



⚡ MANUAL DE ⚡

COMUNICAÇÃO



PARA IGREJAS E GRUPOS



FICHA TÉCNICA

Produzido pelo departamento de Comunicação da Divisão Sul-Americana da Igreja Adventista do Sétimo Dia

Coordenação geral: Jorge Rampogna

Colaboradores: Anne Seixas, Carlos Magalhães, Felipe Lemos, Jessica Guidolin, Jorge Rampogna, Kelyse Rodrigues, Lizie Clajus, Monize Diniz, Nina Amado, Vanessa Moraes e Victor Trivelato.

Capa: EWIG Studios

Diagramação: EWIG Studios

Editoração: Anne Seixas e Jefferson Paradello

Ano: 2024



SUMÁRIO

1. Introdução	06
2. Comunicação: ministério estratégico para a missão	11
3. Parcerias com outros departamentos	14
4. Anúncios: muito além das informações	17
5. Faça sua igreja virar notícia	20
6. Fotografia e salvação: dois temas conectados	25
7. Uma história através do tempo	28
8. Nossa marca: um bem precioso	31
9. Presença da igreja na internet	34
10. Conectados na missão pelos meios digitais	40
11. O papel da Comunicação em igrejas híbridas	49
12. Culto online: como torná-lo efetivo?	51
13. Gestão de crises: medidas para proteger a imagem da Igreja	54





INTRODUÇÃO



Querido(a) diretor(a) de Comunicação,
é com muita alegria que entregamos a você este Manual.

Produzido por profissionais de comunicação, oferece informações relevantes para enfrentar os desafios atuais.

Ao mesmo tempo, grandes oportunidades se apresentam diante de nós e devem ser aproveitadas ao máximo. É por isso que, como Igreja, temos uma grande responsabilidade de fazer uso de conhecimentos e ferramentas para cumprir o propósito missionário que Cristo nos encomendou.



A escritora Ellen White, no livro *Evangelismo*, página 129, nos desafia a pensar nisso da seguinte maneira: “A verdade será apresentada de tal modo que o que passar correndo poderá lê-la. Descobrir-se-ão meios que possam alcançar os corações. Alguns dos métodos usados nesta obra serão diferentes dos que foram postos em prática no passado; mas ninguém, por causa disto, feche o caminho pela crítica.” — *The Review and Herald*, 30 de setembro de 1902.

Por isso, quero desafiar você: leia e estude este conteúdo de forma atenta para ampliar sua visão do que é ser um(a) diretor(a) de Comunicação, principalmente na comunidade religiosa em que você desempenha essa função. Isso impactará na maneira de apresentar o evangelho.

De igual modo, é importante entender que a comunicação não é apenas divulgar informações sobre os programas oficiais da igreja. Ela é uma ação estratégica para transmitir uma mensagem às pessoas de modo que elas a entendam e se comprometam.

Neste contexto, gostaria de ressaltar algumas áreas nas quais o diretor de Comunicação tem uma relevância fundamental.



1. Relações públicas

Como o *Manual da Igreja* indica, uma das funções do diretor de Comunicação tem que ver com a construção de boas relações com a comunidade local. É importante organizar um calendário de visitas às organizações, entidades públicas ou privadas, empresas de comunicação, jornalistas, influenciadores e autoridades constituídas. Essa visita tem por objetivo apresentar a Igreja Adventista e seus principais projetos. Use as datas especiais como oportunidades para construir uma relação saudável entre a igreja e a comunidade. Esse tipo de vínculo ajudará a manter bons relacionamentos, inclusive, em momentos de crise.

2. Apresentação da igreja

Com o pastor e a comissão local, uma das grandes responsabilidades do(a) diretor(a) de Comunicação é cuidar para que a igreja seja bem identificada. É importante que o logotipo da Igreja seja visível, de bom gosto e que esteja estrategicamente destacado na frente do templo. Lembre-se de que a identidade visual tem regras de uso e costumes definidas pela organização mundialmente, que devem ser seguidas à risca. Ao mesmo tempo, sugerimos que na frente da igreja, com o nome “Igreja Adventista do Sétimo Dia”, nos lugares onde há rádio ou TV Novo Tempo, esse logotipo apareça na proporção recomendada (ver Manual de Marca da Igreja Adventista do Sétimo Dia). Nossas fachadas devem ser as primeiras a apresentar quem somos.



3. Visual da igreja

Um dos grandes desafios está na comparação visual que as pessoas fazem. Por exemplo, alguém que assiste regularmente a TV Novo Tempo ou consome conteúdo nas plataformas de streaming como Feliz7Play ou NT Play, espera encontrar o mesmo padrão visual em nossas igrejas. Com isso, é importante conversar com o pastor e líderes locais para adequar a imagem visual do templo e torná-lo mais acolhedor. Algumas sugestões quanto ao ambiente são importantes: use cores claras para trazer mais luminosidade. Tanto a iluminação externa como a interna devem ajudar a dar clareza e maior visibilidade para dentro da igreja para quem assiste aos programas presencialmente ou online. Em muitos lugares, um visual mais simplificado é usado para que seja muito mais agradável e confortável.

4. Anúncios e promoção

Uma das principais responsabilidades do diretor de Comunicação da igreja local diz respeito ao momento dos anúncios. No entanto, o mundo mudou e hoje temos novas ferramentas para promover atividades, incentivar a participação dos membros e apresentar as informações. Em vez de realizar longos momentos de anúncios durante os cultos, utilize plataformas digitais, sempre de acordo com a realidade de sua congregação. Por exemplo, é possível usar grupos ou listas de transmissão do WhatsApp, Telegram, Facebook ou outras plataformas de mensagem. Desta maneira, você poderá ser mais eficaz na divulgação de informações relacionadas às ações da igreja.





5. Transmissão dos cultos

Muitos de nós aprendemos sobre transmitir os cultos pela Internet ao longo da pandemia. Com a transmissão mais ampla e frequente das reuniões após esse período, nossa liturgia também precisa ser adaptada. Porém, isso não deve impactar na adoração e nem deixar de ter as partes fundamentais de um culto como o louvor, a oração, a exposição da Palavra e a adoração através dos dízimos e das ofertas. Podemos desenvolver cultos que sejam uma bênção para os adoradores que estão no templo ou na Internet. Prefira um programa simples e com menos partes ao invés de um culto complicado e mais longo. Utilize uma linguagem simples, clara, direta e bíblica.

6. Redes sociais

É preciso formar uma equipe de atendimento nas redes sociais com pessoas que estejam dispostas a conversar por meio de comentários, mensagens privadas ou pelo site da igreja. Ela será a equipe de recepção, atendimento e evangelismo digital. Ter essa estrutura faz uma grande diferença. Além do momento das transmissões, esses voluntários também serão responsáveis por gerar conteúdo para redes como Instagram, Facebook, X (Twitter), Tiktok, cortes no YouTube etc. As possibilidades são várias e cabe a você escolher em quais atuar e como gerenciá-las. Não é necessário estar em todas elas, mas fazer escolhas estratégicas e que estejam dentro da capacidade de atendimento.

7. Evangelismo digital

Com as áreas evangelísticas da igreja local, o diretor de Comunicação deve incentivar o uso de plataformas digitais com finalidade missionária. Ou seja, para captar novos interessados, ensinar a Bíblia e conduzir as pessoas ao batismo. Há várias ferramentas úteis que podem ser usadas para esse fim. Nas páginas adventistas.org ou novotempo.com você encontrará diversos cursos bíblicos que podem ser compartilhados com pessoas que ainda não conhecem a fé



adventista. Outra ferramenta fundamental para o estudo da Bíblia e o evangelismo é a robô Esperança, que está constantemente conduzindo pessoas ao estudo da Bíblia através do WhatsApp.



Essas são apenas algumas áreas nas quais você precisa se aprofundar para atuar. No entanto, neste Manual entregaremos conteúdos extremamente úteis para que você possa se desenvolver melhor e, assim, preparar outros para serem mais eficazes na responsabilidade que sua igreja local lhe deu.

Estou orando por você. Obrigado por seu ministério e que Deus te abençoe.

