco Cândido Xavier .

AVE, CRISTO!
Pelo Espírito Emmanuel
Francisco Cândido Xavier

em 22h53

GRUPOS SUGERIDOS: Ver todos

- Parapsicologia - Sem segredos
+ Participar **em 23h05**
- Afoempreendedores
208 membros
+ Participar
- Carta aos Espíritas
outros 28 amigos entraram
+ Participar
- GRUPO HOLÍSTICO BRASILEIRO
- amigos entraram
+ Participar
- UMBANDA: PERGUNTAS E RESPOSTAS
30.754 membros
+ Participar
- PROGRAMA TRANSIÇÃO - A Visão Espírita para um Novo...
e outros
25 amigos entraram
+ Participar

FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

No decorrer de nosso experimento em curtidas, clicadas num segundo momento em postagens FEB do ano de 2014, observamos que *posts* antigos surgiam na nossa linha do tempo (vide figura abaixo), deixando subentendido que o algoritmo não distinguiu postagens atuais de antigas. Acreditávamos que as visualizações na *Timeline* seriam somente de postagens atuais – as do ano de 2014 –, conforme as intensões de cliques neste ano específico. Porém, o algoritmo pinçou postagens como esta abaixo, sem relação alguma com comércio, venda ou produto.

Figura 33: Postagens da FEB na linha do tempo de Adriano Calsone - B



FONTE: <https://www.facebook.com/FEBoficial/>

8.4.6.1. Conclusões do experimento

Em todo o nosso experimento foram dados mais de mil curtidas nas postagens da FEB. Sobre os *posts* selecionados pelo algoritmo e posteriormente exibidos em nossa linha do tempo, acreditamos que o sistema mecânico do Facebook não enxerga a fanpage da FEB como uma “empresa” que sobrevive da comercialização de produtos espíritas. A justificativa disso pode estar na visualização, em nossa linha do tempo, das postagens sobre “dicas de leitura” da FEB, que foram interpretadas pelo algoritmo como produtos passíveis de comercialização no meio espírita e que, por isso, poderiam me sugerir à compra. Longe de “produtos”, as dicas de leitura não estavam à venda!

Em 19 de setembro de 2014, tentamos contato com Camila Fusco, Diretora de Comunicação do Facebook Brasil, a fim de conhecer as possíveis estratégias de marketing da filial brasileira para fanpages espíritas, como a da FEB. Porém, não houve retorno algum até o encerramento deste trabalho...

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resgatando o objetivo geral deste estudo de caso, acredita-se que após as análises das ações de comunicação e gestão de conteúdo da fanpage da FEB, foi possível conhecer o posicionamento digital desta Instituição. E a conclusão que chegamos é a de que esta Instituição religiosa consolidou uma presença digital efetiva e eficiente no Facebook.

As fanpages possibilitam o compartilhamento das histórias de uma empresa e/ou de uma associação civil sem fins lucrativos, como é o caso da FEB, o que facilita a divulgação digital de uma marca, além da possibilidade de se aproximar das pessoas e, conseqüentemente, de seu público-alvo.

Por conta disso, pensamos que a FEB, na rede social digital Facebook, está contando a sua história de Instituição centenária, assim como divulgando o Espiritismo aos espíritas, o que justifica, em nossa opinião, a existência, funcionalidade e continuidade desta fanpage.

Em entrevista, questionamos se havia algum objetivo maior a ser alcançado com a fanpage da FEB. A fonte nos respondeu da seguinte maneira:

Divulgar a Doutrina Espírita da melhor forma possível, seguindo a missão da FEB de “oferecer a Doutrina Espírita ao ser humano por meio do seu estudo, prática e difusão, pela união solidária dos espíritas e unificação das instituições espíritas, contribuindo para a formação do homem de bem.” (sic) (COSTA, 2014, Apêndice A)

Observou-se que a propagação de ações virais na página é praticamente nula, e os engajamentos no perfil ficam subordinados aos reflexos gerados pelos alcances orgânicos (de curtidas, comentários, compartilhamentos). Ou seja, a audiência depende do *buzz* movimentado na fanpage. De forma mais simplista, depende do boca-a-boca ou da conversação, fatores que acabam ditando a popularidade do perfil e de suas postagens.

Além disso, conforme fora informado em entrevista, o monitoramento diário da página é realizado por meio “da própria ferramenta disponibilizada pelo Facebook” (COSTA, 2014, Apêndice A). Assim, as nossas observações indicaram

que esse recurso de monitoramento adotado, por trazer muitas limitações técnicas, pode prejudicar a medição do alcance real das ações como um todo na página, além de limitar a ideia sobre a receptividade de todo o mix da comunicação digital utilizada junto aos participantes da fanpage da FEB.

O nosso primeiro e segundo objetivos específicos, descritos neste estudo de caso, foram:

1. Identificar as práticas comunicacionais que contribuem para o crescimento do engajamento de uma instituição espírita nas redes sociais digitais, tendo como referência a fanpage da FEB;
2. Identificar, classificar e discutir os formatos de divulgação e gestão de conteúdo adotados na fanpage da FEB, a fim de propor sugestões de boas práticas digitais à Comunicação Social Espírita no Facebook.

Na entrevista, fora perguntado se há alguma estratégia de comunicação específica e em atividade na fanpage. A fonte nos respondeu o que segue:

Seguimos com nossas postagens previamente planejadas, mas com foco nas ações relacionadas aos próximos eventos planejados e produzidos pela FEB: Exposição sobre Parlamentares espíritas na Câmara dos Deputados, Exposição sobre Divaldo Pereira Franco, na FEB e Movimento Você e a Paz, com realização da FEB e FEDF. Além desta, alusão à obra *Nosso Lar* que comemora neste ano 60 anos de edição.

[...] As estratégias seguem as datas comemorativas de obras, personalidades do meio espírita, ações relacionadas a livros da FEB Editora e associação a eventos da Casa, conforme citado anteriormente. Todas possuem dead lines e os seguimos para fins de organização e planejamento [...]. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Por meio dessa e de outras respostas, acreditamos que a Instituição vem adotando algumas práticas digitais em sua fanpage que proporcionam engajamentos, ações essas planejadas e com foco, porém, ainda circunscritas ao “alcance orgânico”.

O terceiro objetivo específico deste estudo de caso constatou, na fanpage da FEB, a existência de usuários-mídia espíritas.

Com a aplicação de nossa Enquete, que contou com a participação de 40 frequentadores da fanpage, foi possível descobrir a presença desses usuários espíritas pela forma de interação mais utilizada na página.

Das 77 respostas fornecidas em determinada pergunta, 26 indicaram que as intenções ocorrem por meio de “curtidas de *posts*”; outras 26 em “compartilhamento de *posts*”; e outras 21 em “comentário de *posts*”. Ou seja, se considerarmos a definição de Carolina Frazon Terra sobre usuário-mídia como aquele que “produz, compartilha e dissemina conteúdos próprios e de seus pares” (TERRA, 2011, p.68), constatamos que os participantes da Enquete são autênticos usuários-mídia espíritas na fanpage da FEB.

Sobre a primeira hipótese da nossa pesquisa, é crível que a fanpage da FEB se posiciona de acordo com as referências de práticas editoriais e gestão de conteúdo, específicas para as mídias sociais digitais. Assim, pensamos que ela comunica e divulga a sua Instituição espírita física, no caso, a Federação Espírita Brasileira, em Brasília-DF, também conhecida como a *Casa-Máter do Espiritismo*.

Resgatando a nossa segunda hipótese, vale ressaltar a constatação de que os três níveis de interações possíveis – desses usuários-mídia espíritas – foram observados no perfil:

1. Os que se contentam em consumir conteúdo e replicá-los;

Observada tal presença desse usuário quando se perguntou, na Enquete, qual a forma de interação que mais a pessoa utiliza na fanpage. O resultado, 70% das intenções, ou seja, 28 votos na opção “compartilhamento de *posts*”.

2. Os que apenas participam com seus comentários respondendo comentários de terceiros;

Em uma das alternativas da Enquete, foi perguntado se o usuário realizava “algum comentário sobre o comentário de outro participante da fanpage”. Dessa forma, 23 votos, ou 57,5% das intenções, disseram que “sim”, o que denota, novamente, que há o perfil de usuário-mídia espírita na página.

3. E os que de fato produzem conteúdo com intensidade.

Embora não se tenha observado a circulação dos mesmos usuários-mídia espíritas pelas postagens da FEB, foi possível constatar a produção de diversos conteúdos com intensidade, especificamente quando nos atentamos às qualidades das interações, analisadas com minúcia neste estudo de caso.

