

a p o s t i l a

# ministério de **comunicação** **social**

**NOSSA MISSÃO É ANUNCIAR**



**renovação carismática católica - olinda e recife**

## **A Comunicação na RCC precisa de você!**

### **Amado(a) comunicador(a)**

Como o anjo Gabriel, somos chamados a lançar sementes da Boa Nova em todos os lugares. Deus nos confiou a missão de sermos evangelizadores através dos meios de comunicação e é com grande alegria que apresento a você o manual “**Comunicando na RCC e no Grupo de Oração**”.

O próprio Papa João Paulo II já nos falava em 1999 que “o mundo das comunicações é a nova tendência dos tempos modernos” e, nós como cristãos, temos que usar de todos os meios possíveis para levar Jesus Ressuscitado àqueles que ainda não o conhecem. Desse modo, a Igreja tem se proposto a rever seus modelos e práticas de comunicação na tarefa de evangelizar. A partir dessa nova proposta tem crescido muito o número de trabalhos católicos nos meios de comunicação (através de programas em rádios e TVs, jornais, páginas de internet, etc).

Mas não é suficiente usar os meios de comunicação para difundir a mensagem cristã. É necessário integrar a mensagem nesta nova cultura criada pelas modernas comunicações, tornando a Boa Nova de Jesus conhecida por todos os povos.

Nessa apostila abordaremos temas como elaboração de notícias, dicas para programas de rádio, organização de eventos, elaboração de jornais, murais e boletins, avisos e acolhida. Temos a certeza que estas ações, realizadas em pequenas proporções por comunicadores comprometidos com a missão, acabarão gerando uma grande mobilização em torno do trabalho da RCC, contribuindo para que cada vez mais possamos transmitir a todos a mensagem de Deus.

Ao elaborar este simples manual, nosso desejo foi produzir um material de apoio, com dicas práticas e úteis para o trabalho do Ministério de Comunicação da RCC. Esperamos que você goste e possa ser um bom colaborador nessa grande missão evangelizadora.

Que Maria, estrela da Comunicação nos abençoe e ilumine todos os passos da Comunicação em nosso ministério.

**Boa leitura!  
E bom trabalho!**

Ministério de Comunicação Social  
RCC-Olinda e Recife

# ÍNDICE

1- A Comunicação .....	4
2- A comunicação no grupo de oração .....	5
3- Comunicação Planejada .....	13
4- Como é feita a organização da comunicação .....	14
5- Como lidar com as Mídias .....	15
6- Produzindo material impresso .....	16
7- Comunicação pelo rádio .....	19
8- Organização de eventos .....	22
9- Glossário.....	27
10- Oração de São Gabriel .....	29
11- Contatos .....	30

# 1- A COMUNICAÇÃO

A palavra comunicação vem do latim *communicare* e significa tornar comum, partilhar, repartir, associar, trocar opiniões, conferenciar. Comunicar implica participação, interação, troca de mensagens, emissão ou recebimento de informações novas.

Do mesmo radical latim *communis* dá origem à outra palavra portuguesa, muito próxima de nós: **comunidade**. Sim, **comunicação** tem tudo a ver com essa experiência de cada um no local onde mora, trabalha, atua. Daí a grande importância que a comunicação tem para a RCC e para o Grupo de Oração, pois através dela surgem novas possibilidades de evangelizarmos e anunciarmos a Boa Nova.

Quando falamos da comunicação no Grupo de Oração precisamos lembrar do grande desafio que foi lançado pelo Papa João Paulo II para toda a Igreja, na Assembléia Plenária do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, em março de 2002:

É fundamental considerar o nosso empenho com o mundo dos meios de comunicação social como uma **parte vital daquela nova evangelização** para a qual o Espírito Santo chama agora a Igreja no mundo.(...) O principal desafio é encontrar as formas para garantir que a voz da Igreja não seja marginalizada ou silenciada na arena moderna dos meios de comunicação social. Portanto, deveis desempenhar um papel ao garantir que o Evangelho não seja limitado a um mundo estreitamente privado. Não! *Jesus Cristo deve ser proclamado ao mundo*; e a Igreja deve entrar no grande foro dos meios de comunicação social com coragem e confiança.

E como Igreja, também devemos desempenhar um papel nessa missão. Com nossa identidade carismática e renovado ardor missionário somos agentes nessa nova evangelização e no anúncio da Boa Nova através dos meios de comunicação social.