Pastor Jorge Rampogna

Diretor do departamento de Comunicação da Igreja Adventista para oito países da América do Sul.





COMUNICAÇÃO: MINISTÉRIO ESTRATÉGICO PARA A MISSÃO

Não há dúvidas de que o Ministério de Comunicação tem um papel estratégico e relevante para a missão da Igreja Adventista do Sétimo. De igual modo, aqueles que estão à sua frente desempenham uma função de enorme responsabilidade dentro da estrutura de um templo local, como destaca o *Manual da Igreja*, que trata de assuntos como liturgia, normas de vida cristã, funcionamento das congregações, disciplina eclesíastica e outros temas. Veja os detalhes a seguir.



Ministério de Comunicação demanda o apoio de cada membro voluntário, cada obreiro da igreja e cada instituição denominacional. O Departamento de Comunicação promove o uso de um consistente programa de relações públicas e de todas as modernas técnicas de comunicação, tecnologias sustentáveis e mídia na propagação do evangelho. A igreja deve eleger um secretário de comunicação e, quando necessário, uma comissão de comunicação.



“Precisamos empregar todo meio razoável de levar a luz ao povo. Que a prensa seja usada, e que se utilizem todos os meios de publicidade para chamar a atenção para o trabalho” (*Testemunhos Para a Igreja*, v. 6, p. 33 [36]).

“Serão elaborados meios para alcançar as pessoas. Alguns dos métodos usados nesta obra serão diferentes dos que foram usados no passado” (*Evangelismo*, p. 105).





Diretor de Comunicação

O diretor de comunicação deve ter habilidade para se relacionar com as pessoas e representar dignamente a igreja; bom-senso, boa organização, eficiência para redigir e disposição para cumprir os compromissos.

Ele reúne e divulga notícias na mídia local, coopera com o diretor de comunicação da Associação/Missão e apresenta relatórios periódicos à reunião administrativa da igreja. O diretor do Departamento de Comunicação da Associação/Missão provê orientação e ajuda adequadas para os diretores de Comunicação das igrejas.



O pastor, que é o principal responsável pelo programa de comunicação da igreja, trabalhará em estreita ligação, como conselheiro, com o diretor e com a Comissão de Comunicação.



Qualquer departamento ou organização da igreja pode designar um indivíduo para fornecer informações sobre as principais atividades de seu departamento ao diretor de Comunicação ou à Comissão de Comunicação.



Comissão de Comunicação

Em igrejas grandes, uma Comissão de Comunicação poderá lidar mais adequadamente com muitas facetas do programa de relações públicas e de comunicação. A igreja elege essa comissão e o diretor de Comunicação atua como seu presidente. Os membros da comissão podem receber atribuições específicas na área da comunicação, tais como: lidar com a imprensa, com produtores de mídia e Internet e com a mídia interna da igreja. Se houver uma instituição da igreja na área, um membro de Relações Públicas ou do pessoal de comunicação dessa instituição deve ser convidado a participar da comissão.

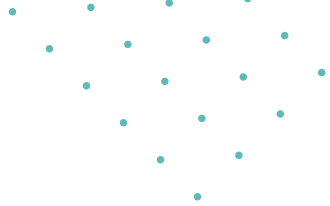


Comissão Central de Comunicação

Se várias igrejas em uma área decidem estabelecer uma comissão central de comunicação, o diretor de comunicação de cada igreja deve ser membro e deve trabalhar em harmonia com qualquer plano geral que coordene adequadamente o manuseio das notícias e as outras atividades das igrejas envolvidas. A organização dessa comissão será de iniciativa do diretor de comunicação da Associação. As reuniões da comissão central serão convocadas e presididas por alguém escolhido pelo grupo.

Este conteúdo foi extraído do *Manual da Igreja*, páginas 98 e 99.





PARCERIAS COM OUTROS DEPARTAMENTOS

A essência do departamento de Comunicação é justamente potencializar a mensagem de esperança nos mais diferentes meios de divulgação. Na igreja local, os ministérios realizam programas, projetos e iniciativas que correspondem a essa mensagem especial. E neste contexto, a Comunicação se concentra em auxiliá-los. Ela não é, muitas vezes, um departamento de realizações próprias, mas sim de suporte aos demais.

O departamento de Comunicação da igreja local funciona como uma ponte: ligando a mensagem (ou as informações) aos membros. Ele também conecta a mensagem da Igreja Adventista à comunidade ao redor. Ou seja, é um articulador que se utiliza de estratégias, tecnologias e das melhores técnicas para tornar a informação e a mensagem conhecidas e compreendidas pelos públicos interno e externo.



Como diferenciar *informação* e *mensagem*?



A *informação* pode ser compreendida como, por exemplo, a data, o horário e o local de um evento importante da igreja. O que levar, como chegar a esse evento, ou ainda quem pode participar dessa programação.



A *mensagem*, nesse caso, se constitui nas boas novas do evangelho da salvação. É sobre pregar para quem precisa.



Para que tudo isso seja efetivo, é importante que quem estiver à frente da Comunicação da igreja local esteja integrado aos acontecimentos. Isso significa que é preciso saber o que e como as coisas vão acontecer para poder sugerir maneiras de divulgar e integrar as ações da melhor forma possível.

Logo, é necessário estar em contato constante com todos os departamentos da igreja. É muito mais do que enviar mensagem aos líderes apenas para saber qual anúncio será apresentado no sábado pelo amanhã. É ser parceiro de verdade!



Mas, na prática, em que momento essas parcerias podem ser firmadas?



1. Concepção de um projeto



Participe das reuniões de planejamento dos departamentos e contribua com ideias que possam potencializar os projetos. Por exemplo:

- Sugira integração com outras áreas da própria igreja. Um programa do Ministério da Criança e Adolescente, por exemplo, pode ser estendido para a família toda. Nesse caso, haverá mais de um departamento da igreja envolvido na ação. Portanto, será um movimento muito mais integrado.
- Ao conhecer o calendário de atividades e todos os departamentos da igreja, você pode sugerir datas e ações que possam conectar os públicos ao invés de dividi-los. Isso evita a concorrência por datas e dias especiais.



2. Cobertura

Durante os eventos e ações que a igreja local desenvolve, a equipe de Comunicação se faz presente naquilo que foi definido como estratégico e acordado antecipadamente, realizando a cobertura com fotos, vídeos, postagens nas redes sociais etc.





3. Controle de qualidade

Durante a produção de materiais gráficos e digitais solicitados pelos departamentos, a Comunicação pode auxiliar garantindo que as informações estejam corretas e que a marca da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) não sofra alterações fora das diretrizes permitidas, e garanta a qualidade do conteúdo.



4. Promoção de evento

Além de realizar as ações necessárias para promover o evento para o público específico, é importante que os líderes da igreja, nas diversas áreas que a constituem, saibam que o evento acontecerá. A depender da proposta do programa e para quem será direcionado, pode ser interessante uma ação com a imprensa local. Isso irá ampliar a visibilidade e poderá chegar a muito mais pessoas.




Lembre-se: a Comunicação tem uma visão mais ampla sobre todos esses aspectos e pode contribuir muito com a projeção tanto da igreja quanto de sua mensagem. Além disso, tenha em mente que mudar processos leva tempo e exige paciência. Esteja disposto a trabalhar com as demais lideranças a fim de melhorar o resultado para todos.





ANÚNCIOS: MUITO ALÉM DAS INFORMAÇÕES

 s anúncios compartilhados com membros e visitantes durante os cultos realizados na igreja têm um papel importante. Esse é o momento em que a comunidade conhece as próximas programações, bem como projetos futuros, campanhas em andamento e outras informações.

A apresentação dos anúncios aos sábados, antes do culto, não é uma regra. Na verdade, esse momento ficou convencionalizado porque é quando o maior número de membros está simultaneamente reunido na igreja.

No entanto, é preciso usar da criatividade e do bom senso para evitar transformar esse momento numa simples leitura do boletim, criando um clima monótono e de pouca atenção.