De fato, o que motiva as pessoas a postarem comentários, de acordo com a pergunta da Enquete sobre tal assunto, são o “conteúdo e o esclarecimento dessas postagens”. Além do mais, postagens com mensagens espíritas apresentam grande potencial motivador para a geração de comentários e compartilhamentos.

O perfil institucional da FEB, no Facebook, indicou ser mais **conservador** que **participativo**, especificamente quando observamos pouquíssimas interações da equipe mantenedora da fanpage com os usuários-mídia espíritas – na linha do tempo da página. Em tudo que observamos, participações da equipe estiveram relacionadas ao fornecimento de informações de como adquirir os produtos FEB.

Quando a entrevistada diz que “muitas dúvidas são respondidas quase que automaticamente por outros usuários” (COSTA, 2014, Apêndice A), ela pode estar certa sobre a compreensão da fanpage como uma Rede de Solidariedade, mas perde a razão de seu argumento quando não observa que há nas postagens, muitas perguntas direcionadas à equipe mantenedora da fanpage, principalmente sobre dúvidas (relevantes). Exemplo disso novamente é a postagem sobre a FEBrádio, em que a maioria dos usuários – perdidos e confusos com as informações que foram publicadas –, não soube diferenciar “web rádio” de “rádio convencional”, questionamentos esses que ficaram sem respostas até a data de nossa constatação.

Dessa forma, é fato observado que muitas dúvidas de usuários ficam sem respostas da equipe FEB na linha do tempo. E ficou subentendido que os próprios usuários-mídia espíritas poderão respondê-las da maneira que acharem conveniente, já que existe, na fanpage, uma Rede de Solidariedade muito ativa, receptiva e emotiva. Portanto, o fato de um (anônimo) tirar a dúvida de um (desconhecido) – mesmo que não se tenha conhecimento doutrinário para isso –, parece desobrigar os pronunciamentos espíritas oficiais por parte da equipe mantenedora da fanpage.

Talvez, isso possa justificar o fato de haver tantas trocas comunicacionais entre eles próprios (usuários-mídia espíritas), como se a compreensão desse espaço digital da FEB fosse mesmo o de uma tribuna – aquela que possibilita a explanação e resolução de suas próprias dúvidas e angústias ao mesmo tempo, tudo por conta própria e sem a ajuda da FEB.

O lado negativo dessa questão é se essa ausência da FEB (na *Timeline*) não “oficializa” a abertura da fanpage para palpiteiros de plantão, pseudo-escritores espíritas, oportunistas, propagandistas, detratores do Espiritismo, ou mesmo anti-espíritas que já circulam pela fanpage para (supostamente) confundir iniciantes, como deduziu um usuário ao nos confidenciar que não acredita que “todos” da fanpage sejam espíritas, por conta de comentários tão negativos e pessimistas.

Houve ainda aquela prática isolada sobre propaganda anônima na fanpage, onde a equipe mantenedora do perfil (possivelmente) não se atentou a esse tipo de publicação textual, quiçá “intrusa”.

Conforme fora dito na entrevista “é realizado monitoramento diário na fanpage, utilizando a própria ferramenta disponibilizada pelo Facebook” (COSTA, 2014, Apêndice A). Entretanto, acreditamos que tal ferramenta não tenha detectado esse tipo de postagem “pirata”, o que pode subentender a ineficiência desse recurso embutido no Facebook.

A utilização de ferramentas profissionais de monitoramento e métricas pode auxiliar no posicionamento de dados inteligentes, e não apenas dados de mídias sociais, já que mensagens e conversas precisam ser ouvidas, analisadas e sempre respondidas. Algumas ferramentas gratuitas, como é o caso da que o Facebook dispõe, possuem mecanismos de busca muito limitados. Por conta disso, os resultados não são apresentados de forma suficientemente relevante para se tirar conclusões mais refinadas.

Portanto, utilizar uma plataforma profissional de monitoramento e métricas, que coleta as conversas que acontecem no perfil da FEB, e em tempo real, além de armazenar as informações e permitir sua análise, pode facilitar a automatização de diversas ações do trabalho profissional de monitoramento da equipe mantenedora.

Outra questão importante quando se adota uma ferramenta profissional é a possibilidade da classificação das menções sobre a marca FEB, permitindo automatizar em até 80% o trabalho de classificação das postagens feitas em redes sociais, como é o caso do Facebook. Essas menções da marca permitem identificar crises em potencial, já que ferramentas de monitoramento profissionais geram alertas de crises com dados confiáveis para a tomada de qualquer decisão rapidamente.

Uma vantagem de se utilizar ferramentas profissionais de monitoramento e de métricas é a possibilidade de se agendar a publicação de postagens com textos,

fotos e vídeos, e ser recomendado sobre a quantidade de vezes que se deve publicar ao longo do dia, incluindo os melhores horários para lançar conteúdos e formatos, e direcionando as postagens em opções, como gênero, status de relacionamento, grau de escolaridade, interesses, idade, localização e idioma.

É relevante, em nosso ponto de vista, saber exatamente qual é o alcance das postagens da FEB no Facebook, utilizando, para isso, relatórios pontuais que mostram o potencial de usuários impactados pelo que falam da página.

De acordo com a entrevista, nos foi informado que a média diária de comunicações (*inbox*) que a Fanpage recebe de seus usuários “varia de 5 a 30 mensagens” (COSTA, 2014, Apêndice A), e que os tipos de comentários e/ou questionamentos postados nesse ambiente reservado são de conteúdos diversos:

As mensagens variam entre dúvidas (doutrinárias; sobre eventos e ações da FEB e FEB Editora), sugestões de conteúdos, críticas, pedidos de preces e orientações sobre leitura e casas espíritas por todo o mundo.

[...] Temos usuários frequentes que variam entre espíritas e simpatizantes, casas espíritas, grupos. (COSTA, 2014, Apêndice A)

Baseado em tal resposta, acredita-se que é importante acompanhar a frequência de citações e as críticas/elogios sobre a Fanpage da FEB e suas postagens, permite conhecer melhor esse usuário-mídia espírita que interage, muitas vezes, como o advogado da marca FEB.

Além disso, agrupar suas dúvidas e reclamações por tipo de solicitação e sentimento (positivas, negativas, neutras ou mistas), pode facilitar a realização de campanhas institucionais, possibilitando ainda o aprimoramento de um produto ou serviço, além de se produzir pesquisas mais precisas e encontrar novas oportunidades para ações institucionais.

Por fim, acreditamos que um dos objetivos atingidos por meio deste estudo de caso foi o de mostrar a importância e as estratégias da internet e das redes sociais digitais para o Movimento Espírita Brasileiro, por meio da Fanpage da FEB. Portanto, entender essas relações digitais que foram criadas entre usuários-mídia espíritas e a Fanpage da FEB pode trazer subsídios ao entendimento dos rumos da Comunicação Social Espírita, dentro das redes sociais digitais contemporâneas.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Aryane de Paula Costa. *O Espiritismo Além da Notícia*. 72 f.. Relatório técnico – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino – FAE, São João da Boa Vista, São Paulo, 2010.

ARAÚJO, Pedro Miranda de. *A visibilidade do Espiritismo na Mídia: uma análise sobre a abordagem da doutrina espírita pelas revistas Época, IstoÉ e Veja*. 67 f.. Monografia – Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH, Belo Horizonte, 2007.

ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARICHELLO, Eugenia da Rocha; MACHADO, Jones. *Comunicação organizacional no contexto midiático digital - a reconfiguração dos fluxos comunicacionais*. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/1qkDBrl>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

BETARELLO, Jeferson. *Unir para Difundir: o impacto das federativas no crescimento do espiritismo*. 193 f.. Tese (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo, 2009.

CAPPRA, Ricardo. **E-guia das relações sociais na internet**. Porto Alegre: Consultores associados e colaboradores especialistas, 2012, p.14 e 16. Disponível em: < <http://cappra.com.br/e-book/>>. Acesso em: 21 out. 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, Mayara Paz. Fanpage da Federação Espírita Brasileira: depoimentos. [3 de setembro, 2014]. Entrevista concedida a Adriano Calsone.

DELOITTE. *Mídias sociais nas empresas: o relacionamento on-line com o mercado*. 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/1tX3Aqy>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

ELIAS JUNIOR, Alberto Calil. *O mundo espírita virtual: navegando pelas malhas da ciência, da tecnologia e da religião*. Tese (Doutorado). Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ - Rio de Janeiro, 2009.