## O Ministério de Comunicação da RCC

Com o objetivo de dinamizar, organizar e efetivar a evangelização através dos meios de Comunicação foi criado em maio de 2001 o Ministério de Comunicação Social, anteriormente chamado de Secretaria Gabriel.

Em comunhão com a coordenação de nossa diocese, de nosso grupo de oração, temos a função de organizar toda a parte de comunicação social, adaptando nossas ações às realidades que se apresentam.

Do mesmo modo que “o anjo Gabriel foi enviado por Deus à uma cidade...”, você comunicador, é agora o enviado para essa missão. E assim como o anjo Gabriel teve com muito amor e dedicação ao anunciar a maior Boa Nova de todos os tempos, busque nele a força e a inspiração necessários para atuar na sua diocese e no seu Grupo de Oração.

## Qual seria o perfil da comunicação e do comunicador ideais?

Devemos ter consciência de que o nosso modelo de comunicador não é igual aquele que está por trás da grande estrutura de imprensa que vemos por aí. Nosso modelo é bem mais simples! O próprio filho de Deus é esse exemplo! Jesus Cristo foi, com certeza, o melhor comunicador de todos os tempos. Por isso, devemos tê-Lo como modelo de nossas ações enquanto comunicadores.

O comunicador na RCC, como qualquer outro cristão, precisa ter como princípio de sua espiritualidade e de sua mística o jeito de comunicar de Jesus Cristo. Isso exige auto-avaliação constante, conversão e mudança de atitudes.

## Veja algumas das qualidades que o comunicador deve ter:

- Saber entusiasmar, contagiar e criar uma vibração positiva nas pessoas;
- Falar com convicção e autoridade;
- Ter participação ativa na sua comunidade e boa relação com os diversos grupos;
- Compromisso com a verdade, comunicando aquilo que é, vive e sente;
- Facilidade para improvisos e situações não previstas;
- Percepção para acolher as pessoas e discernimento para ir ao encontro delas;
- Linguagem simples, de modo que todos possam entender a mensagem.;
- Hábito de planejar suas ações para que elas causem o impacto e a repercussão necessários;
- Humildade;
- Ser sempre portador da Boa Notícia, anunciando a possibilidade de uma vida nova, de uma sociedade justa e solidária;
- Facilidade para trabalhar em equipe, dividindo responsabilidades, fazendo planejamentos e capacitando os membros;
- Ser orante e comprometido com sua espiritualidade para se abastecer com o combustível da fé e perseverar na prática da comunicação cristã.

## 2- A COMUNICAÇÃO NO GRUPO DE ORAÇÃO

A comunicação no Grupo de Oração é, com certeza, uma das áreas pouco exploradas e que podem proporcionar uma grande diferença nas atividades do grupo. Nessa cartilha iremos abordar um pouco sobre os Ministérios de Acolhida e Avisos. Ministérios que, se bem organizados, podem auxiliar em muito na evangelização e anúncio da Boa Nova.

### A ACOLHIDA NO GRUPO DE ORAÇÃO

O ministério de acolhida com certeza é mais uma das muitas funções dentro do grupo de oração que andam deixadas de lado apesar de sua grande importância.

Na maioria das vezes achamos que acolhida = abraço. No entanto, um simples abraço não pode ser considerado como acolhida. A pessoa precisa se sentir bem ao chegar no grupo e nem sempre um abraço é o suficiente para isso. O servo da acolhida é a primeira pessoa que teremos contato ao entrarmos no grupo de oração. Com isso, se a pessoa que vai participar do grupo não for bem acolhida, ela estará muito fria no momento da animação, condução, oração e pregação. **A acolhida é o momento onde a pessoa é convidada a abrir seu coração para o que Deus quer falar.**

### O serviço

O serviço de acolhida não requer muitas pessoas, mas sim poucas que sejam comprometidas com o serviço que desempenham. Na maioria das vezes, ele deve ser proporcional ao número de portas onde é realizado o Grupo de Oração. Nenhuma porta por onde as pessoas possam entrar deve ficar sem um servo da acolhida.

Em cada porta é ideal que se tenha dois servos. Sendo assim, mesmo com a chegada de várias pessoas ao mesmo tempo, será possível dar boas vindas a todos que chegarem.