Existe muita dúvida sobre como os anúncios devem ser feitos: em vídeo, em papel, lidos lá na frente, enviados por mensagem de WhatsApp. Não há uma regra que exija que seja feito de um jeito ou de outro. O importante é conhecer a realidade da sua comunidade para entender como a informação será mais bem recebida por ela. O público-alvo, ou seja, as pessoas para as quais os anúncios se destinam, precisa estar conectado com a maneira como as informações serão apresentadas.



Para ajudar a inovar, a fim de que os membros fiquem bem-informados, veja quatro dicas:



1. Seja objetivo

Use frases curtas e diretas para facilitar a compreensão da mensagem.

Evite anúncios muito longos. Falas demoradas podem dispersar a atenção das pessoas. Cinco minutos são suficientes para fornecer à congregação um panorama das atividades programadas para as próximas semanas ou meses. Faça uma lista de prioridades e escolha em torno de cinco tópicos para abordar naquela semana.

Para organizar o recebimento dos anúncios por parte dos líderes da igreja, você pode criar um formulário no Google, por exemplo, e estabelecer uma data limite para que sejam enviados. Assim, você terá as informações completas para planejar seus anúncios, artes de divulgação etc.



2. Não fale de improviso

Escreva o que precisa ser dito para ser pontual e efetivo.

- × Quando os anúncios não são escritos, é muito fácil se perder no tempo, enrolar e passar uma ideia de desorganização. Isso contribuirá para causar descrédito ao departamento de Comunicação.
- ×
- ×
- ×



3. Faça vídeos dinâmicos

Os vídeos de avisos são práticos, devem ser expostos nas telas da igreja e podem ser feitos da maneira que você quiser:

- Banners das programações, horários e eventos próximos;



- Vídeos-resumo de um evento/retiro/culto especial que já ocorreu;
- Vídeos institucionais da igreja, dos grupos, dos ministérios ou de possíveis instruções sobre alguma programação ou momento específico;
- Pequenos testemunhos de alguns membros ou depoimentos de líderes e pastores.

4. Use mais a tecnologia



As redes sociais de sua igreja são uma ferramenta poderosa de engajamento. Elas podem ser utilizadas para alcançar muita gente, inclusive aqueles que nunca foram a um templo adventista ou buscam por uma congregação perto de casa. Por isso, ao preparar conteúdos para elas, leve em conta uma linguagem que dialogue com quem também não conhece a realidade da igreja.

Alguns exemplos de como usá-las:

- Você pode publicar a programação da semana nos stories do Instagram/Facebook da sua igreja;
- Para divulgar o resumo de algum evento já ocorrido, pode criar um vídeo ou carrossel de fotos;
- Quer guardar os melhores momentos de uma programação que marcou sua igreja? Salve tudo nos destaques do Instagram!



Lembre-se: o principal objetivo dos anúncios é a informação. Diante disso, invista em ações que chamem a atenção do seu público e que garantam que ele compreenderá a mensagem divulgada.



FAÇA SUA IGREJA VIRAR NOTÍCIA



Informar: esse é o objetivo da notícia. Ela apresenta um fato socialmente relevante. Seu modo de difusão mais conhecido é nos veículos de imprensa, como jornais, rádio, TV e Internet, mas também pode ser divulgada em espaços independentes.

Os acontecimentos diários pautam a atividade jornalística. Diante disso, assuntos de interesse coletivo podem se tornar notícia. Quem faz essa escolha é a mídia, baseada em alguns critérios, como: utilidade pública, serviços, proximidade, atualidade, pessoas envolvidas, ineditismo, relevância, importância, entre outros.





Com tantas ações sociais, eventos e projetos, as igrejas têm todas as condições de produzir notícias para serem divulgadas em diferentes veículos de comunicação. Entretanto, antes de tentar “vender” uma pauta, isto é, atrair o interesse da mídia para divulgar aquilo que é de interesse de sua igreja local, alguns passos são importantes. Veja quais são eles:

Construção da pauta

Crie um documento com todas as informações do assunto que você quer que seja notícia na mídia. A apuração, ou seja, confirmação de todas as informações, é essencial para essa construção. O texto deve responder às seguintes perguntas:

- O quê (qual é o fato)?
- Quem (quem está organizando, promovendo ou participando)?
- Quando (em que data ocorrerá)?
- Onde (em que local acontecerá)?
- Como (de que maneira será realizado)?
- Por quê (por qual razão ocorrerá)?





Organização adequada do evento ou projeto

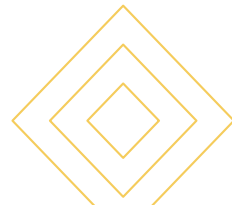
Não se esqueça de que uma boa divulgação exige que o projeto ou evento esteja bem-organizado. E isso deve ocorrer antecipadamente. Certifique-se de que determinada atividade realmente ocorrerá no dia e horários divulgados. Verifique se há pessoas preparadas para conceder entrevistas aos meios de comunicação. E procure sempre listar com os organizadores possíveis situações complicadas que podem criar dificuldades para a divulgação (falta de pessoal, falta de materiais, mudanças climáticas, falta de autorização governamental etc).



Produção do release

Com a pauta construída, elabore um release. Ele será seu instrumento de comunicação com a imprensa. O release nada mais é do que um texto que revela as informações mais importantes da pauta e pode ou não conter fotos também. Tal texto serve para informar a imprensa e precisa despertar interesse para ganhar uma oportunidade de veiculação. Por isso, é fundamental ressaltar no release a importância da pauta, seja para a sociedade como um todo ou para um grupo específico. A Feira Vida e Saúde pode ser de interesse coletivo, enquanto uma ação veterinária pode atrair apenas donos de pets, por exemplo.

Você pode ver alguns modelos reais de releases na área de notícias do Portal Adventista. Acesse adv.st/releases ou escaneie o QR Code ao lado.



Contato com a imprensa

Envie o release à imprensa. Normalmente, o contato ocorre por e-mail. Nos sites e nas redes sociais de quase todos os veículos de comunicação é possível encontrar um endereço de e-mail da redação. Se possível, faça uma ligação para confirmar se o conteúdo foi recebido. Algumas vezes, a resposta poderá ser mais rápida por um aplicativo de mensagens.

Aproveite o primeiro contato com o veículo ou com o jornalista específico para criar um relacionamento. Seus releases podem ser ignorados ou rejeitados, mas esse relacionamento pode gerar futuras parcerias para divulgar algo de interesse da igreja. E em situações de crise de imagem, este tipo de contato consolidado é sempre útil.

É importante criar uma lista de contatos da imprensa para facilitar o envio de seus próximos releases. Você pode preparar uma planilha para isso.

Meios de comunicação

Existem diferentes formas de veicular sua notícia: em rádios, TVs, meios eletrônicos (como blogs ou sites de notícias na Internet) e impressos (jornais e revistas). Cada um possui sua própria linguagem e espaço. Pode ser que sua pauta não se encaixe numa matéria de TV,



mas pode render um pequeno texto no jornal do bairro. Independente do alcance da veiculação, o importante é que a divulgação ocorra a fim de beneficiar, principalmente, a comunidade, de forma que ela entenda a relevância da igreja local, que está ali para servir.

Apoio da Associação/Missão

O diretor de Comunicação da igreja local conta com o auxílio da Associação/Missão, as sedes administrativas da Igreja Adventista para determinadas regiões, para transformar pautas em notícias, que, ao serem analisadas, podem ser publicadas no Portal Adventista, além de resultarem em reportagens para a TV e Rádio Novo Tempo, testemunhos, vídeos para o YouTube, entre outras possibilidades. Por isso, tenha o contato do assessor ou diretor de Comunicação de sua Associação/Missão e compartilhe esses conteúdos com eles para que sejam avaliados e, quando pertinentes, produzidos e publicados.

As sugestões acima refletem o trabalho de um assessor de imprensa. É o que vai ajudar a sua igreja a virar notícia nos meios de comunicação e espalhar esperança.





FOTOGRAFIA E SALVAÇÃO: DOIS TEMAS CONECTADOS



Para que serve a fotografia? No passado, apenas para registro. Tirar uma foto era o evento em si. Hoje, em qualquer bolso se encontra uma câmera. Usá-la para fazer fotografias da maneira certa pode ser crucial na conversão de alguém.

