

Roteiro de Aplicação – PALAVRA-PROCESSO-PESSOA

O Guia do Presbitério é um material importante para a formação de lideranças comunitárias em nossas comunidades.

Para que se possa aproveitar ao máximo o material, queremos propor uma metodologia com base na PALAVRA-PROCESSO-PESSOA.

A **Palavra** de Deus precisa tomar lugar no coração de quem é chamado e chamada para servir na comunidade como liderança. Dessa forma, um novo **processo** de pertencimento inicia, afirmando a sua filiação a um Deus que salva e capacita em Jesus Cristo. Servir como uma nova **pessoa**, alcançada pelo amor que impulsiona ao testemunho e serviço a Deus.

Metodologia

Para o estudo da unidade, é importante que se tenha claro:

- 1 – Objetivo geral da unidade.
- 2 – Objetivos específicos da unidade.

Para a pessoa que vai mediar o encontro, que pode ser uma ministra ou um ministro, é preciso que a unidade esteja bem estudada. Grifar frases do texto ajuda a conduzir a reflexão e não deixar que o que é de fato importante fique de fora.

É importante criar um ambiente celebrativo. Preparar uma acolhida para que todas as pessoas se sintam bem no ambiente é fundamental.

Ao longo do encontro, é importante recolher dúvidas e motivações, para que elas possam ser refletidas e resolvidas imediatamente, no grupo.

UNIDADE 12 – COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE

Roteiro para encontro

1. Saudação

2. **Canto:** Meu irmão, tu precisas falar (Livro de Canto da IECLB, nº 170)

3. Oração inicial

4. Dinâmica de sensibilização

Cada participante pode escolher mentalmente uma palavra do hino cantado anteriormente.

Formar uma coluna (fila) com as pessoas participantes. A última pessoa da fila escreve nas costas da pessoa anterior a palavra que escolheu e assim sucessivamente. Ao chegar na primeira pessoa da fila, ela fala qual foi a palavra e compara-se como foi essa comunicação.

Refletir que nem sempre o que é comunicado é o que é compreendido.

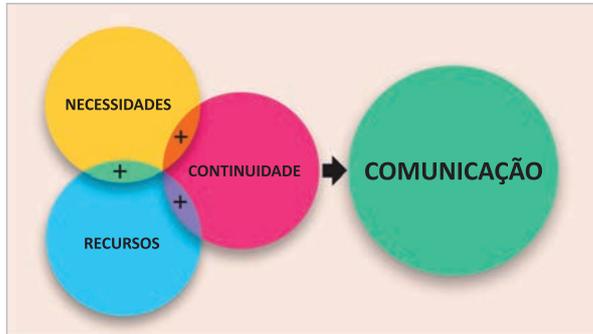
Diálogo de duplas – 2 minutos.

O que precisamos para uma boa comunicação na Igreja?

A comunicação precisa estar alinhada com o próprio planejamento da comunidade. Dessa forma, ela será mais uma das forças do trabalho comunitário e não uma ação isolada. A comunicação também tem características de criatividade e renovação, além de estar num estado permanente de insatisfação e de invenção. Essas características precisam ser utilizadas de forma a frutificar e contribuir com a propagação do Evangelho.

↻ Também é necessário ter em mente que comunicação não é sinônimo de jornalismo. Ou seja, as atividades artísticas (dança, música, teatro, literatura etc.) também fazem parte do “departamento” da comunicação, assim como a internet, os programas de rádio, o quadro mural e os informativos e jornais.

Slide 5



Texto no Guia: p. 122

Vamos separar as atividades de comunicação em três tópicos: necessidades, recursos disponíveis e continuidade, aprofundando esses conceitos à medida que avançamos. No final, veremos algumas dicas práticas.

Slide 6: Necessidades

Necessidades

- A quem se **destina** a mensagem?
- Que **mensagem** queremos transmitir?
- De que **forma** a transmissão será mais eficiente?

Texto no Guia: p. 122s

Antes de começar a pensar em boletim informativo, programa de rádio e qualquer outro produto ou atividade de comunicação, precisamos pensar em três coisas:

↻ a) A quem se destina a mensagem?

Como precisamos estar em sintonia com as pessoas que queremos alcançar com a nossa mensagem, precisamos saber quais são suas necessidades e em que aspecto a comunicação poderá ser um importante instrumento para a comunidade. Essa reflexão poupará esforços e recursos, pois evitará “chover no molhado” ou dedicar tempo a áreas em que pode não haver audiência ou interesse.

