



MANUAL DE COMUNICAÇÃO PARA CONGREGAÇÕES

Márcio Tonetti

Ruben Holdorf

Curso de Jornalismo/Unasp

Engenheiro Coelho – SP

2008

INTRODUÇÃO

O Departamento de Comunicação das congregações da Igreja Adventista do Sétimo Dia é o responsável pela direção, coordenação e orientação de todas as diretrizes e atribuições que envolvam qualquer tipo de informação necessária à comunidade eclesial. Quanto à política de comunicação, o Departamento de Comunicação elabora estratégias de divulgação institucional tendo em vista a imagem global da Igreja, de maneira que se construa um projeto, fortalecendo a opinião interna e pública.

Pretendendo uma integração mais ampla entre os demais departamentos e setores da Igreja, o Departamento de Comunicação passa a servir como assessoria conectada diretamente ao Pastorado e ao Ancionato em toda a sua hierarquia. Como assessoria, cabe ao diretor de Comunicação (oficial eleito pela Comissão de Nomeações) desenvolver estratégias para os projetos de ação dos administradores e demais oficiais da Igreja. Portanto, cada Departamento de Comunicação deverá nomear alguém que revele um perfil adaptado às exigências da função. O comunicador precisa prever certas ações a fim de dinamizar a comunicação interna. Sempre sob o guarda-chuva do diretor do Departamento de Comunicação da Associação ou Missão local.

Um dos maiores equívocos em relação à Comunicação na Igreja é o de tratá-la como simples departamento. Nos organogramas das grandes corporações, a Comunicação se insere no contexto da assessoria direta à presidência. De modo semelhante, na Igreja, a Comunicação deve assessorar o Ancionato e, por extensão, o Pastorado Distrital. Mas, afinal, quais são as principais tarefas do comunicador? Que relação existe entre os métodos de anúncio na programação de sábado e o cerimonial litúrgico de adoração? As ferramentas midiáticas devem ser usadas num todo ou em parte? Qual a eficiência delas? Há necessidade de se organizar uma equipe? Recepção, cerimonial e regras de precedência estão

incluídos nas funções do comunicador? Apesar destas e outras questões só poderem receber plena resposta após muita análise e reflexão, o comunicador tem de considerar que cada caso se adapta a sua realidade logística, financeira e de formação.

Elaborada para orientar os diretores de Comunicação quanto ao desempenho das funções nas igrejas,¹ este manual apresenta os passos de como organizar seu departamento. Além das devidas determinações quanto às tarefas hierárquicas, pretende-se discutir novos formatos para a execução das mesmas.

Dentre estas tarefas, destacam-se a redação do boletim ou de um microjornal; a engenharia da notícia nos anúncios de sábado, a estruturação do mural; a organização da recepção; a assessoria aos departamentos incluindo a gestão em época de crise; como se relacionar com o Departamento de Comunicação das Associações; e como funcionam as regras de precedência.

¹ O termo “igreja” com inicial minúscula (caixa baixa) se refere à unidade congregacional, enquanto que a grafia “Igreja” com caixa alta indica a organização eclesial, a Igreja Adventista do Sétimo Dia.

DEFININDO A COMUNICAÇÃO

De origem latina, o termo “comunicação” (*communis*) significa “tornar comum” a todos. Eis a essência da missão do comunicador: transmitir, informar a igreja a respeito dos fatos, eventos e atividades. Sempre lembrando que, antes de informar, é necessário apurar, consultar, organizar os dados, redigir, revisar e, só então, torná-los conhecidos junto aos membros da congregação.

O comunicador, freqüentemente, atua como um repórter, apurando a informação, isto é, levantando dados, recorrendo às fontes (pessoas, documentos, publicações, instituições), verificando sua precisão e veracidade, organizando-as para retransmiti-las adiante em local e momento oportunos. Depois disso vem a redação, uma revisão detalhada e a prestação do serviço de comunicar pelas vias que se encontram ao alcance.

Para tornar comum a todos qualquer notícia ou fato, deve-se verificar a importância da informação e qual é a sua extensão. Se ela for de interesse particular, não cabe ao comunicador uma exposição pública. O comunicador não serve como pombo-correio particular, mas atende aos anseios da coletividade. A informação deve ser de proveito geral.

O compromisso de missão determinado ao comunicador faz com que seu principal objetivo seja o de servir a Igreja, auxiliando todos os departamentos, Ancionato e Pastorado Distrital. Incluída nesse pacote, desponta a obrigação de se assegurar e perpetuar as liberdades de expressão e consciência com responsabilidade e ética. Tal atitude dos comunicadores solidifica a capacidade de se detectar elementos contrários à ordem democrática.

Engana-se aquele que se insere no mundo da comunicação com o intuito de transformá-la em trampolim para seus interesses. Ninguém tem de se beneficiar das vantagens deste departamento, mas apontar alternativas e defender o exercício da cidadania cristã e da democracia. O comunicador idealista

deve acreditar que chegará o dia em que ele enaltecerá as virtudes das obras e serviços prestados pelos demais departamentos da igreja em que congrega.

Nada se compara à necessidade imperativa de o comunicador lutar contra todo e qualquer prenúncio de censura à palavra. Sem liberdade, as demais prerrogativas desaparecerão gradativamente, obstruindo o trabalho de informar e opinar, até a sua completa extinção. O maior prejuízo será, com certeza, da própria igreja.

O comunicador se desenvolveu nas últimas décadas como um instrumento legal da Igreja para fazer parte da missão evangelística. Permanecendo de plantão diante dos fatos, de olhos bem-atentos e ouvidos bem-alertas, usando de criatividade e atuando em equipe, ele cumprirá com mais eficácia o compromisso de servir a igreja a que pertence.