Imagens têm muita força. A primeira grande função de registrar um momento é a memória. Ter fotos que contam a história das pessoas e da igreja é uma forma de perpetuar e testemunhar das grandes coisas que Deus tem feito.

A segunda é mostrar esses acontecimentos para outros. Associado a uma boa estratégia de redes sociais, as fotos podem trazer emoção, apresentar um serviço oferecido pela igreja e até mesmo sensibilizar alguém a participar de um encontro.





Digamos que sua igreja ofereça interpretação em língua de sinais. Você poderia publicar uma foto do programa com a informação na legenda. No entanto, pode não ser o caminho mais efetivo para a pessoa surda. Uma foto do intérprete ou do momento em que ele se comunica com o surdo diz muito mais e pode levar aquele indivíduo a decidir ir à igreja e acompanhar a mensagem com a ajuda de um intérprete.

Etapas para o clique

E como fazer isso acontecer? Primeiro, saiba o que você quer mostrar. Em uma entrega de alimentos, é mais significativo clicar a pessoa que recebeu do que uma sala com pilhas de cestas básicas. O enquadramento é aquilo que você quer mostrar na foto. Seja na vertical ou horizontal, é fundamental eliminar o máximo de distrações do seu assunto principal. Outro fator determinante é a luz. Mesmo em circunstâncias desfavoráveis, é possível ter uma iluminação satisfatória. Para isso, procure sempre colocar o assunto da sua foto em frente à fonte principal de luz. Se você está planejando o evento, evite luzes coloridas no rosto das pessoas. Caso opte por usá-las, prefira sempre colocar em pequenos pontos estratégicos.

Essas dicas levam em conta que você está usando uma câmera de celular. Aparelhos mais modernos terão uma capacidade fotográfica melhor, mas nada impede que qualquer aparelho faça imagens adequadas.





Depois de tirá-las, lembre-se de catalogá-las. Para isso, mantenha em um serviço na nuvem. Há diversas opções no mercado. É importante que essa seja uma conta da igreja, para que esse acesso não se perca. Faça pastas divididas por anos, meses ou eventos.

Que as memórias de sua igreja sejam preservadas e que Deus apareça por meio delas.



Aprenda mais sobre o assunto nas referências a seguir:

Você pode fazer um curso básico de fotografia neste link adv.st/qmhdg ou acessá-lo pelo QR Code ao lado.



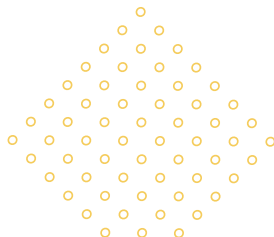
Se suas fotos serão feitas com um smartphone, aprenda sobre esse tema em adv.st/t5yPO ou ao escanear o código.



Para conhecer princípios sobre iluminação na fotografia, acesse adv.st/xZzBp ou escaneie o código ao lado.



Como enquadrar corretamente aquilo que você quer mostrar? Descubra em adv.st/sXKIG ou veja ao escanear o código.





UMA HISTÓRIA ATRAVÉS DO TEMPO



Com uma trajetória de mais de um século e meio, a Igreja Adventista do Sétimo Dia possui muitos registros, fotos, documentos e diferentes materiais que contam a sua história ao longo do tempo. Este conjunto de elementos é chamado de Patrimônio Histórico.

A importância de se preservar o Patrimônio Histórico está associada à constituição de uma memória coletiva, considerando que é por meio desses registros que se pode compreender o passado, o comportamento de um determinado grupo social, de uma cidade ou mesmo de uma nação.

Além disso, ao entrar em contato com os erros e acertos do passado, torna-se possível traçar um caminho mais seguro e firme para o futuro, fortalecendo a construção da identidade como adventistas.

Enquanto a história é uma ciência que estuda a vida do homem através do tempo, investigando o que ele fez, pensou e sentiu em diversos momentos importantes, o registro permite que essa história chegue até outras mãos.

O registro em si, feito em épocas passadas, contribui para preservar essas informações e faz grande diferença neste processo. Afinal, de que adiantaria o registro, mas perdê-lo no caminho?

Diante disso, dois pontos são levantados:
a importância do **REGISTRO** e **ARQUIVAMENTO**.



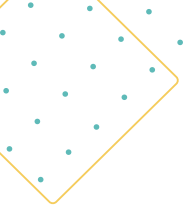
Além da denominação, cada igreja local tem sua própria história, com seus pioneiros, membros, momentos marcantes e projetos relevantes, que mantêm viva a história de gerações. Este precioso patrimônio precisa ser conservado localmente.

Preservação

O departamento de Comunicação é um dos ministérios que contribuem para a preservação da história. Assim como a Secretaria se responsabiliza pelos registros e informações escritas, a Comunicação encabeça, com o auxílio dos departamentos, o registro e arquivamento das memórias audiovisuais.

Entenda, a seguir, como montar um acervo local:





- 1.** Separe um local só para arquivamento de fotos e vídeos da sua igreja. Uma sugestão é fazer o armazenamento na nuvem, ou seja, em um servidor online, sem o uso de pen drives ou HDs externos. Esta é uma forma prática, pois permite compartilhar o link com outras pessoas; rápida, segura e acessível. Existem diferentes empresas que oferecem esse serviço.
- 2.** Crie pastas nomeadas por ano e por departamento, para que fique mais organizado e seja mais fácil procurar por algum material quando precisar.
- 3.** Prepare um protocolo interno e oriente os departamentos. A ideia é que o registro das atividades (por meio de fotos e vídeos) se torne um hábito da igreja. Ao realizar programações, projetos comunitários, batismos e apresentações, incentive o departamento responsável a registrar os momentos, caso o de Comunicação não esteja presente, e depois passe à equipe para o arquivamento.
- 4.** Limite o acesso ao acervo à equipe de Comunicação, a fim de manter organizado e seguro.

O acervo da igreja local é uma utilidade tanto para comprovação de projetos quanto para montagem de registros, e até pode ser usado em comemorações de aniversário da igreja local com retrospectivas ou em outros momentos importantes para sua comunidade.

Você também pode montar uma linha do tempo que conte a história por meio das datas e fotos. É uma maneira de resgatar o passado e manter sempre vivo o propósito desse templo.



Lembre-se: futuros fiéis saberão da trajetória da igreja devido a esse esforço e trabalho iniciado agora.



NOSSA MARCA: UM BEM PRECIOSO



a Era da Informação, não é segredo que qualquer organização, instituição e até pessoas carregam a necessidade vital da comunicação. Aquilo que é feito, dito, escrito, desenhado ou gravado deve ser muito bem pensado para que o entendimento de outros se torne realmente efetivo.

Uma parte importante da comunicação organizacional é sua marca e identidade visual. Mas você pode estar se perguntando: “O que, exatamente, são marca e identidade?” Colocando em uma frase direta, marca é o que você faz para que seu público entenda quem está falando com ele. A identidade é toda a comunicação que a fortalece. Qual seria o proveito para sua igreja divulgar uma programação especial, bem elaborada e criativa, se ninguém soubesse quem está fazendo? Qual seria o retorno esperado? Quase nenhum.

Diante de inúmeras comunicações feitas em diversos meios a todo momento, é preciso fortalecer a marca e sua relevância para que o emissor seja reconhecido.

O logotipo oficial da Igreja Adventista do Sétimo Dia é utilizado mundialmente e representa a denominação em mais de 210 países e regiões. Além de conter um desenho bem distinto e fontes únicas, é também protegido por lei em diversos lugares.

A seguir você conhecerá os elementos centrais e princípios gráficos da marca, os quais apresentam os valores e identidade adventista.



Igreja Adventista do Sétimo Dia[®]



LINHAS

Apresentam um movimento para cima, simbolizando a ressurreição e ascensão de Cristo ao céu, bem como Sua segunda vinda, o principal foco de fé adventista.



CRUZ

Representa o evangelho da salvação e está ao centro para enfatizar o sacrifício de Cristo, que é o tema central de nossa fé.