↻ b) Que mensagem queremos transmitir?

Essa pergunta ajuda a definir o foco da mensagem e criar comunicação eficiente. Muitas vezes, os meios disponíveis são usados para “falar de tudo” (notícias, pregações, poemas, atividades, ofícios...) e não se consegue impactar em ponto nenhum.

↻ c) De que forma essa transmissão será mais eficiente?

É necessário avaliar, de forma isenta, como se pode fazer a “entrega” da mensagem com eficiência, para que não se faça apenas “o que se sabe fazer” ou “o que se gosta de fazer”. Assim, pode ser mais eficiente o trabalho de comunicação em quadro mural ou rádios comunitárias do que através de um *site* na internet. O contrário também pode ser verdadeiro. Além disso, muitas vezes é necessário separar os diversos públicos que se quer atingir e trabalhar a comunicação conforme as características e/ou anseios de cada um. Dessa forma, conseguimos atingir de forma eficiente um maior número de pessoas.

Slide 7: Recursos disponíveis



Texto no Guia: p. 123s

Parece muito óbvio falar que é necessário que se verifique quais são os recursos (técnicos, financeiros e humanos), mas essa é uma falha muito comum quando se pensa em comunicação. Se não for feito um levantamento criterioso, os melhores projetos podem não chegar a lugar algum.

↻ Para saber com quem contar, pode-se criar um “banco de talentos”, onde são listadas as pessoas com talentos, disposição e experiência em comunicação (fotógrafos, escritores, desenhistas, jornalistas, atores, locutores, contadores de história etc.). Às vezes, alguém não tem condições de se dedicar integralmente a uma atividade, mas pode exercer seus dons de forma mais esporádica e menos intensiva. Exemplo: uma pessoa pode não ter condições de participar do trabalho de redação e formatação de um informativo, mas pode contribuir com seu talento para a revisão ortográfica desse informativo.

↻ Em termos de conteúdo, é importante saber se já existem materiais e recursos sobre um determinado tema. Como diz o ditado: “Não vamos reinventar a batata frita”. Se já existem ministérios que produzem e disponibilizam materiais e recursos, por que não localizá-los e usá-los de forma correta? Por exemplo: notícias sobre a Igreja podem ser obtidas no Portal Luterano e no *site* da Agência Latino-Americana e Caribenha de Comunicação (ALC), entre outros. No final do texto haverá uma pequena listagem de *sites* com recursos disponíveis, e algumas observações importantes sobre direitos autorais e uso de imagens.

↻ Com relação aos recursos financeiros, além daqueles oriundos da própria instituição, sempre se pode pensar em organizar coletas ou outras ações específicas que garantam o financiamento do projeto. Além disso, pode-se verificar a possibilidade de publicidade paga (anúncios). Observação importante: procure assessoria (por exemplo: um advogado ou uma advogada) para verificar a forma correta de proceder no caso de anúncios.

Slide 8: Continuidade



Texto no Guia: p. 124

↻ A continuidade do trabalho precisa estar na pauta de qualquer iniciativa de comunicação. Não se pode pensar em começar algo que não tenha perspectivas de permanência – exceto quando é um evento isolado (um festival de música, por exemplo). Mesmo nesse caso, as ações precisam fazer parte de um planejamento maior. Um festival de música pode estar inserido numa proposta de aumento da participação de jovens, de avivamento comunitário etc.

↻ Uma das formas de se assegurar a continuidade dos projetos é “manter a porta aberta” à participação das pessoas que se sentirem chamadas ao trabalho. Muitas vezes é necessário que se tenha mais de um grupo. Quando se encoraja a participação, também se garante a renovação do quadro de colaboradores e colaboradoras e o aumento da diversidade de opiniões e dons a serviço do Reino.

↻ Outra questão sobre a importância da continuidade pode ser resumida na frase que a Raposa disse ao Pequeno Príncipe: “Você se torna eternamente responsável por aquilo que cativa”. Ou seja, se a

comunidade tem um bom produto de comunicação (e não interessa se é um grupo coral, um informativo, uma coluna no jornal local etc.), as pessoas que “consomem” esse produto ficam à espera. Caso não haja continuidade, certamente ficarão frustradas. Em todo caso, não se deve perder de vista que a comunicação cristã tem o objetivo de edificar a comunidade.