FIGUEIREDO, Giovanna Santos. 2009. *As Redes Sociais na Era da Comunicação Interativa*. Disponível em: <<http://bit.ly/11fMKMJ>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

HONAN, Mat. **I Liked Everything I Saw on Facebook for Two Days. Here's What It Did to Me**. Revista Wired. Estados Unidos, Califórnia, 06 out. 2014. Disponível em: <<http://wrd.cm/1vxih7>>. Acesso em: 06 out. 2014.

KARDEC, Allan. **Obras Póstumas**. Rio de Janeiro, FEB, 2005.

_____. **O que é o Espiritismo**. Rio de Janeiro, FEB, 2013.

_____. *Revista espírita*. Trad. Júlio Abreu Filho. São Paulo: Editora Cultura Espírita (Edicel), 1973. [Coleção completa]

KEEN, Andrew. **O culto do amador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

KUNSCH, Margarida. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. 5. ed., São Paulo: Sumus, 1997.

_____. *Comunicação integrada nas organizações modernas: avanços e perspectivas no Brasil*. 1995. Disponível em: <<http://bit.ly/1v4DhTA>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

LEITE, Antonio C. Lacerda. **O GEAE e a divulgação espírita na internet**. Anuário Histórico Espírita, São Paulo: Masdra, 2004.

LEMOS, André. *Cibersocialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Salvador: UFBA, Centro de estudos e Pesquisa em Cibercultura, [s.d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/1o86fRL>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

LIMA, João Gabriel de. O maior brasileiro da história. **Revista Época**, São Paulo, n. 434, p.76, set. 2006. Disponível em: <<http://glo.bo/1yh4m8t>>. Acesso em: 10 out. 2014.

MACHADO, Carly Barbosa. **Questões metodológicas em antropologia: o ciberespaço e a cibercultura nas reflexões etnográficas**. 2003a. Trabalho de conclusão da disciplina Metodologia II ministrada por Claudia Resende, PPCIS/UERJ, 2003a.

MENDONÇA, Martha. *O novo espiritismo*. Site da Federação Espírita Brasileira. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/ZBrujm>>. Acesso em: 10 out. 2014.

OSELAME, Renato. E se curtíssemos tudo? **Jornal Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 ago. 2014, mercado B11.

PATRIOTA, Karla Regina Macena P. e PIMENTA, Rodrigo Duguay da Hora. *A Mídia do Eu: Comunicação Individualizada no Mundo Conectado*. Disponível em: <<http://bit.ly/1njDDUW>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

PIRES, Herculano. *Anuário Allan Kardec*, São Paulo: Editora Lake, 1975, p. 37.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

_____. *O que é mídia social?* 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/1vYjuEt>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

REGO, Francisco Gaudênio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. 5.ed., São Paulo: Summus, 1986.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. *Perspectivas teóricas da comunicação organizacional*. Disponível em: <<http://bit.ly/ZoDe8j>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

SEBA, Merhy et al. **Manual de Comunicação Social Espírita - Fundamentos Filosóficos e técnicos**. Brasília: FEB / Conselho Federativo Nacional, 2011, p.17 e 18. Introdução.

_____. **Orientação à comunicação social espírita**. Brasília: FEB / Conselho Federativo Nacional, 2013.

SILVA, Lídia Oliveira. **A internet - A geração de um novo espaço antropológico**. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. *Janelas do Ciberespaço: comunicação e cultura*. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 151-171.

TERRA, Carolina Frazon. Usuário-mídia: o curador das mídias sociais? **E-book Curadoria digital e o campo da comunicação** / Elizabeth Nicolau Saad Corrêa, organizadora, São Paulo: ECA/USP, 2012, p. 55-57. Disponível em: <<http://bit.ly/1xANpTu>>. Acesso em: 11 out. 2014

_____. **Mídias Sociais... e agora?**: O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. 1ª. ed., São Caetano do Sul, SP: Editora Senac Rio, 2011.

_____. *Usuário-mídia: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais*. 207 f.. Tese (Doutoramento) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

_____. *Usuário-mídia: o quinto poder*. 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/1p6QxRJ>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

_____. *Comunicação Corporativa Digital: o futuro das Relações Públicas na rede*. 2006. 173 f.. Tese (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

_____. e SILVA, Tarcízio. *Curadoria Digital e o Campo da Comunicação (artigos)*. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/1yvxEAt>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

XAVIER, Francisco Cândido; VIEIRA, Waldo. **Estude e Viva**, pelo Espírito Emmanuel e André Luiz, 1ª. ed., Rio de Janeiro: Federação Espírita Brasileira, 1965.

APÊNDICES

A- Perguntas enviadas à Mayara Paz Costa – Gerente de Comunicação e Marketing da FEB

Qual foi a necessidade de se criar uma fanpage da FEB em 2011? Tal iniciativa partiu de alguma demanda observada?

Observamos a necessidade de inserir a FEB nas redes sociais em virtude da grande procura dos públicos da Casa por informações, interação, vídeos, áudios, mensagens. Vimos nas redes, sobretudo no Facebook, um espaço com ferramentas variadas para atingirmos estes objetivos. Além disso, obtivemos interação com casas espíritas de vários locais do mundo e integração com federativas estaduais e especializadas, no compartilhamento de informações de modo mais dinâmico e interativo.

Em 2011, a FEB publicou o *Manual de Comunicação Social Espírita*, que sugere soluções de práticas editoriais, sendo inéditas no meio espírita as iniciativas voltadas à internet e à multimídia. Existe alguma relação direta do surgimento da fanpage da FEB com este projeto?

A obra em questão foi uma ótima iniciativa ao Movimento Espírita. Contribuímos diretamente, inclusive, em sua nova edição, incluindo o tópico de redes sociais. No entanto, não houve relação direta para a criação da fanpage.

Houve algum planejamento de mídia digital para a criação da fanpage da FEB?

Fizemos um projeto bem estruturado para apresentação à presidência da Casa em que constava-se a justificativa de como e porque a criação de uma fanpage para a FEB seria benéfica, bem como objetivos claros, metas, sugestões prévias de postagens. Após aprovado, iniciamos o estudo das áreas que seriam inseridas, layout completo e após alguns anos temos o retorno do trabalho bem planejado.

As estratégias de comunicação adotadas na fanpage da FEB foram inspiradas em ações digitais de outras instituições com perfis no Facebook?

A Comunicação da FEB sempre busca observar o mercado e o cenário em que a Instituição está inserida. Com isso, fazemos análise de várias páginas antes de formularmos a da FEB, porém atenta às especificidades.

Vocês realizaram alguma pesquisa para se descobrir o perfil dos usuários da fanpage da FEB?

Quando foi criada a fanpage foi traçado o perfil do público-alvo que incluía espíritas, simpatizantes, adultos de todos os sexos. Isto para iniciar as nossas atividades e como iríamos conduzir a criação de conteúdo para estes públicos. De 2011 para cá foram necessários um ou outro ajuste, mas o perfil do público permanece e temos a grata felicidade de diariamente conseguir contar com a participação deles e conhecer ainda mais seus anseios, necessidades e preferências.

Para a direção da FEB, qual a importância em manter uma fanpage dessa Instituição na rede social digital Facebook?

A direção acompanha, aprova estratégia e inclusive participa da criação de algumas postagens. Eles têm a percepção que é um canal importante e relevante para difusão da Doutrina Espírita.

Existe uma equipe da FEB responsável pela manutenção da fanpage? Ou falamos de uma empresa que presta serviços de comunicação digital à Instituição?

Sim, a equipe responsável pela manutenção da fanpage é a Assessoria de Comunicação Social da FEB. Temos profissionais capacitados em comunicação digital que integram a equipe, mas eles não são os únicos a participarem da criação do conteúdo e estratégias.

São profissionais da área de mídias digitais ou voluntários?

Temos profissionais de mídias digitais.

Qual a média de idade desses profissionais? São espíritas?

A Federação Espírita Brasileira não faz distinção quanto a orientação religiosa dos seus funcionários. A equipe de Assessoria de Comunicação Social tem profissionais com perfil religioso misto, incluindo jornalistas espíritas com bom conhecimento doutrinário.

A FEB investe em anúncios do Facebook? Se sim, qual a periodicidade e os principais retornos observados?

Já fizemos uma experiência com anúncio patrocinado no Facebook, mas observamos que nosso alcance orgânico é mais eficiente.

Vocês participam do Facebook Ads – o sistema de publicidade de links patrocinados dessa rede social?

Sim.

Na análise de vocês, a que se deve o grande aumento de curtidas/fãs na fanpage da FEB?

Acreditamos que o aumento foi uma ação natural de um trabalho focado no perfil do público-alvo e por ter uma rotina de postagens.

Vocês realizam monitoramento da fanpage da FEB? Se sim, qual a periodicidade, o objetivo a ser atingido e a(s) ferramenta(s) de monitoramento utilizada(s)?