CHAMA

São três linhas formando um círculo implícito. Representam os três anjos de Apocalipse 14 e a missão de levar o evangelho ao mundo. A chama por inteiro representa o Espírito Santo.



BÍBLIA ABERTA

Forma a base do desenho e representa o fundamento bíblico das crenças adventistas.

Igreja Adventista
do Sétimo Dia

FONTE

Chamada Advent Sans, foi criada exclusivamente para a Igreja Adventista do Sétimo Dia e suporta centenas de línguas e idiomas.



Lembre-se de utilizar sempre o logotipo oficial na comunicação de sua igreja com o objetivo de mostrar quem está conversando com o público. Quanto mais clara, distinta e simples for sua comunicação, mais chance você tem de ser ouvido e reconhecido.

No Manual de Marca oficial da Igreja, entenda como inserir o logotipo em seus materiais, que cores utilizar, dicas de aplicação e como adaptar o nome da sua igreja local.



Para conhecer mais sobre a identidade da marca da Igreja Adventista do Sétimo Dia e seu manual, acesse **identidade.adventistas.org** ou escaneie o QR Code abaixo.





PRESENÇA DA IGREJA NA INTERNET



real e o digital são inseparáveis e hoje é difícil imaginar um mundo apenas online ou apenas offline. Precisamos da Internet tanto para traçarmos a rota para lugares quanto para serviços do dia a dia. Isso nos deixa impressionados ao imaginar como as coisas tão básicas do cotidiano eram realizadas antes da Internet.

Se ela transformou a forma como nos relacionamos com os outros e com o mundo, faz parte da nossa responsabilidade acompanhar os desdobramentos desses movimentos digitais, pensando sempre em como podemos aproximar a Igreja dessas inovações. Afinal, são mais possibilidades de se alcançar as pessoas sem perder o foco principal. Ao evangelizar com criatividade é possível atrair aqueles que ainda não conhecem a mensagem bíblica apresentada pela Igreja Adventista.

Muitos esforços são feitos pelas instituições adventistas para chegar até pessoas que, de outra forma, não seriam alcançadas. Mas o destino é a igreja local. Se o interessado que entrou em contato com a Bíblia pela TV Novo Tempo ou por uma das outras iniciativas digitais não consegue encontrar informação clara sobre o templo mais próximo, ele pode desistir de fazer uma visita presencial.

No ambiente digital, a sua igreja local tem alcance global, mas isso também desperta um ponto de atenção. Diferente dos meios tradicionais, a Internet é uma via de mão dupla. É possível receber a resposta imediata dos internautas. Por isso, é importante estar preparado para



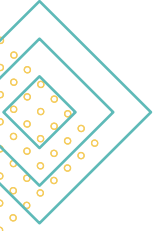
lidar com essas interações, que nem sempre são positivas.


As formas mais comuns de ter presença garantida na Internet são os sites e as redes sociais. As principais são o Facebook, Instagram, X (anteriormente conhecido como Twitter), Youtube e WhatsApp. Mas existe uma infinidade de outras opções e cada uma tem formato e proposta de conteúdo distintos, atraindo públicos diferentes. Mas, diante disso, surge a pergunta: é preciso ter um perfil em todas as redes sociais? A resposta é não. Esteja onde a sua audiência (seus membros e demais pessoas) está e, principalmente, onde você e o seu time conseguem manter uma constância na postagem de conteúdo e interação.



A sua igreja precisa de um site?

Algumas igrejas têm a necessidade de ter um site e geram conteúdo suficiente para alimentá-lo. Se esse é o caso da sua, você deve se preocupar em desenvolver um layout responsivo, ou seja, que se adapta a diferentes dispositivos como smartphones e tablets. Há diversos serviços que oferecem esse recurso gratuitamente. Uma vez que a página está no ar, é importante acompanhar a quantidade de acessos, retenção e rejeição de usuários para tornar seu conteúdo cada vez mais relevante para as pessoas e para os sistemas de busca.





Mas esse não é o caso da maioria das igrejas. Apenas aquelas maiores e com maior capacidade de investimento demonstram ter necessidade desse tipo de conteúdo. Em geral, manter suas redes sociais bem alimentadas e atualizadas já é suficiente e você não precisa se preocupar com tantos detalhes.

Cuidados importantes na Internet

Segurança digital não é algo restrito apenas a bancos ou outros serviços. Alguns cuidados devem ser observados quando se decide usar meios digitais como forma de comunicação.



Certos assuntos devem ser tratados pessoalmente, visto que uma vez enviados, mesmo que a grupos privados, podem se tornar públicos. A atenção com os dados e imagem dos membros, principalmente crianças, também é uma preocupação que deve se ter em mente antes de compartilhar qualquer informação sobre sua igreja. Ter acesso a algumas informações não quer dizer que se pode usá-las como julgar melhor, mesmo que com boa intenção.

É por isso que diante de preocupações como essa, a Igreja Adventista Sétimo Dia trabalha para preservar informações sensíveis de seus membros. Entenda mais sobre este assunto em adv.st/privacidade ou no QR Code abaixo.



Assim como é importante garantir a segurança dos membros, também é importante cuidar dos acessos às redes sociais, e-mails e sites. Para isso:




- 
- 1.** Não crie ou vincule contas usando e-mails pessoais. Se um dia você deixar a função de diretor(a) de Comunicação, é importante que outros tenham acesso às páginas e perfis.
 - 2.** Evite criar senhas muito fáceis e troque-as periodicamente.
 - 3.** Se de alguma forma você perder o acesso ao dispositivo em que tinha suas contas logadas, troque as senhas imediatamente.
 - 4.** Você pode manter um gerenciador de senhas para salvar as informações de acessos. Evite usar bloco de notas ou qualquer outro local que não seja protegido.
 - 5.** Compartilhe os logins e senhas com o pastor da igreja ou com alguém de confiança para que outra pessoa, além de você, possa acessá-los se houver necessidade.
- 

Faça com que sua igreja seja encontrada

- ◇ A Igreja Adventista faz uso de muitas siglas e expressões que só fazem sentido para quem já é membro. Por isso, ao padronizar o nome de seu templo em todas as plataformas e evitar usar siglas internas, ela poderá ser facilmente encontrada e identificada por qualquer pessoa. Ser uma Igreja organizada mundialmente é uma das principais forças que deve ser utilizada. Use os logotipos oficiais e sempre deixe claro que sua igreja é parte de uma mesma denominação.

Quando precisamos encontrar um endereço, contato ou site, a primeira coisa que fazemos é procurar em um serviço de busca. Por isso, sua igreja precisa estar no Google Meu Negócio. Aqueles resultados que aparecem do lado direito da tela quando você busca por alguma empre-





sa ou marca no Google são editáveis, e você, como administrador das redes da sua igreja, pode ter acesso a essa “ficha” para atualizar as informações e responder as perguntas e comentários feitos por usuários. Dessa forma, ela vai aparecer nos resultados de pesquisa, no Google Maps e na pesquisa orgânica do Google quando alguém pesquisar pelo nome dela ou do templo adventista mais próximo.

O Google Meu Negócio também serve para acrescentar dados de contato como e-mail, endereço, site e telefone, mostrar a sua localização, exibir o horário de cultos e atendimento ao público. Lá também estará disponível o seu site e perfis em outras redes sociais. Deixe todos esses dados sempre bem atualizados.

Conecte o impresso ao virtual



Para expandir o conteúdo de um material impresso ou levar o seu público para um site ou rede social, você pode usar um QR Code, que é como um código de barras que pode ser lido pela maioria das câmeras de celular e direcionam para o endereço indicado. Você pode linkar vídeos do YouTube, imagens, sites, localização no Maps, ou seja, praticamente qualquer coisa que tenha um endereço na Internet. E é muito fácil e gratuito gerar esses códigos.

Mudança e aprendizado constantes

Não se sabe de que forma Deus concluirá a missão, mas todas essas ferramentas podem ser usadas para abreviar a volta de Jesus. É impossível resumir todas as possibilidades que a Internet proporciona para comunicar e alcançar pessoas, mas essas são algumas bases do que você pode começar a fazer para inserir sua igreja nessa nova realidade. Enquanto você lê este Manual, centenas de novas ferramentas, políticas e plataformas estão surgindo. Mantenha-se conectado para perceber essas mudanças e aproveitar as oportunidades para destacar sua igreja local no meio digital.