Slide 9: Comunicação + anúncio + ética



Texto no Guia: p. 124

Nosso labor em comunicação deve estar voltado ao anúncio do Evangelho, à prática da ética cristã e sua responsabilidade social, assim como deve se dedicar ao fortalecimento da comunidade, entendendo e anunciando que a vida cristã não se passa num condomínio fechado, reservado unicamente a pessoas amigas e irmãos e irmãs mais chegadas.

Slide 10: Dicas práticas

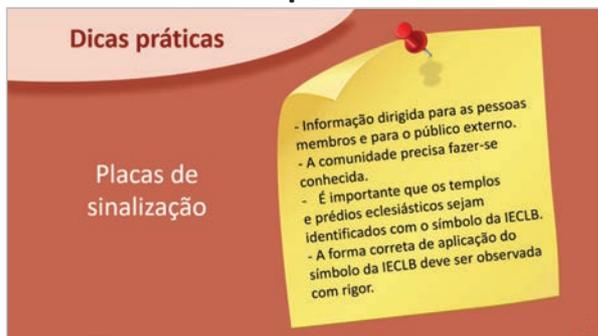


Texto no Guia: p. 124s

a) Boletins e informativos

Podem ser elaborados de várias formas, usando papel e cola, programas de edição de texto ou programas profissionais de editoração eletrônica, dependendo dos recursos disponíveis. Deve-se definir a forma mais adequada de distribuição: se vai haver impressão ou apenas versão eletrônica. No caso de impressão, pensar no tamanho (A4 é recomendável), número de páginas e a técnica de impressão (fotocópias, *offset*, impressoras etc.). É melhor que seja um trabalho de equipe, envolvendo todos os departamentos e setores da comunidade.

Slide 11: Dicas práticas



Texto no Guia: p. 125

b) Placas de sinalização

É necessário informar visualmente onde nós estamos, o que fazemos e onde estão os nossos departamentos e setores. Essa informação é dirigida para as pessoas membros e para o público externo. É bom lembrar que ninguém tem a obrigação de saber ou conhecer a comunidade. A comunidade é que precisa fazer-se conhecida. Além disso, é importante que os templos e prédios eclesiais sejam identificados com o símbolo da IECLB. Na medida do possível, deve-se colocar placas indicativas e convidativas, contendo o símbolo da IECLB e indicação de local, dias e horários de encontros da comunidade. A forma correta de aplicação do símbolo da IECLB deve ser observada com rigor. As informações necessárias estão disponíveis no Portal Luterano.

Slide 12:

Dinâmica:

Dividir o grupo em quatro grupos. Cada grupo “estuda” e apresenta uma síntese dos itens da p. 124 -125:

- 1 – Boletins e informativos.
- 2 – Placas de sinalização.
- 3 – Murais.
- 4 – Recursos disponíveis + internet.



Texto no Guia: p. 125

c) Murais

Essa é uma ótima forma de interação comunitária, mas nem sempre recebe a atenção necessária. O importante é buscar localização com evidência para o quadro mural e selecionar bem as informações que serão colocadas. Esse meio é adequado à colocação de cartazes, lembretes, avisos curtos, fotos e frases motivacionais. Não é adequado para mensagens longas, que demandem grande tempo de leitura, pois as pessoas precisam ficar em pé para ler e isso pode ser bastante cansativo. O melhor é pensar em provocar impacto e chamar a atenção, dando os pontos de contato para as pessoas poderem se aprofundar ou buscar mais informações.

Slide 13: Dicas práticas



Texto no Guia: p. 125s

d) Recursos disponíveis

A IECLB, através de seus diversos departamentos, disponibiliza gratuitamente ou a baixo custo uma grande variedade de materiais gráficos e recursos para preparação de prédicas, além de mensagens e literatura. É importante entrar em contato com as secretarias desses departamentos e se informar sobre os recursos disponíveis para uso nas comunidades. Mais uma vez estamos diante daquela situação de que não precisamos reinventar o que já está pronto.

Além desses, existem muitos recursos disponibilizados na internet e que podem ser utilizados livremente. Há vários que dependem da autorização de autores e autoras e outros não podem ser reproduzidos. É importante verificar sempre qual é a situação de cada recurso (foto, vídeo, texto, ilustrações etc.) que pensamos utilizar. Como é necessário que respeitemos as leis de direito autoral e de uso de imagem, não se esqueça de buscar orientação de pessoas qualificadas.