Fazemos o monitoramento diário na fanpage, usamos a própria ferramenta disponibilizada pelo Facebook.

Sobre postagens de banners (imagens com mensagens espíritas), qual o objetivo desse tipo de comunicação? Há uma periodicidade para estas postagens?

Nosso público demonstra interesse nestas mensagens. Elas são postadas diariamente.

Sobre postagens de vídeos, qual o objetivo desse tipo de comunicação?

Fazemos o uso de conteúdo multimídia que agregue qualidade ao conteúdo divulgado na fanpage.

Qual a média diária de comunicações (*inbox*) que a fanpage recebe de seus usuários?

Estas mensagens variam de 5 a 30 mensagens.

Que tipo de comentários e/ou questionamentos esses usuários postam no ambiente *inbox*?

O conteúdo é diverso. As mensagens variam entre dúvidas (doutrinárias; sobre eventos e ações da FEB e FEB Editora), sugestões de conteúdos, críticas, pedidos de preces e orientações sobre leitura e casas espíritas por todo o mundo.

Há usuários formadores de opinião e/ou disseminadores de ideologias pela fanpage? São sempre as mesmas pessoas? Vocês as identificam? São espíritas ou não?

Temos usuários frequentes que variam entre espíritas e simpatizantes, casas espíritas, grupos.

Nota-se que determinados comentários que circulam pela fanpage da FEB geram uma espécie de “rede de solidariedade”, onde usuários ajudam/esclarecem/consolam outros usuários, ou até rebatem comentários não-espíritas ou posicionamentos muito negativos/destrutivos. Como vocês avaliam essas relações?

Estas participações são válidas e nos auxiliam muito no entendimento do público para quem estamos falando.

Observa-se que a FEB não participa/interage com os comentários gerados pelos usuários, diante de postagens na *linha do tempo* da fanpage. Isso se dá *inbox* ou não há mesmo uma participação efetiva da parte de vocês? Não havendo tal participação/interação com esses usuários, qual o motivo principal?

Nós interagimos com os comentários quando são pertinentes. Algo que deve-se observar é que muitas dúvidas são respondidas quase que automaticamente por outros usuários. Outras vezes as pessoas postam as dúvidas na timeline e em inbox, em certos casos optamos por responder inbox.

Qual a média de tempo no fornecimento de uma resposta *inbox* aos usuários da fanpage?

Nós trabalhamos para responde-las até no máximo dois dias (recebemos dúvidas que carecem de pesquisas mais aprofundadas) no caso das mensagens que recebemos aos sábados e aos domingos, buscamos responder na segunda-feira.

Postagens sobre reclamações na *linha do tempo* da fanpage são apagadas? Se sim, por quê? Tais respostas são fornecidas na *linha do tempo* ou *inbox*?

Não, elas não são apagadas. Porém temos uma política de estarmos atentos a filtrar quando usuário se expressa fazendo uso de palavras de baixo calão ou ofendendo outros usuários.

Vocês mantêm uma média diária de postagens na fanpage? Existe algum critério e/ou ordem de prioridade para essas postagens?

No planejamento temos em média quatro postagens. O critério para escolher o tipo de conteúdo e quando será postado depende do relatório que acompanhamos.

Peço a gentileza de listar os cinco temas considerados importantes para a FEB, do ponto de vista da divulgação na fanpage. Na opinião de vocês, quais desses cinco temas geram mais participação e engajamento?

Nosso principal objetivo é tratar de temas referentes à difusão da Doutrina Espírita; estimular o estudo; levar mensagens de conforto e orientação; divulgar ações da FEB e das Federativas espalhadas por todo país; divulgar conteúdos ligados à atualidade. Além destes, focamos, com boa repercussão, a alusão a efemérides como nascimento e obras de Bezerra de Menezes.

Desde o surgimento da fanpage, em 2011, quais os tipos de postagens realizadas no perfil da FEB que mais geraram participação e engajamento? E as que menos geram?

Não é possível enquadrar conteúdos que gerem mais ou menos participação, pois observamos que há uma grande variação relativa ao dia, ao momento da atualidade, ao conteúdo ou imagem postada. Nós valorizamos todo tipo de participação, pois ainda que seja pequena ela fez alguma diferença e estimulou aquela participação. Mas sem dúvida as mensagens e preces são as que têm maior engajamento.

Na opinião de vocês, por que essas postagens geraram baixa participação e engajamento?

Conforme respondemos anteriormente não é possível fazer esta definição. Ele pode não ter obtido uma audiência significativa naquele momento, mas posteriormente pode ser que tenha uma boa repercussão em outro instante.

Postagens específicas sobre desencarnes, com a do Paulo Goulart (14/03) e a de Eduardo Campos (13/08), são estratégias de comunicação para gerar mais engajamento/participação no perfil? Peço a gentileza de justificar a resposta.

Não. Nós não criamos postagens com finalidade de gerar curtidas ou comentários e sim de levar aos seguidores da página da FEB mensagens de reflexão, consolo, conhecimento. Mas estamos sempre muito atentos a temas da atualidade como é papel de todo comunicador.

Vocês participam/interagem com os comentários gerados por meio dessas postagens específicas sobre desencarnes? Se sim, como isso se dá?

Depende da necessidade. Consideramos o caráter oficial e institucional da fanpage.

Vocês realizam algum tipo de análise sobre os comentários gerados por essas postagens específicas sobre desencarnes? Se sim, que tipo de estudo? É gerado algum relatório sobre isso, qual a sua finalidade?

Estas postagens sobre desencarnação de pessoas públicas, ou solidariedade em preces aos que estejam necessitando delas não recebem uma atenção diferenciada em relação às demais. Para conhecimento, hoje a postagem que mais repercutiu foi a referente ao aniversário de Bezerra de Menezes, postada no dia 29 de agosto de 2014.

No momento, há alguma estratégia de comunicação específica e em atividade na fanpage?

Seguimos com nossas postagens previamente planejadas, mas com foco nas ações relacionadas aos próximos eventos planejados e produzidos pela FEB: Exposição sobre Parlamentares espíritas na Câmara dos Deputados, Exposição sobre Divaldo Pereira Franco, na FEB e Movimento Você e a Paz, com realização da FEB e FEDF. Além desta, alusão à obra Nosso Lar que comemora neste ano 60 anos de edição.

Em um curto prazo, há alguma estratégia de comunicação a ser implementada?

As estratégias seguem as datas comemorativas de obras, personalidades do meio espírita, ações relacionadas a livros da FEB Editora e associação a eventos da Casa, conforme citado anteriormente. Todas possuem dead lines e os seguimos para fins de organização e planejamento. Até o final deste ano, todas as ações citadas na pergunta anterior serão implementadas com ações na fanpage.

Há um plano de marketing digital para a comercialização de produtos da FEB na fanpage? Poderia nos sugerir as linhas gerais dessa ação digital específica?

Não temos dentro de nossos próximos planos o foco nesta ação, com intuito comercial. Esta linha associamos às obras da FEB Editora, com foco nos sites específicos para este fim, além da venda de eBooks em grandes sites como Amazon.

Por fim, há algum objetivo maior a ser alcançado com a fanpage da FEB? Qual seria?

Divulgar a Doutrina Espírita da melhor forma possível, seguindo a missão da FEB de “oferecer a Doutrina Espírita ao ser humano por meio do seu estudo, prática e difusão, pela união solidária dos espíritas e unificação das instituições espíritas, contribuindo para a formação do homem de bem.”

Obrigado!

B- Perguntas da Enquete sobre a Fanpage da FEB

**Enquete sobre a fanpage da FEB - Federação Espírita Brasileira
40 entrevistados no Facebook por meio da ferramenta “Enquetes”****Texto de apresentação:****Confrade amigo,**

Me chamo Adriano Calsone, sou pesquisador espírita.

Estou concluindo um curso de Pós-graduação em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais, no SENAC São Paulo, e o meu estudo de caso é sobre a **fanpage da FEB - Federação Espírita Brasileira**.

Por isso, gostaria de contar com a sua participação respondendo algumas perguntas dessa enquete, que visa conhecer o perfil do usuário dessa fanpage e o nível de sua interação com a mesma.

OBS: Comprometo-me em divulgar as respostas de sua enquete apenas em meu trabalho de conclusão de curso, no contexto acadêmico. Seu nome completo, perfil no Facebook, ou mesmo outro dado pessoal, não serão divulgados no trabalho, muito menos repassados em hipótese alguma.

Agradeço a atenção ao meu estudo e disponibilidade em responder as perguntas.

Muito Obrigado!