ÁREAS DA COMUNICAÇÃO

No campo profissional a comunicação social é um guarda-chuva de diversas áreas cujos personagens se conectam em algum momento. As mais tradicionais habilitações ou profissões são o jornalismo, a publicidade e propaganda e as relações públicas. Completam este quadro a editoração, o cinema, o rádio e tevê, o marketing, o multimídia, a editoração digital, o audiovisual, a midiologia, a tecnologia em comunicação empresarial e a comunicação corporativa. Cada qual com as peculiaridades e nuances típicas da realidade em que se inserem e suas funções específicas.

Observando o contexto de igreja, compara-se o comunicador a um gestor, administrador, gerente, chefe de departamento. Seus assistentes ou associados serão escolhidos mediante critérios de necessidade, aptidão, talento e espírito de trabalho em equipe.

O Departamento de Comunicação deve nomear assistentes para coletar as informações juntos aos outros setores da igreja e à Associação local. Esse atuará como um repórter, levantando dados, conferindo a precisão das notícias e sua importância para os membros da igreja. Outro assistente pode trabalhar com a divulgação e organização dos eventos, dos serviços e dos projetos. Se a igreja tem um grande número de membros, requerendo da Comunicação muitas atividades, o departamento procurará também preservar a imagem da

congregação diante da comunidade. E ainda há espaço para webdesigners, webmasters, operadores de som, ilustradores, recepcionistas e locutores-apresentadores (âncoras). Os detalhes a respeito de cada função serão discutidos adiante.

FUNÇÃO E TAREFAS

Ao comunicador cabe a função de assessorar, no contexto congregacional, o Ancionato, o Pastorado Distrital e os departamentos da igreja. Recomenda-se à Comissão de Nomeações que indique ao Departamento de Comunicação pessoas com pleno conhecimento dos setores da igreja bem como de suas necessidades.

Não se deve nomear alguém para a função de comunicador com o objetivo de adquirir experiência na igreja. Quando o cargo de comunicador recebe maus-tratos, pode-se configurar um desastre para os outros departamentos e, por extensão, um prejuízo incalculável para a própria congregação. Os pastores distritais precisam se conscientizar da importância desse cargo e orientar os anciões por ocasião das eleições locais.

Nem sempre os membros da Comissão de Nomeações terão facilidade em apontar um indivíduo para a função. E ninguém é perfeito para se revelar apto em muitas das características exigidas. Um ou outro ponto estará excluído das análises. Trata-se de uma pessoa cujo perfil se demonstra raro em alguns lugares.

Para facilitar a seleção, orienta-se que o candidato a comunicador tenha bom relacionamento com os membros da igreja; mantenha contato com o diretor de Comunicação da Associação ou Missão; domine a língua portuguesa; seja criativo ou disposto a oportunizar espaço aos talentosos e bem-dotados; expresse-se com desembaraço em público sem o risco de comprometer a imagem da Igreja; apresente condições de liderança; conserve-se humilde; não seja centralizador nem despótico; conheça os membros da igreja a fim de formar uma equipe à altura das tarefas exigidas; prepare novos comunicadores para assumirem no futuro a função; demonstre responsabilidade e pontualidade; esteja em harmonia com a Palavra de Deus e com a Igreja.

ATIVIDADES DO COMUNICADOR

Não são poucas as tarefas da equipe do Departamento de Comunicação. De cada componente se exige tempo, desprendimento, dedicação, altruísmo e espírito proativo, isto é, a capacidade de perceber as necessidades antes do fato. Assim, requer-se do comunicador:

1. Relacionar-se com as mídias² da Igreja quando necessário, abastecendo-as com informações.
2. Controlar e arquivar as informações sobre a igreja divulgadas na mídia³ adventista.
3. Organizar e atualizar o correio.⁴
4. Editar o boletim e distribuí-lo, principalmente aos sábados antes do início da programação de Escola Sabatina ou do culto.
5. Desenvolver e explorar outros meios, como fotografias, vídeos, *sites*, *blogs*, murais, cartazes, *banners*.
6. Participar na definição de estratégias de comunicação para a igreja.
7. Coletar as informações necessárias durante a semana a fim de transmiti-las à igreja por ocasião dos anúncios de sábado.
8. Estabelecer as equipes de recepcionistas e de operadores de som e/ou imagem para todas as atividades da igreja.
9. Coordenar as cerimônias da igreja em parceria com a liderança.

RELACIONANDO-SE COM AS MÍDIAS

Todo e qualquer fato que se julgar de interesse além das divisas do distrito onde se localiza a igreja tem de ser compartilhado em diversas áreas. No contexto regional da Associação ou na esfera nacional. Se acaso o comunicador perceber que a notícia pode beneficiar outras congregações-irmãs, seja em seu

² Veículos de comunicação da Igreja, como a Agência Sul-Americana de Notícias (ASN), a Agência Brasileira de Jornalismo (ABJ), as revistas da Casa Publicadora Brasileira (CPB) e a Rede Novo Tempo de Rádio e Televisão.

³ Clipagem.

⁴ *Mailing-list*, relação de veículos de comunicação, com nomes de seus responsáveis, endereços, telefones, *fax* e *e-mails*. Incluir na lista os nomes dos membros da congregação, pastores distritais e da Associação.

Estado ou no País, a informação precisa ser tratada e enviada aos organismos competentes.

Em primeira instância, o comunicador detecta a utilidade local, da igreja, acionando ferramentas como o boletim, anúncios, murais, jornais (quando for possível e tiver viabilidade financeira para este investimento) e o tradicional informe personalizado, face a face, boca a boca. Notícias de alcance regional devem ser encaminhadas ao Departamento de Comunicação da Associação. O diretor de Comunicação, ou seu assessor, fará a seleção, uma triagem, do material recebido, a fim de que parte dele seja publicada no jornal da Igreja no Estado. Se a matéria apresentar condições de repercutir além dessas divisas, o comunicador pode consultar o diretor de Comunicação da Associação e analisar a possibilidade de envio da notícia para a Casa Publicadora Brasileira. Em geral para a Editoria de Notícias da Revista Adventista. Insere-se aqui, também, a Rede Novo Tempo de Rádio e Televisão.