Para aprofundar seu conhecimento:

Entenda mais sobre como usar o Google Meu Negócio em **adv.st/yfBmh** ou escaneie o código ao lado.



Para encontrar o templo adventista mais perto de você, acesse **encontreumaigreja.com.br** ou leia o QR Code.



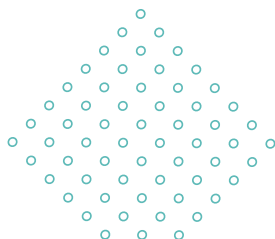
Quer verificar seus dados pessoais no sistema da Igreja Adventista, acompanhar a situação financeira de sua congregação e adorar por meio de seus dízimos e ofertas? Baixe o app 7me em **adv.st/7me** ou escaneie o código ao lado.



Conheça e divulgue o Feliz7Play, a plataforma oficial de streaming da Igreja Adventista para oito países da América do Sul. Veja filmes, animações e séries em **feliz7play.com** ou leia o QR Code.



Orientações sobre saúde física, mental e espiritual com base nos princípios de saúde da Igreja Adventista estão disponíveis em **querovidaesaude.com**. Se preferir, escaneie o código ao lado.





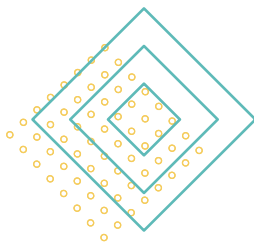
CONECTADOS NA MISSÃO PELOS MEIOS DIGITAIS



Você chegou a parte prática deste Manual! É hora de colocar a mão na massa e treinar a criatividade e suas habilidades na criação de estratégias que enriquecerão seu conteúdo nas redes sociais. Criar conteúdo para elas não é apenas postar algo. Esse trabalho vai muito além! Demanda tempo, paciência e organização. Por isso, você verá as seis principais diretrizes para começar e fortalecer esse trabalho na sua comunidade digital local.

1. Tenha uma página ou conta profissional

Basicamente, todas as plataformas digitais como o Facebook, Instagram, TikTok, X (antigo Twitter), dentre outras, oferecem a opção de ter uma página ou conta profissional - que inclui diversos recursos e dados importantes para criadores de conteúdo, que não estão disponíveis para contas pessoais. É possível saber quantas pessoas interagiram durante determinado período, a faixa etária dos seus seguidores, a localização geográfica, dias e horas que estão mais ativos, publicações que obtiveram maior engajamento. Essas informações estão disponíveis no painel de cada plataforma e são essenciais para o êxito dos próximos passos.





Se o perfil da sua igreja está configurado como uma conta pessoal, é possível converter em um perfil comercial e ter acesso a todas as facilidades mencionadas anteriormente.

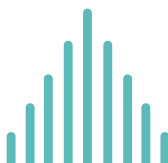


2. Organize o perfil

Se o perfil da igreja é a porta de entrada para os visitantes digitais, tudo ali precisa estar bem-organizado e comunicar a essência da missão de forma inteligente. E isso vai desde a foto do perfil, conhecida como avatar, até as informações complementares. Pegue o seu celular e acesse a conta @adventistasbrasil no Instagram. O que você observa? Há uma foto no avatar representando a identidade da Igreja em boa resolução. Há também o nome da Igreja Adventista do Sétimo Dia de forma bem destacada na primeira linha de informações e um pouco mais abaixo, um link, em que é possível clicar e acessar outros conteúdos importantes.

Esses espaços também estão disponíveis na conta profissional da sua igreja. Preencha-os com informações relevantes para orientar quem está procurando mais informações. Você pode colocar o endereço físico do templo, um e-mail ou número de telefone para contato dos visitantes interessados, horário das programações, links de cultos online, e outros.

Se você ainda está em dúvida sobre qual nome usar no perfil das redes sociais da sua Igreja, siga o caminho mais simples e claro, como, por exemplo: @iasd Jardimnovo ou @adventistasaguasclaras. Evite o uso excessivo de caracteres especiais como (underline) ou numerais.



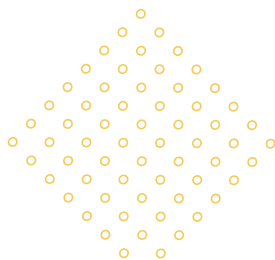
3. Planeje o conteúdo

Talvez você tenha dúvidas sobre o que postar no perfil de sua igreja. O planejamento de conteúdo vai auxiliar nessa missão. Com isso, você terá a oportunidade de ajudar a imagem da sua igreja a ir mais longe e alcançar mais pessoas. Por conta da utilidade e qualidade dos conteúdos, os seguidores vão interagir cada vez mais com o perfil curtindo, comentando e compartilhando as postagens com as quais se identificarem. Lembre-se de que mais vale a qualidade das postagens do que a quantidade delas.

O primeiro passo para começar a planejar é identificar períodos e oportunidades que podem resultar em bons conteúdos. Divida seu planejamento em duas partes: macrodatas (datas relevantes para a Igreja Adventista como um todo) e microdatas (datas relevantes para a sociedade). Veja o exemplo a seguir:

Macrodatas	Microdatas
Campanhas da Divisão Sul-Americana Ex: Quebrando o Silêncio, 10 Dias de Oração, Dia Mundial dos Desbravadores etc.	Campanhas sociais Ex: Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Dia da Doação de Sangue etc.
Campanhas da Associação/Missão local Ex: AcampJovem, Campori, Aventuri, Semana de Evangelismo, Encontro de Casais etc.	Datas de oportunidade Ex: Dia das Mães, Dia dos Pais, Natal, Páscoa, Finados etc.
Campanhas dos departamentos da igreja local Ex: Mutirão de Natal da ASA, Feira Vida e Saúde, 13 ^º Sábado, Semana de Oração, Culto Jovem etc.	Calendário do dia a dia (com muita cautela) Ex: Corrente de oração por povos em sofrimento, apoio a doações de alimentos, roupas e medicamentos em casos de catástrofes etc.

Ainda precisa de mais ideias do que postar? Veja algumas sugestões:





Identificadas essas datas chave, é hora de escrever todas as ideias em um documento que será um guia estratégico para informar a equipe de Comunicação com antecedência e preparar as redes sociais para o próximo passo. Você pode usar uma planilha ou até mesmo uma folha de papel. O importante é planejar! Vale lembrar que nem todos os assuntos, mesmo que sejam importantes para a sociedade, devem ser relacionados à imagem da igreja. Seja criterioso, afinal, todo o conteúdo deve representar as doutrinas da Igreja Adventista.

4. Crie as postagens



Chegou a hora de tornar visuais todas as ideias que foram planejadas na etapa anterior. Vale lembrar que para cada formato específico deve-se seguir as diretrizes estipuladas pela plataforma. Lives no Instagram, por exemplo, só podem ser transmitidas durante o período de 1 hora, enquanto no Facebook, o limite se estende até 8 horas. Fotos para os stories devem ser postadas em formato vertical, enquanto que em outros espaços da plataforma imagens na horizontal também



são aceitas. Entender os pormenores faz a diferença para valorizar o que foi planejado e, claro, para atingir melhores resultados.

Acesse adv.st/K8LbF ou escaneie o código e confira o guia completo de tamanhos para redes sociais.

x x x x

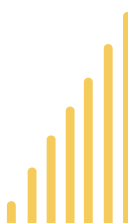


Identificada a data que será trabalhada, é necessário pensar quais serão os formatos dos posts a serem realizados e quais conteúdos podem agregar à estratégia.

Veja o exemplo abaixo:

Macrodata	Instagram	Facebook	YouTube
10 Dias de Oração	Posts e stories diários dos motivos de oração. Lives diurnas diárias para orar pelos pedidos dos seguidores. Lives noturnas diárias com convidado para contar testemunho sobre oração.	Posts diários dos motivos de oração. Divulgação diária de matérias do Portal Adventista com histórias incríveis de oração. Divulgação das lives diárias que acontecerão no Instagram. Posts diários para os seguidores fazerem os seus pedidos.	10 horas de live no último dia de programa contemplando as 10h de jejum - com convidados especiais, testemunhos e orações por motivos específicos a cada hora.