Atenciosamente,

Adriano Calsone

* Você se considera espírita?

Entende-se “espírita” no contexto do Espiritismo codificado por Allan Kardec.

- SIM
- SIM, inclusive estudo e frequento um centro espírita
- NÃO sou espírita
- NÃO, mas já fui espírita
- Apenas um simpatizante

1) Você é frequentador da fanpage da FEB?

- SIM
- Apenas quando vejo um post que me interessa ou chama muita atenção no meu Feed de Notícias
- NÃO

2) Qual a frequência?

- diariamente
- 2 vezes por semana
- uma vez por semana
- uma vez ao mês (de vez em quando)
- não pretendo mais visitar a fanpage

3) Você interage com a fanpage da FEB na maioria das vezes que a visita?

Entende-se por "interação" as formas de "participar" dessa fanpage.

- SIM, participo bastante
- Apenas quando vejo um post que me interessa ou chama muita atenção
- NÃO, fico apenas lendo

4) Qual a forma de interação que você mais utiliza na fanpage da FEB?

- curtida de posts
- compartilhamento de posts
- comentário de posts
- comprando os produtos comerciais anunciados
- Não participo, fico apenas lendo

5) O que te motiva a interagir com a fanpage da FEB?

- a credibilidade desta Instituição espírita
- a sua qualidade, organização e atualização
- a agilidade da equipe da fanpage na resposta de minhas dúvidas
- a participação de outros espíritas
- o sentimento de ajuda ao próximo
- não interajo, pois a fanpage me desmotiva
- não interajo, pois não tenho o costume

6) Você já deixou comentários sobre as postagens da FEB?

- SIM, na própria fanpage
- Apenas quando vejo um post que me interessa ou chama muita atenção no meu Feed de Notícias
- NÃO

7) O que te motivou a escrever esses comentários?

- a relevância e qualidade dos produtos comerciais anunciados
- o conteúdo e o esclarecimento dessas postagens
- o sentimento de ajuda ao próximo
- a participação de outros espíritas

- não escrevo, pois a Fanpage me desmotiva
 - não interajo, pois não tenho o costume
 - Deixei um comentário justamente por NÃO concordar com o que li
- 8) Você já curtiu o comentário de algum participante da Fanpage da FEB?
- SIM, na própria Fanpage
 - SIM, depois de ter lido no meu Feed de Notícias
 - NÃO
- 9) Se sim, o que te levou a curtir esse comentário?
- o argumento dessa pessoa, sua clareza, objetividade e inteligência
 - amizade, eu conheço essa pessoa
 - por considerar essa pessoa um líder espírita
 - por mera concordância, essa pessoa escreveu exatamente aquilo que eu também pensava e sentia
- 10) Você já fez algum comentário sobre o comentário de um participante da Fanpage da FEB?
- SIM
 - NÃO
- 11) Se sim, o que te motivou a escrever esse comentário?
- o argumento dessa pessoa, sua clareza, objetividade e inteligência
 - por considerar essa pessoa um líder espírita
 - a participação de outros espíritas
 - por mera concordância; essa pessoa escreveu exatamente aquilo que eu também pensava e sentia
 - Deixei um comentário justamente por NÃO concordar com essa pessoa
 - o sentimento de ajuda ao próximo
- 12) Que tipo de postagem mais te agrada na Fanpage da FEB?
- as que trazem imagens com mensagens espíritas
 - as que divulgam informações sobre eventos, palestras, livros e outros produtos comerciais da FEB
 - as que homenageiam pessoas importantes que desencarnam
 - as que contêm vídeos
- 13) Ao ler as postagens na Fanpage da FEB, como você se sente?
- como se aqueles posts fossem feitos/escritos para mim
 - me identifico emocionalmente com o que leio; gosto das mensagens espíritas da Fanpage

- me sinto bastante informado com o que leio; gosto das informações de utilidade pública da fanpage
- ao ler as postagens da FEB, nada sinto de relevante!
- me sinto parte de uma grande rede de solidariedade

14) Como você avalia a qualidade das informações postadas pela equipe da fanpage da FEB?

1 2 3 4 5
baixa excelente

* Você acha importante que as instituições espíritas tenham fanpages no Facebook?

1 2 3 4 5
não vejo necessidade acho importantíssimo

Se achar necessário, deixe aqui as suas dúvidas ou sugestões sobre as perguntas desta enquete. Obrigado!



ANEXOS

A- Manual FEB - Orientação à Comunicação Social Espírita



FONTE: <http://bit.ly/1sawPIk>

B- Parecer final do Comitê Interno de Ética em Pesquisa - SENAC

**Comitê Interno de Ética em Pesquisa – CEP/Senac****Parecer Final nº 103.141.14**

Adriano Calsoni, aluno regularmente matriculado no curso de **Pós-graduação Gestão da Comunicação em Mídias Digitais**, submeteu para a revisão ética por parte deste Comitê Interno de Ética em Pesquisa, sua proposta de **Trabalho de Conclusão de Curso** intitulado "**FEBNOFB – Federação Espírita no facebook**", a ser desenvolvida sob a orientação **Karina Ninni Ramos**.

A documentação recebida em 02/10/2014, foi verificada pela secretaria do CEP e, por estar completa, foi encaminhada para apreciação, em 03/10/2014.

As observações e conclusões do parecerista sobre a proposta apresentada foram discutidas e analisadas considerando o parecer "**Aprovado**", nos moldes apresentado.

A documentação referente ao presente parecer encontra-se arquivada junto à Secretaria do CEP/Senac.

São Paulo, 10 de Outubro de 2014.

Emília Satoshi Miyamaru Seo
Coordenadora do CEP/Senac

C- Termo de Autorização – Federação Espírita Brasileira



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DA EMPRESA / INSTITUIÇÃO

Neste ato, e para todos os fins em direito admitidos, autorizo expressamente, como responsável pela empresa/instituição Mayara Fez Costa a realização do desenvolvimento do projeto do Centro Universitário Senac, a seguir discriminado:

Modalidade: Trabalho de Conclusão de Curso - especialização em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais – SENAC Lapa Scipião - SP

Título: #FEBNOFB – Federação Espírita Brasileira no Facebook

Aluno: Adriano Calsone

Obs: Espírita por mais de 10 anos, com formação na FEESP- Federação Espírita do Estado de São Paulo

Orientador: Profa. Ms. Karina Ninni Ramos

Objetivos principais:

- 1) Compreender como a fanpage da FEB – Federação Espírita Brasileira – apresenta as suas práticas editoriais e gestão de conteúdos, e qual o impacto que esse posicionamento digital causa em seus usuários.
- 2) Analisar, por meio da categorização de conteúdo postado, a fanpage da FEB no período de 14 de março (quando a mesma estava prestes a atingir 200 mil curtidas) a 31 de julho de 2014, nas questões relativas às quantidades de curtidas, conteúdos, temas das postagens, compartilhamentos e, principalmente, a observação da qualidade das interações entre os usuários-mídia e a fanpage desta instituição religiosa. Entende-se por “qualidade das interações” os seguintes aspectos metodológicos, que serão observados no decorrer do meu estudo de caso:
 - a- **Qualidade dos textos de consolo:** quando usuários expressam emotividades, diante de postagens da fanpage sobre tragédias e/ou morte de personalidades famosas;
Objetivo: analisar o quanto essas expressões de emotividade podem influenciar outros usuários-mídia participantes da fanpage.
 - b- **Qualidade dos textos de agradecimento:** quando usuários expressam gratidão por uma graça espiritual alcançada;
Objetivo: analisar o quanto as expressões de gratidão podem sensibilizar outros usuários-mídia participantes da fanpage.
 - c- **Qualidade dos textos com participação da FEB:** quando usuários direcionam dúvidas à equipe mantenedora da fanpage, e a equipe, por sua vez, esclarece esses usuários;
Objetivo: analisar a frequência e o tipo de interação da Instituição com os usuários-mídia, e se o teor das respostas satisfaz (ou não) àqueles que a questionam.
 - d- **Qualidade dos textos de usuário esclarecendo usuário:** quando usuários tomam a vez da equipe FEB, e passar a esclarecer, por conta própria, dúvidas de outros usuários-mídia;



Objetivo: analisar a resposta e o nível de influência de um usuário diante de outro com dúvidas.

e- Qualidade dos textos com pedidos de ajuda e orações: quando usuários expressam apoio a outros usuários, com apelo divino e espiritual;

Objetivo: analisar o quanto essas expressões de auxílio podem influenciar outros usuários-mídia participantes da fanpage.