ARQUIVO E CORREIO

Em parceria com a biblioteca da igreja, o comunicador tem a oportunidade de organizar um arquivo. Se entre os membros houver um (a) bibliotecário (a), este (a) disponibilizará as informações necessárias para a padronização de fichas, pastas ou bloco de notas eletrônico, princípios de catalogação e indexação.

Falta às igrejas o estímulo para a preservação da história. Todo e qualquer dado tem de ser colocado nos anais da memória local. São informações valiosas até mesmo para consultas de pesquisadores. Não é novidade que, às vezes, o livro de membros e as atas de reuniões das comissões, sob responsabilidade da Secretaria, se extraviem. O prejudicado é sempre o membro da igreja. Quando o membro sofre com a desinformação, indiretamente a igreja assume os danos causados por falsas premissas e por barrigadas.⁵

Arquivos de assuntos de interesse da Igreja, em forma de recortes, publicados pela mídia; ilustrações para sermões; fotografias históricas dos eventos da congregação; boletins da igreja; cartazes mais significativos; endereços de fontes e dos membros, pastores, escolas adventistas, emissoras de rádio e televisão, redações de jornais e revistas, se demonstrarão extremamente

⁵ Notícia falsa cujo erro se verificou após a edição e publicação.

úteis ao Departamento de Comunicação. Comunicação depende de informações. Sem elas, o departamento corre o risco de se transformar num setor obsoleto, sem dinâmica, truncado, sem articulação e imaginação.

Paralelamente ao arquivo, as atividades de correio ampliam o leque de receptores de notícias. Tanto o correio convencional quanto o eletrônico são canais de comunicação proveitosos. Ao usar a caixa de *e-mails*, cuidado para não transformar informação útil em *spam*, dado que pode ser bloqueado pelo destinatário. O remetente necessita de personalização, não se misturando aos diversos serviços gratuitos de *e-mails*, fator descaracterizante da imagem construída pela Igreja. Assim, enviar mensagem da igreja com endereços linkados ao Hotmail, Gmail, Yahoo, IG, BOL, UOL, Terra, Globo, etc., não atrai o internauta à leitura. Prefira endereços cujas palavras se dirigem à União, Associação ou à própria congregação. Por exemplo: comunicacao@igrejadventista.org.br, depcomunica@usb.org.br, comunicar@floripacentral.com.br. Centenas de provedores oferecem serviços de personalização da marca a preços módicos. Portanto, vale a pena investir num nome que demonstre confiabilidade e estimule a fidelização.

BOLETIM

Um dos veículos de comunicação da igreja é o boletim, em geral distribuído aos sábados à entrada, antes da programação, seja da Escola Sabatina ou do culto. Nas páginas do boletim podem constar as informações a respeito das liturgias, demais programas da igreja, notícias, colunas reflexivas sobre saúde, educação e doutrinas, e utilidades práticas. Em hipótese alguma como espaço para publicidade de alguma empresa, produto ou serviço atendendo a interesses de membros ou financiadores do boletim.

O uso do espaço nas páginas do boletim com uma imagem estilizada ou logo da igreja, contendo toda a programação da manhã, um texto muito extenso e o verso em branco, significa recurso mal-investido. O boletim serve para informar e não como convite para uma festa. As páginas têm de ser bem-aproveitadas.

Se o diretor de Comunicação não tem o domínio da escrita, deve encaminhar a um assistente, ou equipe, a produção do boletim, acompanhando o

processo de edição e impressão a fim de evitar distorções nas informações, verdadeiros ruídos de comunicação. Recomenda-se que a revisão seja feita antes do envio do material à impressão. Portanto, tempo e atenção são importantes aliados dos comunicadores.

MULTIMÍDIA

Encontra-se em voga a mescla entre as mídias. E o domínio das ferramentas mais comuns da tecnologia da informação não é novidade para a maior parte dos jovens. No mínimo eles conseguem elaborar e construir um *blog*. Com mais audácia, conhecimento e trabalho em equipe, as possibilidades se multiplicam.

Uma das tendências da comunicação se direciona ao amálgama entre internet, tevê e rádio. Quando devidamente explorados, pode-se acrescentar à lista um trabalho fotográfico⁶ e *banners* propagandísticos. Congregações com mais recursos financeiros e humanos têm a seu favor o fácil acesso dos membros à internet. A um *site* de texto, adiciona-se um espaço para vídeo e áudio, disponibilizando, também, o boletim ou jornalzinho em PDF ou *flip*.⁷ A fim de reforçar os anúncios da semana, o Departamento de Comunicação enviará um *newsletter*⁸ a cada membro cadastrado e que aceite as notícias *online*.

Além desses meios eletrônicos, os comunicadores não devem desprezar aqueles mais tradicionais, como os murais e os cartazes. Comumente os murais se transformaram em espaço disputado centímetro a centímetro por todos os departamentos, quando a responsabilidade pela organização gráfica, manutenção e atualização é única e exclusiva da Comunicação. Da mesma forma em relação à disponibilização de cartazes. Por que um departamento gastará seus recursos em mídia, se ele pode encomendar os serviços da Comunicação? E se o orçamento for muito elevado, que haja uma divisão dos investimentos.

ANÚNCIOS DE SÁBADO

O momento mais importante da Comunicação acontece quando da apresentação dos anúncios antes do serviço litúrgico de sábado. Sem este recurso, o trabalho da Comunicação será incompleto e ineficaz. Isto é, não obterá

⁶ Conferir os *sites* www.mediastorm.org e www.parismatch.com.

⁷ Jornal que pode ser folheado virtualmente.

⁸ Notícias enviadas pelo correio eletrônico.

os devidos resultados. E não adianta os demais departamentos, o Ancionato e o Pastorado apontarem o dedo contra os comunicadores. Este espaço é vital e tem de ser considerado por todos como uma ocasião solene.

Os anúncios de sábado não podem ser tratados como um intervalo entre a Escola Sabatina e o culto. Tampouco como uma oportunidade àqueles que chegam atrasados, se acaso a primeira cerimônia do dia for o culto. A transmissão das notícias da Igreja mundial e da congregação local faz parte do serviço de adoração. Existe uma íntima relação entre comunicação e adoração.