Conseguiu observar quantos conteúdos podem ser agregados e criados utilizando apenas uma macro data como referência? Agora multiplique essa ideia por várias outras datas e você terá um calendário bem recheado de conteúdo.





Considerando que as redes sociais desempenham um papel de “vitrine digital”, é necessário pensar em todo o apelo visual desses conteúdos. Afinal, eles disputarão espaço e atenção dos seguidores com diversos outros perfis de instituições, marcas e influencers. Entendendo as dimensões adequadas das artes e vídeos que podem ser criados, é necessário pensar em quais são as principais informações que precisam estar presentes nesse material e começar a criar o post, organizando a imagem que será utilizada, a disposição das informações, tipografia e elementos criativos. Não se esqueça de usar a logo em todos os conteúdos visuais. Veja o exemplo abaixo:

Microdata: Dia de Finados



Formato: Imagem para as redes sociais





Imagem: totalmente relacionada ao tema e em ótima qualidade de resolução.

Tema: Finados

Tipografia: fonte na cor branca que faz contraste com o fundo escuro.

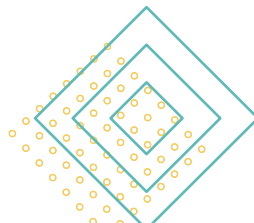
Assinatura: logo da Igreja Adventista, bem pequeno, no canto inferior direito.




Não use imagens encontradas em sistemas de buscas ou em redes sociais se você não tem o direito de utilização delas. Isso pode ser caracterizado como violação de direitos autorais e é passível de penalidade jurídica. Portanto, recorra a bancos de imagens gratuitos e autorizados.

Alguns sites e aplicativos podem te ajudar a criá-las. Depois é só salvar a arte na galeria de imagens e postar na rede social. Não esqueça de escrever a legenda do post antes de publicar. As legendas servem como um complemento inteligente das informações da arte e devem ser bem redigidas e revisadas, evitando, assim, erros gramaticais ou de informação que causam ruído na comunicação, prejudicando a compreensão da mensagem por parte dos seguidores. Vale usar as famosas #hashtags no final do seu texto, mas não muitas. Elas servem para que outras pessoas que não seguem o perfil encontrem o post através da busca por palavras-chave.

Caso você não possa postar naquele momento, o Estúdio de Criação do Facebook permite que você agende o seu post para o dia e horário que desejar. O YouTube e o X também dispõem dessa facilidade. Veja as informações em sua conta profissional, cheque em quais horários seus seguidores estão mais ativos na plataforma e programe posts para serem publicados exatamente nesses horários.





Se você precisa de ajuda para criar os seus posts, acesse adv.st/imagensadventistas e encontre o tipo de arte e conteúdo que procura. São mais de 500 artes prontas, sobre os mais diversos assuntos, desenvolvidas especialmente para as redes sociais da Igreja Adventista. Use e compartilhe essa informação.



5. Interagir com os seguidores

Redes sociais são constituídas por pessoas, do lado de lá e de cá, que consomem conteúdos em busca de informação e entretenimento. A publicação de conteúdo é como uma isca de engajamento, mas a interação com os seguidores é o que de fato vai estabelecer um relacionamento digital sólido entre a igreja, seus membros e pessoas interessadas. Portanto, mantenha o perfil atualizado constantemente e, principalmente, promova a interação, respondendo os comentários dos posts, as mensagens direcionadas nos canais digitais, incluindo e-mail, WhatsApp etc. Esclareça possíveis dúvidas que possam aparecer, faça convites dos programas da igreja, sempre em tom amigável. Use da cordialidade e cortesia no contato direto com os seguidores, entendendo que eles representam pessoas reais que precisam ser acolhidas e respeitadas.



6. Analise os resultados

Ignorar os dados fornecidos pelas plataformas é um dos piores erros que se pode cometer. Como mencionado anteriormente, contas profissionais dispõem de uma ferramenta especial com métricas e *insights* extremamente pertinentes. Além desse painel, em que é possível verificar informações relacionadas à conta e seus dados de engajamento, curtidas, compartilhamentos, dentre outras, pode-se encontrar informações precisas relacionadas ao desempenho de um post único, bastando clicar na opção “*ver insights*”, presente em um espaço abaixo do post.



Analisar os *insights* sobre as publicações auxilia no entendimento e direcionamento de novas estratégias. É como se fosse um termômetro. Quer ver um exemplo? Você fez uma postagem e depois de alguns dias, percebeu, através do painel de dados, que poucas pessoas se engajaram com aquele conteúdo. Com isso, é possível analisar e avaliar o que pode ser melhorado em uma próxima vez. Será que foi o horário da publicação? Será que a arte poderia ser melhor desenvolvida? O mesmo serve para o cenário contrário! Um post teve bom resultado? Que tal planejar uma parte 2 ou continuação do assunto, em outro post, para manter o engajamento? Através dos dados há um ponto de partida para análises e novas criações.

Estimule o engajamento usando um texto estratégico na legenda das postagens. Peça para os seguidores curtirem o post, comentarem, compartilhem com os amigos ou salvarem a publicação para consultarem sempre que necessário. Dessa forma, o algoritmo das redes sociais identifica que houve uma interação positiva do usuário com o conteúdo, o que favorece que outros materiais da conta sejam exibidos com constância para quem se interessa por esses assuntos.

Não fique inseguro(a) de colocar essas orientações em prática. Lembre-se de que redes sociais são redes de pesca e espaços disponíveis para compartilhar o amor de Deus e as boas novas do Evangelho. Se Ele te escolheu nesta missão, você será vitorioso(a) em todos os desafios.



Quer aprender mais sobre como utilizar as redes sociais para potencializar o trabalho evangelístico da sua igreja? Veja o vídeo em adv.st/live-ministeriodigital ou escaneie o QR Code abaixo.





O PAPEL DA COMUNICAÇÃO EM IGREJAS HÍBRIDAS



igreja híbrida ou fidigital é o nome que se dá para uma igreja que está presente tanto no mundo físico (templo) quanto no digital (site e/ou redes sociais). Em outras palavras, ela tem como objetivo criar conexões entre os membros e compartilhar o evangelho de forma presencial e, também, através da Internet.

Nas igrejas híbridas, o departamento de Comunicação desempenha algumas funções essenciais.



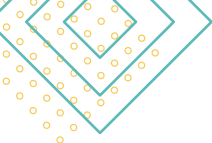
Cultos online

Ele é o responsável por cuidar de todo processo de transmissão dos cultos: a instalação e o uso dos equipamentos de captação, iluminação e áudio, bem como cuidar dos computadores, câmeras ou celulares que farão a transmissão.

O comunicador da igreja híbrida precisa compreender que a experiência de assistir a um culto online é diferente daquela que se tem num templo físico. Por isso, precisa encontrar uma forma equilibrada de atender aos dois públicos, o que está presente fisicamente e o que está à distância, no digital.

Por exemplo, o celular é o dispositivo que as pessoas mais usam para assistir aos cultos online. Logo, os planos de câmera mais fechados ajudam as pessoas que dependem de telas pequenas.





Atendimento e interação

Em igrejas em que não é possível ter uma equipe dedicada ou exclusiva para a recepção das pessoas que chegam para assistir aos cultos online, o departamento de Comunicação deve assumir essa responsabilidade. Atender e interagir é essencial para que um culto na Internet cumpra seu propósito e tenha maior alcance.

É preciso considerar que na Internet o culto não acaba quando a igreja ou o templo fecha suas portas. Muitas pessoas assistirão em outros horários. Por isso, é essencial monitorar as interações e comentários ao longo da semana.

Algumas vezes chegam perguntas e pedidos que o comunicador não está preparado para responder. Nesses casos, é preciso procurar o pastor ou uma pessoa da igreja que esteja mais capacitada para isso.



Redes sociais

Cuidar das redes sociais é também uma responsabilidade dos comunicadores da igreja híbrida. A criação de conteúdos, a postagem e o atendimento das interações são parte importante desse trabalho.