Procedimentos utilizados:

- tomada de fotos de ambientes e objetos
- print screen* de páginas da fanpage da FEB, incluindo seus *posts*
- filmagens
- entrevista / questionário com funcionário (roteiro anexo)
- pesquisa em dados / documentos da empresa

O material resultante do desenvolvimento do projeto poderá ser apresentado: nos relatórios *parcial* e *final* do referido projeto, na apresentação áudio-visual do mesmo, em livros acadêmicos e periódicos científicos, em artigos publicados em anais de encontros científicos, nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet, com fins comerciais ou não, fazendo-se constar os devidos créditos.

O aluno fica autorizado a executar livremente a edição e montagem das fotos e filmagens, conduzindo as reproduções que entender necessárias, bem como a produzir os respectivos materiais de comunicação, respeitando sempre os fins aqui estipulados.

Brasília, 15 de outubro de 2014.

Mayara Paz Costa

Assinatura

Gerente de Comunicação

Cargo/Função

Nome: Mayara Paz Costa

RG.: 2.110.966 CPF: 003.834.971-08

Telefone1: (61) 2101-6175 Telefone2: () _____

Endereço: SGAN 603, Conj. F. Av. L2 Norte

DE DESIJO.
Maíra
 16/10/14

D- Termo de Consentimento de Entrevista - funcionária Mayara Paz Costa


**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
DE PARTICIPAÇÃO DE PESQUISA**

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

São Paulo, 14 de outubro de 2014.

Curso/Unidade: Gestão da Comunicação em Mídias Digitais – Lapa Scipião**Título da pesquisa/estudo:** #FEBNOFB – Federação Espírita Brasileira no Facebook**Nome do pesquisador(es):** Adriano Calsone _____**Nome do Orientador:** Karina Ninni Ramos _____

Você está sendo convidado(a) para participar da pesquisa acima. Sua participação será voluntária e a qualquer momento você poderá desistir. Assim como há liberdade para aceitar, há também liberdade para recusar sua participação, sem qualquer prejuízo pessoal.

Para que você possa decidir, os objetivos desta pesquisa são:

- 1) Compreender como a fanpage da FEB – Federação Espírita Brasileira – apresenta as suas práticas editoriais e gestão de conteúdos, e qual o impacto que esse posicionamento digital causa em seus usuários.
- 2) Analisar, por meio da categorização de conteúdo postado, a fanpage da FEB no período de 14 de março (quando a mesma estava prestes a atingir 200 mil curtidas) a 31 de julho de 2014, nas questões relativas às quantidades de curtidas, conteúdos, temas das postagens, compartilhamentos e, principalmente, a observação da qualidade das interações entre os usuários-mídia e a fanpage desta instituição religiosa. Entende-se por “qualidade das interações” os seguintes aspectos metodológicos, que serão observados no decorrer do meu estudo de caso:
 - a- **Qualidade dos textos de consolo:** quando usuários expressam emotividades, diante de postagens da fanpage sobre tragédias e/ou morte de personalidades famosas;
Objetivo: analisar o quanto essas expressões de emotividade podem influenciar outros usuários-mídia participantes da fanpage.
 - b- **Qualidade dos textos de agradecimento:** quando usuários expressam gratidão por uma graça espiritual alcançada;
Objetivo: analisar o quanto as expressões de gratidão podem sensibilizar outros usuários-mídia participantes da fanpage.
 - c- **Qualidade dos textos com participação da FEB:** quando usuários direcionam dúvidas à equipe mantenedora da fanpage, e a equipe, por sua vez, esclarece esses usuários;
Objetivo: analisar a frequência e o tipo de interação da instituição com os usuários-mídia, e se o teor das respostas satisfaz (ou não) àqueles que a questionam.
 - d- **Qualidade dos textos de usuário esclarecendo usuário:** quando usuários tomam a vez da equipe FEB, e passar a esclarecer, por conta própria, dúvidas de outros usuários-mídia;
Objetivo: analisar a resposta e o nível de influência de um usuário diante de outro com dúvidas.
 - e- **Qualidade dos textos com pedidos de ajuda e orações:** quando usuários expressam apoio a outros usuários, com apelo divino e espiritual;
Objetivo: analisar o quanto essas expressões de auxílio podem influenciar outros usuários-mídia participantes da fanpage.

Para atingir estes objetivos, os procedimentos que serão utilizados envolvem: Estudo de caso e pesquisa aos usuários da fanpage da FEB, por meio da aplicação de um questionário *online* (ferramenta *Enquetes* do Facebook). Esses usuários não serão identificados de forma alguma no trabalho.

Os possíveis riscos envolvidos com estes procedimentos são:



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DE PARTICIPAÇÃO DE PESQUISA

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

- a) para você:** nenhum risco observado, haja vista que nenhuma pergunta elaborada ou resposta fornecida pelo usuário fere a integridade da Federação Espírita Brasileira.
- b) para a entidade na qual trabalha:** nenhum risco observado.

Por outro lado, os benefícios esperados são: compreender, por meio de um estudo de caso empírico, como os usuários da fanpage da FEB interagem com este perfil, o que proporcionará um entendimento pontual das relações interpessoais no meio espírita digital, especificamente na rede social Facebook. Este estudo de caso poderá auxiliar ainda a equipe de comunicação da FEB no sentido de apontar sugestões de melhoria, especialmente sobre a dinâmica das postagens na fanpage e as possibilidades de interação com seus usuários.

Ressaltamos que os resultados desta pesquisa serão divulgados no meio científico ()havendo ou ()sem haver a possibilidade de sua identificação em função do método adotado. Todavia sua privacidade está garantida quanto aos dados considerados confidenciais.

Se você considera que as informações aqui apresentadas são suficientes para esclarecer os objetivos, os procedimentos, os riscos e os benefícios de sua participação na pesquisa, e se você concorda em participar, assine a declaração abaixo.

Dados do Participante da Pesquisa

Nome: *Mayara Rez Costa*

RG nº. *2.110.966 SSP/PI*

Telefone nº. *61-2101-6175*

Declaro estar informado sobre os objetivos, método, riscos e benefícios desta pesquisa e concordo em dela participar.

Brasília, 15 de outubro de 2014

Mayara Rez Costa Data /Assinatura

CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO Fundamentos

O respeito devido à dignidade humana exige que toda pesquisa se processe após consentimento livre e esclarecido dos sujeitos, indivíduos ou grupos que por si e/ou por seus representantes legais manifestem a sua anuência à participação na pesquisa.

Estabelece a Resolução CNS 196/96 que:

1. O esclarecimento dos sujeitos se faça em linguagem acessível e que inclua necessariamente os seguintes aspectos:

- a) a justificativa, os objetivos e os procedimentos que serão utilizados na pesquisa;
- b) os desconfortos e riscos possíveis e os benefícios esperados;
- c) os métodos alternativos existentes;
- d) a forma de acompanhamento e assistência, assim como seus responsáveis;
- e) a garantia de esclarecimentos, antes e durante o curso da pesquisa, sobre a metodologia, informando a possibilidade de inclusão em grupo controle ou placebo;
- f) a liberdade do sujeito se recusar a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma e sem prejuízo ao seu cuidado;
- g) a garantia do sigilo que assegure a privacidade dos sujeitos quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa;
- h) as formas de ressarcimento das despesas decorrentes da participação na pesquisa; e
- i) as formas de indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa.



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DE PARTICIPAÇÃO DE PESQUISA

2 - O termo de consentimento livre e esclarecido obedecerá aos seguintes requisitos:

- a) ser elaborado pelo pesquisador responsável, expressando o cumprimento de cada uma das exigências acima;
- b) ser aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa que referenda a investigação;
- c) ser assinado ou identificado por impressão dactiloscópica, por todos e cada um dos sujeitos da pesquisa ou por seus representantes legais; e
- d) **ser elaborado em duas vias, sendo uma retida pelo sujeito da pesquisa ou por seu representante legal e uma arquivada pelo pesquisador.**

3 - Nos casos em que haja qualquer restrição à liberdade ou ao esclarecimento necessário para o adequado consentimento, deve-se ainda observar:

- a) em pesquisas envolvendo crianças e adolescentes, portadores de perturbação ou doença mental e sujeitos em situação de substancial diminuição em suas capacidades de consentimento, deverá haver justificativa clara da escolha dos sujeitos da pesquisa, especificada no protocolo, aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa, e cumprir as exigências do consentimento livre e esclarecido, através dos representantes legais dos referidos sujeitos, sem suspensão do direito de informação do indivíduo, no limite de sua capacidade;
- b) a liberdade do consentimento deverá ser particularmente garantida para aqueles sujeitos que, embora adultos e capazes, estejam expostos a condicionamentos específicos ou à influência de autoridade, especialmente estudantes, militares, empregados, presidiários, internos em centros de readaptação, casas-abrigo, asilos, associações religiosas e semelhantes, assegurando-lhes a inteira liberdade de participar ou não da pesquisa, sem quaisquer represálias;
- c) nos casos em que seja impossível registrar o consentimento livre e esclarecido, tal fato deve ser devidamente documentado, com explicação das causas da impossibilidade, e parecer do Comitê de Ética em Pesquisa;
- d) em comunidades culturalmente diferenciadas, inclusive indígenas, deve-se contar com a anuência antecipada da comunidade através dos seus próprios líderes, não se dispensando, porém, esforços no sentido de obtenção do consentimento individual;
- e) quando o mérito da pesquisa depender de alguma restrição de informações aos sujeitos, tal fato deve ser devidamente explicitado e justificado pelo pesquisador e submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa. Os dados obtidos a partir dos sujeitos da pesquisa não poderão ser usados para outros fins além daqueles previstos no protocolo e/ou no consentimento.