Durante a leitura das principais notícias de fatos e eventos, esta tem de ser realizada com tal seriedade, que estimule naqueles que a assistem um espírito de total reverência e preparo para a continuidade da programação. Quando os anúncios são tratados de modo esdrúxulo, com improvisações, participações indevidas de outras pessoas – fato que provoca a falta de credibilidade no serviço dos comunicadores –, interferências de anciões e pastores e humor, a atenção dos ouvintes se dispersa e a comunicação perde a sua eficácia, provocando, inclusive, a irreverência.

O ideal é que se use um casal com boa dicção, clareza, domínio da oratória e voz agradável para os anúncios. Mas nada impede a presença de dois homens ou duas mulheres com diferentes timbres e tonalidades, fatores que capturam a atenção da congregação. Esclarece-se que a apresentação dos anúncios é de natureza privativa ao Departamento de Comunicação, não se permitindo a presença, durante o serviço, de outras pessoas. Tais atitudes descaracterizam e prejudicam o trabalho.

A leitura dos anúncios serve como reforço às principais informações contidas no boletim, mural e, se possível, na internet. Notícias importantes que não foram publicadas no boletim também podem ser anunciadas. Os anúncios estimulam os ouvintes à leitura do boletim e fixam ainda mais a informação. A informação não é monopólio do Departamento de Comunicação, mas também não pode e jamais deve ser um espaço e tempo exclusivos do Ancionato ou do Pastorado. À Comunicação deve ser confiada a tarefa de informar.

Os comunicadores que tratam a produção dos anúncios com rigidez espartana, prejudicam seu próprio trabalho e a igreja. Organização é uma face da

eficiência. Intransigência é o início do fracasso da Comunicação. A espera por notícias para a elaboração dos anúncios demonstra que o responsável pelo departamento não compreendeu ainda o processo da informação. Comunicador se assemelha a um repórter (mesmo não o sendo), não aguarda as notícias, vai atrás delas. Portanto, o estabelecimento de uma agenda de conhecimento geral, a versatilidade e a flexibilidade servirão de auxílio ímpar à Comunicação.

Cada comunicador precisa organizar uma agenda semanal definindo uma data-limite para o fechamento e redação dos anúncios. Estes serão redigidos dentro de um tempo preestabelecido, deixando espaço para eventuais notas de última hora que podem chegar até instantes antes da apresentação. Daí a importância da maleabilidade, princípio do bom relacionamento com toda a comunidade. A Comunicação não pode ser vista pelos membros como um departamento antipático, mas como a ante-sala, o reflexo da igreja.

PLANEJAMENTO

De acordo com o Manual da Igreja, o diretor de Comunicação faz parte da Comissão local. Depois de ser eleito pela Comissão de Nomeações e aprovado pela congregação, o diretor deve escolher os componentes de sua equipe e elaborar um plano de estratégias de atuação para o ano.

A partir disso, ele apresentará à nova Comissão um projeto de trabalho a ser discutido com os demais departamentos, Ancionato e Pastorado Distrital. Se o comunicador debutar no departamento, aconselha-se que ele contate o diretor da gestão anterior, responsáveis pela Comunicação em outras congregações e o diretor de Comunicação da Associação ou Missão, a fim de receber mais instruções e, quem sabe, reiterar o convite para um evento da área promovido pela Igreja.

Todo e qualquer evento da igreja contará, certamente, com a participação da Comunicação. A recepção, o serviço de som e/ou imagem, o cerimonial e os recursos e meios de informação serão extremamente úteis ao desempenho das atividades locais. A ausência de planos de ação inviabiliza a obtenção dos resultados pretendidos.

O BOLETIM

O formato do boletim e o número de páginas dependem da quantidade de informações que uma igreja recebe e de seus recursos para disponibilizá-las semanalmente como impresso. Depois de organizar a equipe e o local de seleção de dados, redação, edição e impressão, o Departamento de Comunicação precisa definir a política editorial, quais conteúdos serão publicados, o que jamais deve aparecer no boletim e como planejar graficamente o espaço determinado.

Em relação ao *software* a ser utilizado, depende do conhecimento da equipe. Qualquer editor de texto profissional ou semiprofissional atenderá as necessidades da produção do boletim, seja ele o PageMaker, o Illustrator, o InDesign ou os mais avançados Corel Ventura e QuarkXPress.

Não vale a pena gastar verbas do departamento editando boletins coloridos em papel cuchê ou chambril. Muitas cores podem assemelhar o boletim a um folhetim de porta de circo ou a um informe de supermercado. O custo é muito elevado para um material descartável. O ideal é que ele tenha um acabamento agradável, seja bem-diagramado, bem-escrito e atraia a atenção dos membros para as informações nele contidas.

Definido o modelo, resta decidir o conteúdo e agendar a data de fechamento, cujo dia depende das atividades de quem responde pela edição. A melhor data da semana para o fechamento é a quinta-feira à tarde. À noite se executam a redação, a paginação e a revisão, deixando à sexta-feira eventuais correções e a impressão. Por mais importantes que se revelem, informações posteriores serão repassadas aos membros durante os anúncios. Congregações com recursos e com equipamentos mais sofisticados, que facilitem a produção do boletim, podem organizar outro agendamento. Não existe uma fórmula acabada, pronta para ser usada. O conselho à Comunicação é que seus oficiais se organizem. A percepção de ordem na execução das tarefas da Comunicação

repassa aos membros e fontes de informações a necessidade e obrigação de colaborar com a equipe. Isto contribui para se evitarem conflitos com a agenda programada.

POLÍTICA EDITORIAL

Sem o aval, a revisão ou a última pincelada do diretor de Comunicação no boletim, este não deve ser impresso em hipótese alguma. A igreja depositou sobre ele total confiança e a reputação desta não pode ser colocada em risco, sob pena de comprometer a própria imagem da congregação e da Igreja.