Não é interessante que tenha mais de dois ou três servos por porta como se fosse um corredor. Apesar da boa intenção, esse tipo de procedimento pode tornar a acolhida cansativa e até constrangedora para uma pessoa mais tímida.

### À luz da Palavra

*“Em verdade eu vos declaro: todas as vezes que acolheste a um desses meus irmãos mais pequeninos, foi a mim mesmo que o fizestes” (Mt 25,40b)*

No versículo acima está toda a inspiração e a animação para participarmos do ministério de acolhida. Devemos ver no irmão a presença do próprio Jesus Cristo.

Na acolhida devemos começar a realizar aquilo que Deus quer fazer na pessoa que participa do grupo de oração. Uma acolhida bem feita, ajuda a pessoa a começar a abrir seu coração. Porém uma acolhida mal feita cria um gelo na pessoa que participa do grupo.

Outra passagem bíblica muito importante para refletimos é a Parábola do Filho Pródigo (Lc 15,11-32). O Pai acolhe com toda alegria em seu coração o filho que chega de uma vida atribulada pelo pecado. Esta é a sua função. **Acolher a todos com alegria, independente de quem é ou de onde vem.** Nunca devemos fazer distinção de pessoas. Devemos acolher a todos da mesma forma independente de quem for.

### Como acolher?

O ato de acolher parece ser muito simples, porém deve ser realizado com muita atenção. Com certeza devemos acolher todos de forma igual, no entanto, a forma de acolhermos a cada um que chega deve ser diferente. Isso porque cada pessoa é diferente e conseqüentemente terá uma reação diferente mediante à acolhida.

Um exemplo bem prático disso é o seguinte: algumas pessoas são mais calorosas que outras. Com isso, a forma de abraçar e o que dizer a cada pessoa devem ser diferentes. Para isso é preciso um grande sintonia com Deus para que Ele te inspire o modo de que deverá acolher a cada participante do grupo.

Outro ponto a ser importante é que devemos estar atentos às pessoas que participam pela primeira vez. Deve-se mostrar que apesar de desconhecida, esta pessoa é muito bem-vinda ao grupo e portanto deverá se sentir a vontade.

Final de contas, essa é uma grande missão do servo da acolhida: fazer com que a pessoa que chega se sinta **totalmente** a vontade na casa de Deus e, principalmente, que Ele está muito feliz por ela estar ali.

Na maioria das vezes, quando estamos acolhendo alguém temos o desejo de falar algo para a pessoa. Isso é aconselhável. Porém não é interessante que falemos a mesma coisa para todos por duas razões: a primeira é que no final estaremos sempre repetindo as mesmas coisas. E além disso, a pessoa pode pensar que aquilo que ouviu é o que você está falando para todos e pode julgar-se menos importante.

Procure variar na sua forma de acolher. Acolha a pessoa, abrace, se for o caso aperte a mão, e fale alguma coisa. Nunca fale apenas “A paz de Jesus e o Amor de Maria” mas vá além disso, pergunte a pessoa se ela está bem, fale que está feliz por ela estar ali, que ela é bem vinda no grupo de oração, que hoje o grupo de oração será muito bom, entre outras coisas.

É importante lembrar que um abraço caloroso é muito diferente de um abraço que aperta e espreme a pessoa. Isso pode deixá-la constrangida. Abrace de forma dócil, delicada e amável.

Todos os servos do grupo devem ter um sorriso sincero no rosto. Mas você, ministro de acolhida, deve ter este sorriso constante. **Se por algum motivo você não estiver bem no dia do grupo é melhor ficar junto à assembléia e exercer o seu ministério em outra oportunidade.**

### **Os atrasados... os adiantados...**

Quando alguém chegar atrasado, acolha a pessoa da mesma forma que acolheu as que chegaram no horário. O contrário também deve acontecer. Todo grupo tem alguém que chega muito tempo antes. Ao invés de você dizer “Nossa, chegou cedo demais” diga: “Que bom que você chegou mais cedo, é bom que fica mais tempo conosco!!!”

Quando alguém chegou atrasado e o grupo já está cheio você deve ser responsável por acomodar a pessoa em um lugar. Principalmente quando a pessoa parece um pouco perdida ou quando é alguém já idoso e tem dificuldade para arrumar um lugar para se assentar. Isso é trabalho seu!