Alguns recursos disponíveis na internet:

www.luterano.org.br – notícias, recursos litúrgicos, mensagens e orientações institucionais e pastorais da IECLB.

www.alcnoticias.org – notícias nacionais e internacionais.

www.conic.org.br – notícias e atividades ecumênicas do Conselho Nacional de Igrejas Cristãs.

Slide 14: Veículos de comunicação



Texto no Guia: p. 126

Veículos de comunicação

A IECLB dispõe de vários veículos de comunicação, editoras e produção de literatura evangelística. Veja alguns deles na relação abaixo, com seus endereços na internet:

Jorev Luterano – www.luteranos.com.br/jorev/

Jornais sinodais – se você não conhece o seu jornal sinodal, entre em contato com a secretaria do seu sínodo e peça detalhes.

Editora Sinodal – www.editorasinodal.com.br

Editora Otto Kuhr – www.centrodeliteratura-ieclb.com.br

Editora Encontro – www.me.org.br

Editora União Cristã – www.uniaocrista.com.br

Literatura Evangelística – www.centrodeliteratura-ieclb.com.br

Rádio União FM – www.uniaofm.com.br

Slide 15: Uso de software



Texto no Guia: p. 126

Uso de softwares

Como mencionado acima, precisamos respeitar os direitos autorais e isso também se aplica aos programas de computador (*softwares*) que usamos em nossas comunidades. Atualmente existe uma grande variedade de *softwares* que são de uso livre e que podem ser instalados sem qualquer custo. É fundamental manter programas antivírus atualizados e fazer cópia dos dados gravados no computador. Também aqui vale a recomendação de procurar assessoria competente para organizar a parte de informática.

Slide 16: Organização de eventos



Sugestão: refletir sobre os tipos de eventos que são oferecidos pela comunidade, paróquia ou sínodo.

Slide 17: Instrumentos de missão



Texto no Guia: p. 127

Organização de eventos

Os eventos também são ferramentas de comunicação e podem ser grandes aliados da Igreja no desempenho da sua missão. Além de apresentarem o trabalho realizado pelos diversos setores, os eventos movimentam as pessoas membros e mobilizam a comunidade. Algumas questões precisam ser consideradas para que esse acontecimento seja algo positivo e não gere constrangimentos ou mal-estar. Por exemplo: na hora de agendar um evento, verificar se não conflitua com outras programações. Há vários tipos de eventos, com objetivos diversos. As informações e dicas a seguir procuram trazer apenas uma ideia geral e nem sempre se aplicam a todo tipo de evento.

Slide 18: Planejamento



Texto no Guia: p. 127

Em primeiro lugar, todo evento exige planejamento. Uma equipe específica da comunidade precisa ser destacada para pensar e encaminhar os trabalhos. A equipe precisa ser ágil, dinâmica e com boa visão dos objetivos que quer atingir. Ideias inteligentes e soluções práticas geram economia e bons resultados.

Slide 19: Checklist



Texto no Guia: p. 127

Na primeira reunião, a pessoa que coordena o planejamento deverá trazer uma *checklist* (lista de todas as necessidades do evento) para que seja discutida, aprimorada e distribuída para um grupo de pessoas que executará o planejamento. O segredo do sucesso é descentralizar as ações com mais pessoas da comunidade, levando em conta habilidades e dons à disposição. A lista precisa levar em conta quatro grandes pontos: comunicação e divulgação; estrutura e equipamentos; equipes de trabalho e apoio; recursos financeiros e parcerias. Dentro dessas possibilidades, muitas outras ideias podem ser agregadas.

Dinâmica

Dividir novamente participantes em grupos para estudar, resumir e apresentar conforme os títulos a seguir – p. 127-128.

1 – Comunicação e divulgação.

2 – Estrutura e equipamentos.

- 3 – Equipes de trabalho e apoio.
- 4 – Recursos financeiros e parcerias.
- 5 – Liberação de alvarás.

Slide 20: Comunicação e divulgação



Texto no Guia: p. 127

Comunicação e divulgação: o sucesso de um evento depende, em grande parte, da divulgação e da importância que se dá às ferramentas de comunicação. Dependendo do tamanho do evento, o leque de possibilidades é grande: convites impressos, mensagens por *e-mail*, divulgação em páginas de internet, *outdoor*, rádio, jornais ou televisão. Um serviço de assessoria de imprensa também pode trazer resultados positivos e ajudar a explorar as mídias gratuitas.