Anúncios publicitários de empresas ou de serviços de membros da igreja jamais deveriam ocupar os espaços do boletim. Mesmo que uma ou mais pessoas ou empresas financiem os projetos da Comunicação. Notícias hilárias, jocosas, não fazem parte das horas sagradas do sábado. Se o boletim é um veículo informativo sabático, logo seu espaço tem de receber o maior zelo possível, conservando o espírito de sacralidade do dia de descanso.

Diante disso, os assuntos que tomarão conta do espaço não podem estimular os leitores a pensamentos e reflexões desconectados dos objetivos do sábado. Isto não significa que as reuniões administrativas da igreja ficarão de lado, tampouco as atividades dos departamentos e eventos semanais da congregação.

O diretor de Comunicação apresentará o projeto editorial do departamento à Comissão da Igreja que, sob a direção do pastor distrital, aprovará ou não, acrescentando destaques ou retirando itens supérfluos e contrários às recomendações da Igreja. Não se admite censura prévia ao boletim e qualquer veículo da Comunicação. Neste caso o diretor cairá em descrédito, bem como a intolerância prevalecerá, demonstração incompatível aos princípios de liberdade e transparência defendidos pela Igreja. Todavia, o bom senso, o domínio próprio, a moderação, a responsabilidade e o comprometimento com a visão e a missão evangelística da Igreja evitarão situações desgastantes.

Seguem abaixo algumas sugestões de assuntos a cobrirem o espaço do boletim. Determinados temas aparecerão semanalmente, enquanto que outros esporadicamente.

1) Liturgia de sábado pela manhã, destacando a ordem do cerimonial, hinos congregacionais, responsáveis pela música sacra, pelo ancionato e pelo sermão. Podem-se usar dois modelos: ou um texto corrido ou em forma de tópicos.

2) Demais liturgias da semana com os respectivos responsáveis.

3) Programação da Escola Sabatina, indicando os locais de cada subdepartamento.

4) Notas com informações de interesse geral sobre a programação oferecida em cada departamento da igreja. Não esquecer de citar datas, horários, locais e a descrição dos eventos.

5) Notícias da Associação (sede estadual ou regional da Igreja), da União (sede regional), Divisão (sede sul-americana) e Associação Geral (sede mundial), desde que com interesse local.

6) Coluna do Pastorado ou do Ancionato. Nada de artigos repletos de frases de Ellen White ou da Bíblia, parecendo plágio, concedendo aos leitores a seguinte interpretação: "O fulano não sabe escrever." Os telefones do pastor e do ancião de plantão são importantíssimos para quem deseja um aconselhamento.

7) Frases destacadas da Bíblia, dos livros do Espírito de Profecia ou de autores da Igreja, desde que apropriadas à linha adotada pelo departamento.

8) Informações a respeito das atividades de sábado à tarde, destacando as da Ação Missionária, dos Jovens Adventistas, programações musicais e dos Desbravadores.

9) Destacar os livros e revistas da CPB, mas sem uma ênfase comercial. Apenas editorial, com um breve comentário ou resumo dos conteúdos.

10) Notícias do mundo político e religioso que confirmam as profecias bíblicas.

11) Notícias sobre saúde que confirmam as recomendações dadas à Igreja.

12) Dicas de atividades com a família ou de locais indicados para se freqüentar aos sábados à tarde.

13) Orientações para as atividades espirituais da família durante a semana em casa. Estimular o culto familiar, as leituras da Bíblia, dos livros do Espírito de Profecia e da Lição da Escola Sabatina, a oração, o louvor e a meditação.

14) Notícias da educação adventista e a promoção das instituições de ensino superior sob o prisma das necessidades humanas e da Igreja.

15) Destacar os profissionais homenageados em datas comemorativas durante a semana e que façam parte, também, da congregação. Ex.: Dia do Médico, Dia do Taxista, Dia da Costureira, Dia da Bibliotecária, Dia do Apicultor, etc.

16) Enquetes a respeito de assuntos locais, doutrinários. Sempre sob a supervisão do Pastorado ou do Ancionato.

17) Endereços na internet recomendados para acesso e que contenham assuntos de natureza bíblico-cristã.

DICAS DE REDAÇÃO

Os mais importantes aliados da boa redação se mostram sempre disponíveis para solucionar dúvidas e executar correções. Portanto, um dicionário, uma gramática e um manual de redação são imprescindíveis aos redatores do boletim. Dicionários eletrônicos enganam ou se revelam incompletos. Do ponto de vista da preocupação com a produção textual, o melhor é o Manual de Redação e Estilo de *O Estado de S.Paulo*, mas há outros, como o da *Folha de S.Paulo*, da Editora Abril e dos *Diários Associados*.

O boletim deverá ser redigido em terceira pessoa, com clareza e precisão, tornando os textos legíveis e compreensíveis. A fim de tornar um texto claro, recomenda-se que o autor evite frases intercaladas, com excessos de vírgulas, dificultando a compreensão e sugerindo distorções. A precisão exige informações verdadeiras, corretas. Em caso de dúvida, o responsável pela redação tem a obrigação de apurar os dados e se certificar da veracidade das informações procuradas.

A delimitação do espaço no boletim evitará a monopolização do mesmo. Então, texto de, no máximo, três parágrafos é o suficiente para as informações básicas. Cada parágrafo, entre três e cinco linhas, pode conter um ou três períodos. Esta formatação atende às exigências de um boletim. Não serve para outros estilos ou categorias.

EXEMPLO 1

Igreja inaugura consultório odontológico

O Departamento de Temperança e Saúde de Vale do Paraíso oferece mais um serviço aos membros da igreja. A partir de segunda-feira, 14, o doutor Ricardo Valdense prestará serviços odontológicos às famílias carentes da congregação. O consultório dentário ficará aberto das 15 às 18 horas, todas as segundas e quintas-feiras, na sala 7, fundos.