Responsabilidade

Além disso, o comunicador da igreja híbrida precisa estar sempre consciente da importância da sua função e responsabilidade. Através do seu trabalho, ele representa o nome da Igreja Adventista em todo mundo. A Internet não tem limites geográficos. Portanto, o que é feito localmente pode afetar mundialmente a reputação da Igreja, para o bem ou para o mal.





CULTO ONLINE: COMO TORNÁ-LO EFETIVO?



Um bom culto está sempre aliado a um bom planejamento. Por isso, veja algumas dicas práticas para que você tenha segurança na preparação e execução da sua transmissão. Tenha em mente que “tudo o que fizerem, façam de todo o coração para Deus” (Colossenses 3:23).

Interação

Avalie quais redes sociais têm mais alcance para o seu público. Estabeleça maior interação nelas. Mantenha uma frequência semanal ou diária de conteúdos relacionados à igreja, intercalando as características abaixo para suas postagens:

- **Motivacionais;**
- **Emocionais;**
- **Educativos;**
- **Informativos;**
- **Pautas denominacionais (calendário da Igreja);**
- **Assuntos do momento.**

Desta maneira, o convite para o culto será a confirmação da conexão previamente estabelecida na rede social, e a probabilidade da presença das pessoas nos programas será bem maior. Quanto à transmissão, ins-



trua quem for dar início ao culto, bem como compartilhar a mensagem bíblica, a cumprimentar os internautas. Mantenha alguém da equipe para administrar os comentários: compartilhar informações necessárias, excluir comentários ofensivos, atender e direcionar rapidamente os interessados.



Preparação

O principal aliado deve ser a preparação. Então, o primeiro passo é: teste tudo antes. Verifique se os equipamentos estão funcionando, teste a câmera da transmissão, o áudio, a conexão com a Internet, o microfone, mesa de som, projetor/telão. Posicione a câmera numa altura que evite captar a movimentação de pessoas.

Direitos autorais

Um erro muito comum é a falta de autorização para uso de músicas ao longo do culto online, que pode derrubar a live. Plataformas como YouTube e Facebook identificam canções de um determinado autor e podem desligar o seu culto ao vivo. Em casos recorrentes, alguns perfis podem perder a conta ou ser bloqueados de postar por determinado período. Por isso, entenda as diretrizes da ferramenta que você utilizar e solicite autorizações das melodias que serão usadas.



Apresentação pessoal

No culto online, a aparência fica mais evidente devido à proximidade das imagens. Portanto, tenha atenção com a modéstia cristã de modo geral. Instrua antecipadamente quem for estar diante das câmeras a cuidar bem de sua apresentação pessoal. Afinal de contas, ela representará a igreja virtualmente.





Programação

A transmissão deve ser iniciada com um timer/tempo de até dois minutos, para que os que estão assistindo já se preparem. Tenha bastante equilíbrio na liberação das telas com letras de músicas/informativos/sermão, para também deixar quem está no púlpito em evidência. Tenha sempre um material pronto para ser usado em caso de alguma necessidade imediata, como um clipe, um vídeo denominacional ou outro material. Eles serão úteis caso algo não saia como o planejado e você não precisará interromper a sua transmissão.

Mantenha a calma quando os problemas acontecerem. Seja ágil para solucionar as intercorrências sem que tal situação fique exposta ao público. Caso a conexão caia e não seja possível retomar a transmissão, faça uma postagem temporária a fim de notificar o imprevisto em suas redes oficiais.

Em muitos casos, o público que assiste ao culto online não conhece as crenças e princípios da Igreja Adventista do Sétimo Dia. Lembre-se deste público quando o programa for montado. Atue em parceria com a equipe de cerimonial. Pense em como expor as ideias de maneira assertiva, para que sejam entendidas por sua comunidade e por quem não a conhece. Assim, será possível prender a atenção de ambos e manter o desejo de continuar em adoração.

Estas instruções serão de grande auxílio para que o culto seja realizado de forma eficaz e reverente. Que Deus continue a abençoar as ferramentas de comunicação para a propagação do Seu Evangelho de salvação a todo o mundo.





GESTÃO DE CRISES: MEDIDAS PARA PROTEGER A IMAGEM DA IGREJA



É provável que você já ouviu ou leu sobre alguma situação de crise, seja nos veículos de comunicação ou mesmo a partir de um acontecimento envolvendo uma pessoa conhecida. Uma crise, no âmbito da comunicação adventista, é toda situação que causa danos à imagem da Igreja. Isso pode ir desde uma fala problemática no púlpito, assédio feito nas dependências do templo local ou por seus líderes, acidentes com menores etc. Os prejuízos podem ser grandes ou pequenos, e não são necessariamente calculados em dinheiro, mas em reputação.

As crises com impacto comunicacional são geralmente provocadas por algum tipo de circunstância ou abalo que coloca em risco a imagem de uma pessoa ou de uma organização. Podem ser originadas a partir de uma percepção negativa dos públicos em geral, algum tipo de equívoco intencional ou não da organização, ou de uma pessoa muito conhecida. Essa percepção negativa pode ser um impeditivo para que alguém conheça mais profundamente a Igreja Adventista, por exemplo.

Situações de crises são uma etapa posterior ao risco. Enquanto o risco é uma ameaça latente que precisa ser identificada, a crise é algo mais concreto. Portanto, ela precisa ser gerenciada, pois pode afetar a reputação. É importante lembrar que a gestão de crises é uma atividade realizada por diferentes áreas. Dentro de uma organização religiosa, as áreas administrativa, jurídica e comunicacional geralmente são as que dire-



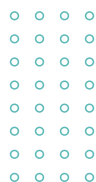


tamente se envolvem com o assunto. E isso acontece sempre dentro de um trabalho colaborativo realizado no Comitê de Gestão de Crises, formado por várias pessoas. Seja em termos de prevenção, quando se planeja antecipadamente o que pode ser feito, ou em nível de contenção, quando se acionam planos de ação para agir e reduzir os efeitos da crise.

O que fazer diante da crise



- Em termos preventivos, a igreja local deve ser cuidadosa e prudente com postagens em sites, blogs e perfis em redes sociais. O ideal é sempre divulgar conteúdos que não gerem qualquer tipo de contradição ou incoerência com aquilo que a Igreja Adventista, em nível institucional, já defende, crê e promove.
- É papel da igreja local, também, estar atenta ao que acontece em suas dependências e proteger as crianças, evitando que fiquem sozinhas com adultos.
- A estrutura da igreja também deve ser observada, uma vez que problemas elétricos ou de outras naturezas podem causar acidentes, mortes e, conseqüentemente, crises.
- No caso do diretor de Comunicação da igreja local ou do pastor distrital, sempre que for detectada uma situação de crise, o departamento de Comunicação e a administração da Associação/Missão local devem ser acionados.
- Diante de uma crise, o departamento de Comunicação da igreja local pode orientar a comunidade a não difundir opiniões e versões sobre o fato. O ideal é que, se for necessário replicar alguma informação aos membros, que seja a oficialmente divulgada pela igreja a respeito do assunto.
- É fundamental direcionar qualquer pedido de entrevista ou manifestação pública da igreja para a área de Comunicação da Associação/Missão. Reforce que a Assessoria de Imprensa atenderá quem solicitar informações. A Igreja Adventista do Sétimo Dia preza pela transparência, mas também pela organização.





Para entender mais:

Leia o Manual de Gestão de Crises da Igreja Adventista do Sétimo Dia em adv.st/gestaocrises ou escaneie o código abaixo.



Conheça cases e análises sobre situações reais de crise em adv.st/KhaEH ou leia o QR Code.



Sabia como fazer uma comunicação eficaz diante de situações de crise. Para isso, acesse adv.st/HVLz4 ou escaneie o código.





O **Manual de Comunicação** foi desenvolvido para te ajudar a expandir a mensagem da Bíblia para todo o mundo. Que essas dicas e orientações sejam colocadas em prática para abreviar a volta de Jesus. Que Deus te abençoe e fortaleça seu ministério.