Slide 21: Estrutura e equipamentos



Texto no Guia: p. 127s

Estrutura e equipamentos: ao decidir realizar um evento, verifique o espaço físico necessário. Nem sempre as instalações da comunidade comportam o tamanho da ideia. Em alguns casos, é possível colocar tendas ou barracas no terreno da igreja. Em outras ocasiões, é possível buscar parcerias em teatros, centros de convenções ou ginásios de esportes. É importante observar também a utilização de equipamentos, tanto eletrônicos quanto físicos. Equipamentos multimídia, como *data-show*, computador e telões, substituem em grande parte os impressos. Não esqueça que eventos noturnos precisam de iluminação adequada.

Slide 22: Equipes de trabalho e apoio



Texto no Guia: p. 128

Equipes de trabalho e apoio: muito importante para o sucesso do evento são as pessoas que coordenam as diferentes frentes de trabalho. Monte equipes que atuem nas áreas da alimentação, caixa, apresentações, cantos, recreação, liturgia, vendas, decoração. O serviço de apoio também é indispensável. Para o dia do evento, é necessário recrutar pessoas que estejam disponíveis para dar apoio em todas as áreas. Tais pessoas atuam como “curingas”, para suprir imprevistos que podem ocorrer. Importante que essas frentes de trabalho se reúnam regularmente antes do evento para planejar as ações.

Slide 23: Recursos financeiros e parcerias



Texto no Guia: p. 128

Recursos financeiros e parcerias: a criatividade sempre é aliada dos baixos custos na realização de um evento. Mesmo assim, despesas existem e precisam ser consideradas. Ao mesmo tempo que se pensa o evento, planeja-se o orçamento de receitas e despesas. Os recursos financeiros não devem ser empecilho para a concretização de boas obras. Eles precisam servir como desafios constantes na busca de recursos externos e parcerias com a comunidade em geral, empresas e comércio. Nem sempre a ajuda precisa ser em dinheiro. Importante é que existam parceiros e parceiras que, de alguma forma, apoiem a iniciativa.

Slide 24: Taxas e alvarás



Texto no Guia: p. 128

Dependendo do evento, podem ser necessários a liberação de alvarás e o pagamento de taxas públicas. Não se esqueça de comunicar à Polícia Militar e à Guarda de Trânsito, caso tenha muito fluxo de pessoas e automóveis. Sempre respeite a legislação do município, estado e país. É indispensável que as normas sejam cumpridas para evitar dor de cabeça e multas no futuro.

Slide 25: Avaliação



Texto no Guia: p. 128

Durante e após o evento, não tire conclusões precipitadas ou individuais. O que a pessoa que organiza vê nem sempre é a percepção das pessoas participantes em geral. Por isso é importante reunir toda a equipe e fazer uma avaliação dos acontecimentos. Dê atenção especial às áreas que não funcionaram muito bem e tome como aprendizado os momentos que foram gratificantes. A avaliação é o complemento do planejamento. Não existe planejamento completo sem o amplo debate das ferramentas que foram utilizadas para uma percepção clara dos resultados. Depois disso, mãos à obra para o próximo evento.

Apresentação dos itens anteriores e em seguida os mesmos grupos:

6. Dinâmica:

– Reunir em grupos. Cada grupo pensa um evento para a comunidade ou paróquia e apresenta uma proposta de organização e de divulgação do mesmo.

– Fazer a partilha em plenária seguida de reflexão conjunta sobre as apresentações.

Para concluir, compartilhar com o grupo lhe o link:

https://www.luteranos.com.br/conteudo_organizacao/presidencia/missao-comunicacao

No *link* acima há a fundamentação para a Comunicação na IECLB. Indique como leitura a ser feita em casa.

7. Encerramento:

Oração final: Pode ser feita por uma pessoa do presbitério.

Canto de envio: Caminhamos pela luz de Deus (Livro de Canto da IECLB, nº 305)

Elaboração da proposta:

P. Dr. Emilio Voigt e Cat. Ma. Sara Regina Hoppen

Esta e outras propostas metodológicas (PDF e PPT) são parte complementar e gratuita do Guia para o Presbitério da IECLB (Série Educação Cristã Contínua, Editora Sinodal, 2010). Elas podem ser acessadas no Portal Luterano por meio do *link* ou *QR Code* abaixo:

<http://www.luterano.org.br/guia-para-o-presbiterio/>



Imagens: Freepik