EXEMPLO 2

Visite o Jardim de Jesus

Localizado no São Lourenço, o Jardim de Jesus é mais uma opção de passeio com a família aos sábados à tarde. A entrada é gratuita e ele se encontra aberto até às 17 horas. O parque se situa na Rua Guaianazes, 150.

EXEMPLO 3

Racha na Igreja Mundial de Deus aproxima dissidentes dos adventistas

Uma decisão histórica alterou o rumo da Igreja Mundial de Deus. Em assembléia, 750 mil membros aprovaram observar o dia de sábado como repouso sagrado, conforme o mandamento bíblico. O fato causou divisão dentro da Igreja Mundial, afastando milhares de membros que formaram outra denominação religiosa.

Os líderes das Igrejas Mundial e Adventista do Sétimo Dia se reuniram na sede da Associação Geral em 26 de junho. Nessa ocasião, o pastor Joseph Tkach, presidente da Igreja Mundial, revelou que antes consideravam os adventistas como primos, mas agora sentem que são irmãos, além de partilhar uma história comum.

Alguns erros são muito comuns. Repetem-se semanalmente, tanto no boletim quanto nos anúncios. Em caso de dúvida, é suficiente consultar um professor de língua portuguesa ou uma gramática atualizada.

1) Não existe crase antes de palavra masculina. Exemplo:

a. A vigília termina **à** zero hora. (aqui, o critério atende a presença da hora e não do zero)

Não existe crase entre números. Exemplo:

b. O evento musical acontecerá de 15 **a** 17 de maio, no ginásio municipal.

2) Quando exprimir uma situação de tempo, o verbo Fazer é impessoal:
Exemplos:

a. **Faz** oito anos que o curso de Jornalismo do Unasp iniciou suas atividades acadêmicas. (jamais use Fazem)

b. Hoje **fez** duas décadas que a igreja aguarda o alvará para a construção da escola. (nunca use Fizeram)

3) O uso do verbo **assistir** atende duas situações:

a. Assistir **ao** equivale a presenciar, testemunhar, ver, comparecer.

b. Assistir **o** equivale a auxiliar, ajudar, favorecer.

4) Quando se escreve MAL ou MAU? Basta trocar MAL por BEM ou MAU por BOM. Exemplos:

a. Por causa do **mau** (bom) tempo, o acampamento jovem foi transferido para o próximo mês.

b. A pouca compreensão das profecias provocou **mal**-estar (bem-estar) entre os participantes do estudo bíblico.

5) Afinal, chegar **em** ou **a**? Exemplos:

a. O presidente da Associação chegou **à** Vila dos Jabutis.

b. Quatro professores do Unasp chegaram **a** Porto Alegre para o Simpósio Universitário.

Usa-se **chegar em** quando designar tempo.

c. Os membros sempre chegam **em** cima da hora para o culto jovem.

6) O uso de **há** dispensa o termo **atrás**. Assim:

a. Há doze anos **atrás**... (está errado)

- b. Os adventistas chegaram **à** trinta anos... (também está errado)
- c. **Há** cem anos...; ... chegou **há** quinze anos... (quando se referir ao passado, sempre vai aparecer o verbo haver).

7) E as horas, como ficam?

- a. Já **são** dez horas.
- b. **É** meio-dia e meia (hora).
- c. **É** uma hora e quinze minutos.

8) Evite gerúndios e participios. Exemplos:

- a. A Igreja de Morro Alto **está liderando** uma campanha evangelística.

Prefira: A Igreja de Morro Alto **lidera**...

- b. O Departamento de Lar e Família **tem apresentado** anualmente diversos projetos.

Prefira: O Departamento de Lar e Família **apresenta**...

9) Cuidado com os jargões "igrejeiros" como:

- a. A serva do Senhor.
- b. A senhora White.
- c. A pena inspirada.

Lembrança importantíssima: Apesar de o boletim ser um veículo exclusivo da congregação, ele não será lido apenas por adventistas do sétimo dia.

Prefira: A escritora Ellen White; Ellen White, pioneira da Igreja Adventista do Sétimo Dia.

- d. A Revelação.

Prefira: A Bíblia.

- e. Esperamos que haja união na Divisão.

Observação: Este exemplo aparece muitas vezes nas orações.

Prefira: Espera-se que haja união na sede sul-americana da Igreja.

- f. O presidente deste campo (referindo-se à sede administrativa da Igreja).

Observação: O cargo de presidente de qualquer sede da Igreja não pode ser confundido com a função de dirigente de cooperativa agrícola.

Prefira: O presidente da sede estadual/regional da Igreja.

g. Os alunos do colégio (referindo-se às instituições com ensino superior).

h. A universidade Unasp (Unasp é centro universitário e não universidade, tampouco colégio).

i. Hoje à tarde teremos um JA (cuidado com o acento no A colocado automaticamente pelo computador. Pior ainda quando o convite estimula a presença ao culto MV).

Prefira: Marque presença hoje à tarde no culto jovem.

j. Os homens da União.

Prefira: Os administradores da sede regional da Igreja.

l. A Associação Geral decidiu; a Conferência Geral aprovou; ou pior: a *General Conference* autoriza (neste caso, trata-se de uma afronta à língua pátria).

Prefira: A sede mundial da Igreja Adventista do Sétimo Dia decidiu, aprovou ou autoriza.

m. O departamental de...

Prefira: O diretor de...

n. Durante o culto divino.

Prefira: Durante o serviço religioso/a liturgia/o culto.

Jamais pronuncie, em sinal de admiração, consternação:

o. "Minha nossa, que coisa, hein!?"

p. "Nossa, que bonito!"

q. "Vich, isso é um problema!"

Todos são produtos da influência católica sobre a cultura nacional. Embutido nos termos acima consta uma reverência à Maria.

r. "Poxa vida!" ou "Puxa!" disfarçam termos de baixo calão. Em suma: palavrões. São interjeições inadmissíveis no vocabulário cristão.