Você deve estar atento também para perceber as que estão “sumidas” do grupo de oração. Se isso acontecer, você em vez de perguntar porque ela sumiu deve demonstrar que todos do grupo perceberam e sentiram sua ausência.

### **Outras considerações**

-Outro ponto que ainda não comentamos é quando deve-se começar a acolhida no grupo. Na maioria das vezes, a acolhida começa 30 minutos antes do início do grupo de oração. Porém, o ideal é que a partir do momento em que começam a chegar pessoas no grupo, os servos da acolhida já estejam a postos para receber a todos.

-Vale ressaltar que, como todos os servos do grupo, você deve estar com uma roupa que seja adequada e confortável. Evite roupas extravagantes e que possam constranger outras pessoas.

### **Lembranças e cartões**

A confecção de lembrancinhas e cartões também é um trabalho do Ministério de Acolhida. É interessante que estas mensagens estejam em sintonia com o tema que será pregado e rezado no grupo naquele dia (se possível).

Vale lembrar que é sempre bom que os cartões estejam datados e identificados com o nome do grupo.

Mensagens que reforçam a pregação, desenhos, histórias trazendo uma mensagem de Deus, tudo isso é interessante. Não é necessário utilizar materiais caros ou programas de computador para confeccioná-los, basta ter **boa vontade, criatividade e zelo.**

Quando o grupo estiver realizando Seminário de Vida ou de Dons, distribua passagens bíblicas para que a pessoa faça sua meditação diária em sua casa.

Para as pessoas que participam do grupo pela primeira vez, uma mensagem de boas-vindas é muito importante. Aproveite para dizer que o grupo já está esperando por ela na próxima semana.

O momento de se entregar estas mensagens, deve ser escolhido pelo ministério de acolhida em união com o coordenador do grupo, procurando o horário adequado e a melhor forma de fazê-lo.

Mesmo que você perceba que algumas pessoas não dão importância para estas mensagens nunca desista. Pense que alguém em outra ocasião irá pegar esta mensagem **feita por você** e irá se lembrar do dia em que participou daquele grupo de oração .

### **A acolhida parte por parte**

Podemos dividir o ato de acolher em 5 partes: Identificação, Recepção, Ato, Empolgação (que se subdivide em oral e escrita) e o Direcionamento. Iremos explica-las separadamente a seguir:

**IDENTIFICAÇÃO:** consiste em identificar a pessoa que está chegando no grupo de oração. Se é alguém que sempre participa das reuniões, se é um novato ou uma pessoa que está já há muitas semanas sem comparecer às reuniões. É difícil realizarmos uma boa acolhida se não identificamos a pessoa que estamos acolhendo. Com esta etapa bem feita poderemos passar para as próximas etapas com mais segurança e habilidade.

**RECEPÇÃO:** o primeiro gesto de acolher é mostrar para a pessoa que chega um sinal de alegria por ela estar ali. E para isso, nada melhor que um sorriso. Esta é a recepção. Quando a pessoa está se aproximando da porta e recebe um sorriso aberto e acolhedor, todo o restante do processo de acolhida será realizado com maior facilidade. A recepção (ou sorriso) deve ser dado a qualquer pessoa que chega independente se é conhecida ou não.

**ATO:** agora chegamos no ápice da acolhida. O ato de acolher propriamente dito consiste num caloroso abraço à pessoa que chega. Muitas vezes, um simples abraço é o necessário para que uma pessoa possa sair do fundo de um poço. Talvez um abraço com amor é o que uma pessoa procurou durante muito tempo e não encontrou. No caso do filho pródigo, talvez ele tenha procurado fora de casa o abraço que seu pai o deu quando ele chegou. Este é o seu papel. Pense nisso e seu abraço será muito diferente.

**EMPOLGAÇÃO:** pode ser escrita ou oral

*Escrita:* é representada pelas lembrancinhas e cartõezinhos já mencionados. Sua importância já foi salientada e eles podem ser entregues no momento que a pessoa chega no grupo ou no momento da saída, dependendo do sentido que irão ter.

*Oral:* é representada pelas famosas frases prontas que geralmente “despejamos” na pessoa que chega no grupo. Devemos ser originais, procurando falar coisas espontâneas, que irão manifestar nosso acolhimento à pessoa que chega. Variar o que fala e falar com o coração é algo bem interessante para ser feito.