De acordo
Raul
16/10/14

E- Comentários de usuários-mídia espíritas sobre a aplicação da Enquete

Figura 34: Facebook – Ferramenta *Enquetes* – sugestões dos participantes da Enquete

Se achar necessário, deixe aqui as suas dúvidas ou sugestões sobre as perguntas desta enquete.

Obrigado!

15 respostas



Minhas enquetes
Todas as suas enquetes

Pesquisa sobre a fanpage da FEB - Federação Espírita Brasileira

[Atualizar para Premium](#)

[Descrição](#) [Perguntas](#)

[Compartilhar](#) [Resultados \(40\)](#)

Temas ligados ao estudo, como. Passes, fluídos, as parábolas,etc...

Agradeço pela gentileza de responder esta página Abraço.

Gostaria que a FEB disponibilizasse mais curso on line.

Sou espírita, acredito em reencarnação, leio tudo que posso, mja vi muita coisa, acontecer, que não foi por acaso, procuro ler pra entender para ajudar as pessoas, principalmente aquelas que estão desencarnando, tinha uma tia com câncer que ajudei ela até a hora de morrer, ela partiu muito tranquila, e me fez um bem, procuro sempre ajudar o próximo com minha pouca sabedoria, tenho uma irmã que está sofrendo muito por causa de uma traição, e sinto que minhas palavras ajudam ela, me faz bem, não sei muito mais o que sei já me ajuda a entender o dia que eu partir, sei o que vou passar, em fim alguma coisa me ajuda, e acho o espiritismo melhor que qualquer outra doutrina pois nos ensina muito, tenho uma amiga no Fac o nome dela é [nome] ela perdeu a filha em uma viagem, e ela só foi aceitar a morte da filha depois de ter recebido uma mensagem da menina o livro chama se Laura a pequena Gigante procura pra ti ler e muito bonito a passagem da menina de 16anos ou fala com a mãe adiciona ela concerteza ela vai te ajudar, obrigada por me escolher, não sei escrever muito bem. No computador mais manda me disser se adiantou para tua pesquisa ta abraço sucesso.

Muito feliz por conhecer mais um trabalhador espírita. Que deus abençoe seu trabalho! Muita paz!

Acredito que a divulgação de matérias, livros e sobre personalidades da literatura clássica espírita e simpatizantes: Leon Denis, Gabriel Delanne, Camille Flammarion, Ernesto Bozzano, de Rochas, Helena Blavasky, Alexander Aksakov, Cesar Lombroso, Amélie Boudet Arthur Conan Doyle, Caibar Schutel, Herculano Pires, Herminio Miranda, Bezerra de Menezes e mais tantos outros excelentes autores que já li, seriam de suma importância para a divulgação da base estrutural da literatura espírita.

Adriano Calsone, faça o que deve ser feito e faça bem feito para ajudar neste empenho que voce está a desenvolver.

Na 9 a resposta é nenhuma delas mas não consegui tirar! As veze nossas respostas no face ou qualquer outra mídi de massa é mediúnica, outras emocionais, psicológicas, espírituais... Tudo depende de Deus Vejo hoje que além de falarmos com os encarnados também conversamos com desencarnados. Isso dará um doutorado de respeito para quem conseguir provar na matéria, ou seja cientificamente. Por dedução fica claro que ao nos comunicarmos com outras pessoas inclusive de outros países estamos falando com no minimo 3x mais espíritos, daí podemos calcular a seriedade de nossas escolhas. Bom dia, boa sorte e que Deus te proteja.

A questão número 1 não exige a explicação "entende-se Espírita no contexto do Espiritismo codificado por Allan Kardec. Só existe um Espiritismo, não existe outro contexto. As outras crenças espiritualistas se apropriaram do termo espiritismo, que foi criado por Kardec justamente para diferenciar a Doutrina dos Espíritos.

Não tenho nenhuma dúvida. Obrigada.

Desejo que seu trabalho reforce as convicções sobre nossa Doutrina e que seja muito útil à FEB. Luz!

Me encantó poder participar!!!! Amo ésta bella doctrina . Muchas gracias !!!!! DIOS LOS BENDIGA A TODOS!!!!

eu curti poe ser espírita e frequentar o caminheiros da luz em fortaleza-ce, e faço cursos;

Meu tempo é curto, mas, vou visitar a fanpage da FEB mais frequentemente, de certa forma, me chamastes a atenção para o fato. Hoje, a tecnologia facilita a divulgação, e encurta as distancia entre as pessoas e fatos. Espero ter contribuido com seu trabalho, e lhe desejo prosperidade !! Grande abraço !! [nome] Florianópolis/SC

Olá! Apenas pra dizer que a FEB como qualquer outra Instituição Espírita, precisa se atentar às questões culturais, sociais e científicas que estão surgindo com muita frequência que é a questão dos Direitos Animais! Temos já um conteúdo riquíssimo sobre isso na codificação e todas as obras complementares e assuntos como esse precisam ser passados adiante. É obrigação de Instituições como a FEB passar adiante informações como essa. O Espiritismo é um só!

Exibindo as últimas 10 respostas.

Veja os próximos 10

FONTE: <https://apps.facebook.com/minhas-enquetes/febnofb>

F- Manifesto contra a legalização da maconha – Brasília, 23 de agosto de 2014

Figura 35: Site da FEB – Documento sobre o Manifesto contra a legalização da maconha



Manifesto contra a legalização da maconha

“O corpo é o primeiro empréstimo recebido pelo Espírito trazido à carne. Precatar-se contra tóxicos, narcóticos, alcoólicos, e contra o uso de drogas que viciem a composição fisiológica natural do organismo.”

Conduta Espírita, ditado por André Luiz e psicografado por Waldo Vieira.

A regulamentação da produção, comércio e uso da maconha está em debate. Com iniciativa da Comissão de Direitos Humanos do Senado Federal, pensamentos a respeito do tema têm sido colocados em discussão e é chegada hora de ecoar o posicionamento a favor da vida e contrário a essa legalização.

Muito ouvimos a respeito do uso recreativo da maconha, autorizado pelo Estado, mas é preciso igual força nas vozes dos que comprovam em estudos, pesquisas e na própria observação da sociedade (muitas vezes dentro dos próprios lares) os danos ocasionados por essa droga. (Alterações físicas significativas, como aceleração dos batimentos cardíacos, boca seca, olhos avermelhados; emoções contraditórias; alegria exagerada ou angústia intensa; fadiga; perde-se a noção de tempo. Há evidente perturbação da capacidade de calcular o tempo e o espaço, resultando em prejuízos na memória e na atenção. Nos casos graves ocorrem alucinações e delírios.)

Conforme palavras do Espírito André Luiz, “o corpo é o primeiro empréstimo recebido pelo Espírito trazido à carne” e este deve ser zelado com esmero, em respeito à ferramenta orgânica que nos favorece a existência terrena para a evolução espiritual. No campo fisiológico, o médico e coordenador do Departamento de Saúde Mental da Associação Médico-Espírita do Brasil, Roberto Lúcio Vieira, afirma que o uso da *cannabis* (nome científico da maconha) “não é isento de riscos e problemas importantes, do ponto de vista da integridade orgânica e mental, determinando, além das modificações agudas do estado de alerta, da consciência e da percepção, distúrbios sociais e do comportamento, como por exemplo o incremento dos acidentes automobilísticos; também, outros problemas decorrentes de seu uso crônico”.

Sob a ótica espiritual, lembra-nos, ainda que o Espiritismo alerta para a existência da parte etérica dessa substância, que também são absorvidas quando a pessoa encarnada usa a droga, e que atuam diretamente no corpo perispiritual, provocando lesões, cuja gravidade depende da quantidade e da postura ou intenção para o uso. Esses males, segundo o referido médico, podem se estender, dependendo do comprometimento moral, para outra encarnação, lesando determinado órgão vinculado ao vício.