ADVERTÊNCIA

No expediente de qualquer impresso (boletim, jornal ou revista) nenhum diretor de Comunicação pode ser citado como **editor**, **revisor**, **redator** ou **repórter** se não for **jornalista**. É lei e o descumprimento da mesma resulta em punição por falsa identidade e exercício ilegal de profissão.

OS ANÚNCIOS

A apresentação dos anúncios aos sábados antes do culto não se trata de regra ou norma fixa. Convencionou-se assim porque nesse momento é possível informar ao maior número de membros num espaço da programação sem a necessidade de se repetir o processo em outro horário. Mas não existe qualquer determinação proibindo essa alternativa, também. Os anúncios não retratam uma simples leitura do boletim, mas uma ênfase às principais informações e um destaque àquelas não-inseridas no impresso.

Como os anúncios fazem parte do contexto litúrgico, o nível de reverência tem de continuar vigorando entre os apresentadores. Para tanto, o texto deve fluir de modo objetivo, claro, conciso, preciso, com frases curtas, repetindo-se as mais importantes notícias ao final, a fim de reforçar a mensagem transmitida, semelhante à técnica utilizada nos radiojornais.

Anúncios muito longos dispersam a atenção dos espectadores, estimulando a irreverência. Cinco minutos são suficientes para fornecer à congregação um panorama das atividades semanais na igreja. Uma apresentação que respeite o tempo e se demonstre atrativa vai prender a atenção dos membros e conduzi-los à reverência, preparando-os para a seqüência da liturgia. Anúncios não-redigidos, feitos sob a forma do improviso, causam descrédito à Comunicação.

Os apresentadores precisam revelar capacidade de expressão e compreensibilidade, boa dicção e não necessariamente vozes de locutores de rádio ou televisão. O principal objeto é a informação e não a exaltação dos comunicadores. Isto é inadmissível. Por causa do curto espaço de tempo, em hipótese alguma este deve ser cedido para outros departamentos divulgarem suas programações. Tal cessão demonstra a incapacidade da Comunicação informar. Ao agir assim, os outros departamentos da igreja estarão depreciando o trabalho da Comunicação, além da expressa falta de confiança neste setor.

Ao fechar os anúncios na noite de sexta-feira, os locutores devem deixar um espaço em branco para se anotar as informações de última hora, coletadas até poucos minutos antes da apresentação. Nos telejornais, os âncoras recebem notícias até durante os intervalos. Havendo tempo e dependendo da importância do assunto, não existe motivo para negar uma informação que chegou nos momentos que antecipam a realização dos anúncios.

É raro, mas pode acontecer de uma notícia chegar durante o culto e alguém tentar informar a igreja ao final da programação. O ideal é a comunicação boca a boca, face a face, depois do culto. Este método tem muita eficiência e não alvoroça o ambiente sacro de reverência, respeito e ordem.

MODELO DE REDAÇÃO

Em primeiro lugar se redigem as manchetes, a chamada escalada. Depois vêm os textos de cada notícia. Por fim, a repetição das principais informações, ressaltando a programação do sábado à tarde. Exemplo de escalada e anúncio:

JORGE – No Culto Jovem de hoje, às dezessete horas, entrevista com o jornalista e escritor Michelson Borges, da Casa Publicadora Brasileira.

TERESA – Semana de Oração terá como palestrante o pastor Reinaldo Siqueira, professor do curso de Teologia do Unasp.

JORGE – Nova direção da Adra assume amanhã.

TERESA – Mutirão de Natal continua campanha de doação de alimentos e brinquedos.

JORGE – Hoje, às dezessete horas, o Culto Jovem de Morro Alto vai ter como tema “O testemunho nas universidades seculares”.

TERESA – A fim de discutir o assunto, o Departamento dos Jovens convidou o jornalista e escritor Michelson Borges, da Casa Publicadora Brasileira, para o painel de debates.

JORGE – Você não pode perder essa oportunidade de ouvir testemunhos de jovens desta igreja.

TERESA – Compareça hoje à tarde. Pontualmente às 17 horas.

JORGE – Painel de debates com Michelson Borges, da CPB, e testemunhos de universitários de Morro Alto.

TERESA – Louvor, oração, testemunhos. Tudo isso no Culto Jovem de Morro Alto.

JORGE – Hoje, às dezessete horas. Não falte. Sua presença vai ser muito valorizada.

Ao final dos anúncios, recomenda-se uma mensagem com o objetivo de solidificar a reverência:

TERESA – Silêncio! Reverência no santo templo.

JORGE – Porque Deus aqui está. (pausado e solene)

Nomes ou termos estrangeiros devem ser redigidos conforme a pronúncia. Assim o apresentador não corre o risco de errar, engasgar, gaguejar, tropeçar nas palavras. Exemplo:

TERESA – A esposa do pastor de Morro Alto, Diane (/daiane/) Meister (/máístâr/), promete surpreender as irmãs que comparecerem ao encontro do Ministério das Mulheres.

CERIMONIAL E PRECEDÊNCIA

As normas que definem a seqüência das atividades durante uma programação, ou cerimonial, se chamam regras de precedência. Qualquer atitude contrária aos manuais não indica necessariamente erro ou falha. Cada Departamento de Comunicação adapte as regras às circunstâncias locais, observando o bom senso e o equilíbrio, sem extremismos. Ordem é a palavra-chave. Havendo organização, qualquer programa recebe o respeito dos participantes.

Depois de conhecer os componentes que farão parte da plataforma, os comunicadores precisam anotar seus nomes e a principal função de cada um na Igreja. Em seguida, os apresentadores irão organizá-los em ordem decrescente de acordo com a representatividade. Isto é, daquele que representa um universo maior de pessoas para o menos representativo.

Se houver sete convidados, por exemplo, um ancião, um diretor de Ação Missionária, um diretor dos Jovens Adventistas, um professor de Escola Sabatina, um diretor de Lar e Família da Associação (sede estadual ou regional da Igreja Adventista do Sétimo Dia), um diretor de Publicações da União (sede regional de algumas associações) e o pastor da congregação como orador, qual será a ordem de apresentação? Independente de quem irá dirigir o sermão ou a pregação, a apresentação se inicia pelo nome mais representativo dentre o grupo. No caso, o diretor de Publicações da União. Depois seguem o diretor de Lar e Família da Associação, o pastor da igreja, o ancião, o diretor de Ação Missionária, o diretor dos Jovens e o professor da Escola Sabatina.