**DIRECIONAMENTO:** o direcionamento é o momento em que o ministro irá encaminhar a pessoa para um lugar da vontade dela ou apenas desejar um bom grupo. Não devemos abraçar e "soltar" a pessoa no grupo. Devemos colocá-la em sintonia com o ambiente e com as outras pessoas que participam.

### A acolhida não para na porta

O servo de acolhida não termina seu trabalho depois que já acolheu a todos. O trabalho está apenas começando. Você é um dos responsáveis para que as pessoas que vão ao grupo continuem dele participando.

É interessante fazer um cadastro de todas as pessoas que são fiéis ao grupo com endereço, telefone, data de nascimento, etc. Isso facilita o contato com a pessoa e pode ajudar no caso de um “sumiço”.

Esteja sempre atendo. Quando você sentir a ausência de alguém é bom mandar uma mensagem ou telefonar para mostrar que o grupo sente falta da pessoa. É também aconselhável enviar cartões no aniversário dos participantes, mostrando que o grupo também se lembrou deles.

Abaixo colocamos uma ficha como exemplo, porém outras informações podem ser abordadas.

<p><b>GRUPO DE ORAÇÃO “DA UNÇÃO”</b></p> <p>NOME: _____</p> <p>ENDEREÇO: _____</p> <p>DATA DE NASCIMENTO: ___/___/___ TELEFONE: _____</p> <p>PROFISSÃO: _____</p> <p>MINISTÉRIO DE INTERESSE: _____</p> <p>OBSERVAÇÕES: _____</p> <p>_____</p>
--

Algo que funciona muito bem é organizar um calendário de aniversariantes do mês para o envio de cartões de aniversário e até para o mural de avisos.

Algumas datas não podem ser esquecidas, como dia das mães, dia dos pais, dia das crianças, dia do padre, que devem ser lembradas pelo ministro de acolhida para que o grupo se faça presente junto a essas pessoas .

Tenha sempre um acervo de cartões, mensagens, desenhos para estar sempre renovando as lembranças a oferecer. Procure criar coisas novas, diferentes e originais, retratando a imagem e o carisma do seu grupo. Lembre-se que quem manda as mensagens é o grupo e não você.

### Um espaço que acolhe

A maioria dos grupos de oração não possui um ministério de “arrumação” com isso o ministério de acolhida é o responsável por preparar o local onde a reunião do grupo de oração será realizado.

Quando o grupo é feito na igreja, não é necessário arrumar muita coisa, apenas uma mesa para a Palavra, ou um local para colocar alguma imagem de Maria ou algum santo, etc. Porém quando o local do grupo é um salão ou outro lugar, deve-se arrumar as cadeiras, preparar uma mesa para a Palavra, colocar o crucifixo, imagem, flores, tudo o que pode criar um ambiente acolhedor que propicie e facilite o clima de oração.

Colocar uma toalha bonita, bem passada, faz parte de uma boa acolhida. Flores, arranjos simples, imagens, cartazes tudo isso contribui para que os participantes do grupo de oração possam se sentir melhor no tempo que passam dentro do ambiente do grupo de oração.

## **Acolhida em encontros e eventos**

Muitas vezes, o grupo de oração é convidado a participar de eventos como Cenáculo com Maria, Carnaval Católico e até mesmo alguma tarde de louvor ou retiros de fim de semana promovidos pelo grupo.

No caso de realizar a acolhida em eventos grandes como Cenáculo com Maria e Carnaval, devido ao grande número de pessoas, pode ser um pouco caro oferecer lembranças, mensagens de boas vindas. Se o local for um ginásio com um portão muito grande, obviamente duas pessoas por portão não serão suficientes para acolherem a todos que chegam. O número de pessoas deve ser o suficiente para que todos os que passarem pelo portão sejam devidamente acolhidos. Neste caso, é interessante que os ministros de acolhida estejam com um uniforme, colete ou até mesmo um simples crachá para facilitar a identificação.

Para acolhermos em uma tarde de louvor é importante confeccionar uma lembrança daquela data que, com certeza, é uma ocasião especial.

Quando estamos acolhendo em um retiro fechado (por exemplo, de fim de semana) onde sabemos os temas a serem abordados, o número de pessoas e o nome de cada participante, o procedimento de acolhida pode ser mais incrementado. Na chegada utilize músicas de boas vindas, dê um abraço e abuse das lembrancinhas.