A respeito disto, esclarecem-nos os Espíritos em *O Livro dos Espíritos*, questão 952, a respeito das vítimas das paixões que não conseguem resistir, os chamados suicidas morais. Presos dentro do vício, encarceram-se nele, como lembra-nos o Espírito André Luiz em *Agenda Cristã*.

SGAN 603, conj. F, Av. L2 Norte, Brasília - DF | CEP: 70830-106 | Tel.: (61) 2101-6161 | www.febnet.org.br



Os debates na Comissão de Direitos Humanos relacionados ao assunto continuarão. A próxima audiência pública sobre o tema será no próximo dia 25, às 9h. É necessário que nossa voz ressoe de forma segura e fundamentada no respeito à vida, evitando que tal legalização venha a provocar impactos nocivos à população brasileira.

Brasília, 23 de agosto de 2014.

CONSELHO DIRETOR E DIRETORIA EXECUTIVA DA FEDERAÇÃO ESPÍRITA BRASILEIRA

Fontes:

KARDEC, Allan. *O livro dos espíritos*, questão 952, Ed. FEB.

XAVIER, Francisco Cândido. *Agenda Cristã*. Pelo Espírito André Luiz. Capítulo 36, Ed. FEB.

Opúsculo *Respeitamos a Vida. Drogas, não!* Acesso disponível em: <http://www.febnet.org.br/wp-content/uploads/2012/11/Livreto-Drogas.pdf>

VIEIRA, Waldo. *Conduta Espírita*. Pelo Espírito André Luiz. Capítulo 34, Ed. FEB.

G- Notícia Portal UOL Notícias – Internacional - Queda de Avião na Ucrânia. Data: 17/07/2014

Figura 36: Site UOL – Matéria jornalística sobre queda de avião na Ucrânia

Avião da Malaysia Airlines com 298 pessoas cai na Ucrânia 298

Do UOL, em São Paulo | 17/07/2014 | 12h29 - Atualizada 17/07/2014 | 21h22



7 / 161

17.jul.2014 - Imagens mostram os destroços do voo MH17 da Malaysia Airlines, que caiu com 298 pessoas a bordo, na Ucrânia, na região de fronteira com a Rússia. [Leia mais](#)
Maxim Zmeyev / Reuters

Um avião de passageiros da Malaysia Airlines com 298 pessoas caiu nesta quinta-feira (17) na Ucrânia, na região de fronteira com a Rússia. Segundo o governo ucraniano, todos a bordo morreram.

O Ministério do Interior ucraniano atribuiu a queda da aeronave, um Boeing 777, a "um míssil disparado do solo". No final da tarde (no horário de Brasília), agentes de serviços de inteligência dos Estados Unidos também afirmaram que o avião foi derrubado.

O primeiro-ministro do país, Arseni Yatseniuk, ordenou uma imediata investigação do que chamou de "catástrofe". A Malásia também informou que abriu uma investigação sobre o acidente. O presidente ucraniano, Petro Poroshenko, afirmou: "Isso não foi um 'incidente'. Isso não foi uma 'catástrofe'. Isso foi um ato terrorista."

O avião estava voando normalmente, sem problemas, até desaparecer do radar, afirmou Dmytro Babychuk, chefe do órgão responsável pelo espaço aéreo da Ucrânia. "O voo estava ocorrendo normalmente... Não houve nenhuma palavra sobre qualquer problema da tripulação", disse.

FONTE: <http://bit.ly/XUCrLX>

H- E se curtíssemos tudo? - Matéria Folha de S.Paulo – Caderno Mercado B11-
Data: 17/08/2014

Figura 37: Matéria jornalística na *Folha de S.Paulo* – Experimento sobre curtidas no Facebook

FOLHA DE S. PAULO DOMINGO, 17 DE AGOSTO DE 2014 ★ ★ ★ mercado B11

RENATO OSELAME
DE SÃO PAULO

Poucos curtiram mais postagens no Facebook do que a **Folha** na quinta-feira (14) e na sexta-feira (15). Mil novas páginas foram adicionadas ao feed de notícias e todas as atualizações de amigos e empresas que apareceram na linha do tempo ganharam o nosso "curtir". Tudo para descobrir como as escolhas oferecidas pela rede social são capazes de alterar um perfil em 48 horas.

O experimento foi idealizado pela revista americana "Wired" e a **Folha** decidiu replicá-lo no país. O resultado é a transformação da linha do tempo em um ambiente inóspito, dominado pelas empresas que pagam para ter destaque na sua tela ou que mais se relacionam ao seu perfil.

Para chegar a esse ponto, a reportagem seguiu estritamente as orientações do algoritmo do Facebook, sistema que sugere postagens, páginas e propagandas. As indicações são feitas com base em perfil montado a partir do comportamento do usuário.

"A medida que se curte, comenta ou compartilha uma postagem, o algoritmo entende que certo tipo de conteúdo é importante para você. E a frequência com que ele aparece se altera", afirma Camilla Fusco, diretora de comunicação do Facebook Brasil.

Mas, testado em condições extremas, o resultado do algoritmo é pouco animador. De mil páginas adicionadas nos dois dias de experimento, poucas conseguiram partilhar algum tipo de conteúdo na disputa pela linha do tempo da reportagem. Dessas, cerca de dez se tornaram prioridade para o código e retornavam sempre para ganhar novos "curtir".

SOCIAL?

Com o passar dos cliques, as amizades foram desaparecendo. O Facebook passou a ignorar quase todas as postagens dos 1.107 amigos do perfil usado na experiência. Ao fim do processo, a reportagem teve de passar por 138 anúncios e postagens de páginas para achar a primeira publicação original de um amigo.

O resultado surpreendeu a diretora de conteúdo Larissa Magrisso, da W3haus, agência de comunicação responsável por ações promocionais de marcas como O Boticário e Volkswagen.

Segundo ela, o Facebook argumenta que é preciso haver igualdade entre as publicações de amigos e o espaço das empresas. Esse procedimento limita o espaço publicitário e determina os preços dos anúncios.

"Ele [Facebook] diz que precisa ter um mínimo de postagens de amigos", diz, "mas talvez o feed tenha interpretado que há maior interesse por marcas que por pessoas."

O Facebook diz não fazer distinção entre as publicações criadas por pessoas e o conteúdo veiculado por empresas. "Páginas e amigos são exatamente iguais para o sistema", afirma Fusco.

Para ela, as pessoas desapareceram da linha do tempo porque o número de curtidas em postagens de páginas pode ter sido superior à interação com os amigos.

A diretora de comunicação também diz que algumas empresas tiveram visibilidade constante porque, no decorrer da experiência, acabaram recebendo mais curtidas da **Folha** e, portanto, foram classificadas como sendo de maior importância.

"É impossível você interagir com todas as novas páginas ao mesmo tempo e com a mesma intensidade."

Por outro lado, o perfil se tornou mais visível para os amigos, que passaram a acompanhar em seus feeds os milhares de curtidas. Alguns dos quais foram constrangedores e pareciam "curtir" o luto de um país.

"Nesse caso, o botão é um sinal de apoio, de que você leu e quer interagir de alguma forma", diz Magrisso.

SISTEMA

O grande diferencial do Facebook em relação aos concorrentes é a capacidade de analisar uma base de 1,32 bilhão de usuários e atrair companhias que desejam acessar nichos de consumidores.

Só no Brasil, são 87 milhões de pessoas analisadas pela rede social por mês, 64% das quais a acessam todos os dias. Capaz de localizar e enquadrar pessoas em alvos comerciais, o código gerou US\$ 2,68 bilhões em receita com publicidade para a companhia no segundo trimestre.

Nem o segredo de Mark Zuckerberg (presidente-executivo do Facebook), porém, é perfeito. No teste, a rede apresentou erros ao tentar categorizar um perfil mutante, que curtiu tudo. E passou a oferecer publicidades direcionadas a um americano para um morador de São Paulo. Por três vezes, as sugestões de páginas a curtir acabaram.

O algoritmo ainda sugeriu que a reportagem curtisse o ator Jackie Chan como referência de pessoa que causa inspiração, ainda que a opção já tivesse sido selecionada. "Trabalhamos para que o sistema seja o mais perfeito e alinhado, mas é possível que erros apareçam", diz Fusco.

mercado/tec

e se curtíssemos TUDO?

Experiência de 48 horas na maior rede social do mundo revela um ambiente on-line **pouco habitado** e repleto de postagens publicitárias