E se um dos componentes for graduado em Engenharia, Medicina, Direito, Psicologia, Odontologia, Enfermagem ou Fisioterapia, deve ser apresentado como "doutor"? De jeito nenhum. Ali todos são irmãos. Só é doutor quem conquistou a titulação *stricto-sensu*, ou seja, cursou e concluiu um programa de doutorado. No caso de uma palestra durante o Culto Jovem, não há problema em detalhar o currículo do convidado. Todavia, na plataforma, só se evidencia a função de cada um em relação à Igreja.

O palestrante, orador ou pregador, sempre ficará na poltrona ou cadeira central. Os demais convidados se postarão em ordem decrescente de representatividade do centro para as pontas, o primeiro à esquerda do palestrante (à direita dos membros da igreja), o segundo à direita do palestrante (à esquerda dos membros) e assim por diante até o de menor representatividade.

Caso apareçam dois presidentes de Associação ou União, ou dois pastores distritais, ou dois primeiros-anciãos de congregações diferentes, quem será apresentado antes? Sempre aquele que estiver mais próximo do local onde ocorre a cerimônia litúrgica. Se a igreja se situa em Florianópolis e os visitantes são os presidentes das Associações Catarinense e Sul-Paranaense, o primeiro apresentado será o da Catarinense.

É inaceitável, total falta de ética, apresentar qualquer componente da plataforma de modo íntimo, como um "amigo do peito", chamando-o pelo apelido. Tal procedimento absurdo não contribui em nada para o estímulo à reverência na seqüência da programação.

Como já ficou esclarecido anteriormente, o importante é que a igreja revele organização, coerência e reverência. Quanto mais próxima de uma padronização, mais rápida será a adaptação de todos aqueles que a freqüentam e também dos visitantes.

A ASSESSORIA

Muitas iniciativas organizadas pela igreja podem atrair a atenção da imprensa secular. Geralmente, projetos sociais, como arrecadação de roupas e alimentos, campanhas de doação de sangue, entre tantas atividades de caráter filantrópico, costumam ser de interesse da mídia. Mas para que haja uma repercussão desse trabalho é preciso atentar para alguns quesitos.

Num primeiro momento, cabe ter perspicácia para que um evento interno passe a ser de interesse público. Mas não é isso apenas. Este trabalho exige também o emprego da linguagem jornalística e conhecimento a respeito do universo dos meios de comunicação. Ex: Cada meio de comunicação tem características próprias. O rádio, a televisão, a mídia impressa e a internet exigem uma linguagem diferenciada. Portanto, só um profissional preparado poderá mediar a relação entre a Igreja e a imprensa. A assessoria de imprensa é uma atividade exclusiva de jornalistas. Por isso, faz-se necessário que os líderes da Igreja saibam a quem recorrer quando desejarem divulgar algum programa.

Em alguns casos, muitas oportunidades são desperdiçadas por falta de conhecimento. A linguagem igrejeira, institucional, repleta de jargões, não atrai jornalistas. Pelo contrário, pode criar barreiras.

GESTÃO DE CRISES

A imagem da Igreja Adventista do Sétimo Dia é positiva para a maior parte da mídia. Muitos programas da Igreja já repercutiram pelas maiores emissoras de TV do País. Em janeiro de 2005, por exemplo, a Rede Globo veiculou no Jornal Nacional uma reportagem sobre um encontro internacional que reuniu 20 mil desbravadores no Paraná. O fato de todas estas crianças e adolescentes se mobilizarem em prol do exercício da cidadania foi notícia digna de horário nobre na televisão brasileira.

Mas é imprescindível que se tenha consciência de que a imprensa não faz propaganda gratuita e, portanto, é possível que alguma eventualidade possa motivar uma abordagem negativa. Como exemplo disso, basta lembrar o caso da menina encontrada morta dentro de uma congregação adventista em Joinville, Santa Catarina. O fato repercutiu pelos principais veículos de comunicação da mídia nacional. Em situações como esta, a falta de orientação pode fazer com que um fato isolado tome proporções globais e destrua a imagem da organização. A importância da atuação de um assessor de imprensa nestas ocasiões é fundamental para administrar a crise.

COMUNICAÇÃO EFICAZ

As ações do Departamento de Comunicação não devem ser tratadas de modo ufanista, nem como a solução para todos os problemas de informação distorcida ou inexistente na congregação. Considerar os resultados obtidos como um “sucesso”, demonstra o quão distante a Comunicação se encontra dos objetivos. Resultados são positivos quando representados em forma de dados, números reais, baseados na factualidade e não no empirismo, no achismo ou numa experiência oscilante.

Em certas igrejas não há anúncios porque os comunicadores acreditam cegamente na eficácia do boletim ou do mural. Todos têm eficiência. Contudo, nenhum deles consegue alcançar o rendimento máximo sem o complemento dos demais. No sábado os membros precisam acessar todos os canais de informação. Assim, o mural estará graficamente planejado à entrada; o boletim será entregue pela equipe de recepcionistas; os anúncios serão apresentados ao se iniciar a liturgia do culto; e, à saída, os membros terão novo contato com o mural móvel e as informações personalizadas, face a face.

Havendo disponibilidade de outros recursos e de profissionais habilitados, as tradicionais “mídias” se unem à internet, ao jornal e à emissora independente de rádio ou tevê (estes em *online*). A fim de que os comunicadores obtenham plena satisfação no desempenho de suas funções, torna-se obrigatória a presença de cada um nos eventos patrocinados pelas sedes administrativas da Igreja. Nesses encontros a troca de informações, experiências e projetos abastecem as necessidades da Comunicação nas congregações.