Preparar um crachá com o nome de cada participante e selecionar os quartos também são sinais de uma boa acolhida. Evite deixar que a própria pessoa escreva o seu nome no crachá, mostre zelo por ela.

Para cada momento do encontro como café da manhã, almoço, jantar, noite, despedida poderão ser feitas mensagens identificadas com o nome de cada pessoa, indicando que aquilo que está escrito não é para quem chegar primeiro e ler, mas sim para ela. Surpreender também é algo muito bom. Crie surpresas nos quartos, refeitório, capela. Nunca se esqueça: use e abuse de sua criatividade!

## **Reuniões do Ministério**

Assim como todos os outros ministérios do grupo de oração, o ministério de acolhida deve ter um momento para rezar, buscar inspiração e força de Deus e programar suas ações no grupo.

Planejar a forma de acolher, a confecção de lembranças, o cadastro de servos e pessoas que freqüentam o grupo, todos esses pontos devem ser discutidos na pauta da reunião. Reze antes de acolher e peça a Deus que, ao acolher, você seja dócil, amoroso e, sobretudo, alguém que demonstra a felicidade de Deus para quem chega.

## **AVISOS NO GRUPO DE ORAÇÃO**

O ministério de avisos é um serviço do grupo de oração, que está dentro do Ministério de Comunicação Social responsável por anunciar os eventos que acontecerão ao grupo de oração, na RCC e outros fatos de interesse da comunidade. Você já deve ter notado a escassez de material sobre esse avisos. No entanto, buscaremos dar algumas dicas e orientações que você poderá adaptar à realidade do seu grupo e da sua diocese.

### **-Como Gabriel**

O sentido literal da palavra anjo é mensageiro. Portanto o ministro de avisos deve ser um anjo, um mensageiro. Alguém que irá levar uma mensagem de Deus. Alguém que irá anunciar um fato que poderá mudar completamente a vida de uma pessoa.

Se a pessoa se interessa pelo evento anunciado, muda de vida e, inicia seu processo de conversão. Você também foi responsável por essa grande graça.

***-“No sexto mês, o anjo Gabriel foi enviado por Deus a uma cidade da Galiléia chamada Nazaré.” (Lc 1,26)***

A primeira coisa que percebemos é a circunstância de tempo (sexto mês). O anjo foi enviado no tempo certo em que Maria deveria receber o anúncio. De igual modo, os avisos devem ser dados no momento certo dentro do grupo de oração.

Não adianta dar avisos após um momento de animação. As pessoas estarão agitadas e não irão dar muita atenção. Antes da pregação, depois da oração também não são bons momentos.



### **-O Aviso deve ser dado no tempo certo e na hora certa.**

Sobre o tempo, é necessário um espaço razoável para que o aviso seja dado. Imagine o Anjo anunciando a Maria o nascimento de Jesus e quando ela pergunta: “*Como vai acontecer se eu não vivo com nenhum homem ?*”, ele responde: “*Semana que vem eu torno a falar. O tempo acabou. Depois eu te explico.*” É preciso tempo para a que pessoa entenda e assimile.

Importante lembrar que há avisos que devem ser dados com muita antecedência e outros não.

### **-Metodologia dos Avisos**

Você pode agora estar se perguntando: “Então como darei os avisos?” Por incrível que pareça, do Evangelho de Lucas 1,28-33, conseguimos tirar um esquema de aviso (ou anúncio). É um método básico e prático que vai lhe ajudar muito. Ele é dividido em: Apresentação, Motivação (saudação e direção), Instigação, Fato e Empolgação.

### **APRESENTAÇÃO**

**“O anjo entrou onde ela estava”** (Lc 1,28 a)

Imagine se um anjo lhe aparecesse. O que você imaginaria ? Certamente ele iria comunicar algo que acontecerá. Não saberíamos o que ele iria falar, mas saberíamos que ele traria uma mensagem de Deus.

É parecido com o que deve acontecer com o ministro de avisos. Quando ele se posiciona as pessoas já devem imaginar: “É hora dos avisos.”

Por isso o ministro de avisos deve saber se posicionar e se apresentar. Ele deve se posicionar bem, para que todos possam vê-lo, e estar de pé (sinal de prontidão) para que a mensagem seja transmitida com maior credibilidade.

### **MOTIVAÇÃO**

A motivação é o início dos avisos. É de extrema importância, pois é através dela que prendemos a atenção da assembleia. É dividida em duas partes: saudação e direção.

**-Saudação: “Alegra-te cheia de graça”** (Lc 1,28b)

A saudação motiva a pessoa a escutar e é um bom método para chamar a atenção para si. Ela será um modo de você se fazer presente. É bom ouvir um “Bom-dia” ou “A paz de Jesus”. São coisas simples que fazem bem ao coração.

**-Direção: “ O Senhor está com você”** (Lc1,28c)

É o momento em que se direciona os avisos motivando a pessoa a ouvir.

O anjo ao usar o termo “você”, direciona o anúncio para Maria. E você deve personalizar o aviso para que a pessoa se sinta convidada especial e se interesse pelo que será falado.

### **INSTIGAÇÃO**

O anjo mesmo sabendo da preocupação de Maria, não foi lhe dizendo logo do que se tratava. Ele primeiro instiga Maria a ouvir, deixando claro que a mensagem que traz é algo bom.

A instigação é semelhante a motivação, porém, ela desperta e prende a atenção.

### **O FATO**

**“Eis que você vai ficar grávida, terá um filho e dará a ele o nome de Jesus.”** (Lc 1,31)

Geralmente o fato em si a ser anunciado não é extenso, é simples. Precisa ser direto com informações essenciais.

No caso dos avisos, as informações complementares, como dia, hora e local são imprescindíveis. Se não forem dados corretamente, a pessoa pode chegar muito atrasada, perder momentos importantes, ou ir ao lugar errado.

### **EMPOLGAÇÃO**

Ao saber de um evento ou encontro que vai acontecer precisamos de algo que nos motive a ir. Por exemplo, se um casal recebe o seguinte aviso: “Encontro de casais sábado das 8 às 16hs na Casa de Oração”, poderá pensar: “Para que um encontro desses ? Em que isso pode mudar minha vida ? Quem vai cuidar das minhas crianças?”

Tudo isso se responde na empolgação: “Vai ser um encontro de muitas bênçãos para você que é casado. Se estiver passando alguma dificuldade no matrimônio ou sentir o amor esfriando, esse encontro pode mudar seu casamento. Porque Jesus tem poder para isso. É um encontro muito bom e ...”

O ato de empolgar facilita e aumenta o desejo da pessoa participar do encontro, pois quebra o desânimo e os impecilios que geralmente surgem.

## **Características do Servo de Avisos**

### **CHAMADO**

Quem pode ser servo de avisos? Todos aqueles que tenham sido chamados por Deus a esse ministério. Sentir-se chamado, é fundamental para quem for exercer esse ministério. É uma vocação como as outras. Por isso, não deve ser usado como "ministério depósito" ou "ministério treinamento".

"Ministério depósito" é para onde vão as pessoas que ainda não sabem para qual missão Deus as chama e mesmo assim querem servir. "Ministério treinamento" é onde estão os servos (especialmente aqueles que são chamados a pregação e a música) que ainda não estão preparados para atuarem e precisam perder a vergonha e corrigir alguns erros.

### **PREPARADO**

O servo de avisos é alguém preparado, pronto a responder dúvidas a respeito do aviso ou apontar quem irá respondê-las. Quando Maria, depois de ter recebido o anúncio faz a pergunta: "Como vai acontecer isso se não vivo com nenhum homem?" Gabriel estava pronto para responder. Esclareceu a dúvida e ainda exemplificou ao citar o caso de Isabel. Para estar melhor preparado, é importante estar de posse dos avisos antes do grupo começar. Isso possibilita uma maior tranquilidade e preparação.

**EXPRESSIVO:** O servo de avisos deve usar da expressividade do rosto e da voz para demonstrar que o fato a ser avisado é algo muito bom. Sabendo usar essas duas habilidades, o ministro atinge seu objetivo, empolgando o seu expectador. Uma voz de cansaço e uma cara "amarrada" não incentivam ninguém e sim desanimam. Por isso é imprescindível o sorriso alegre e sincero de quem já experimentou Cristo.

**CONSCIENTE E PARTICIPATIVO:** É importante que o ministro de avisos seja o primeiro a se convencer da importância do fato a ser avisado. Lembra-se sempre da passagem que diz: "Tira primeiro a trave que está no teu olho." Como convencer a respeito da contribuição para o grupo, por exemplo, se você não acha que é necessária. Isso não implica que o ministério de avisos é obrigado a participar de tudo que avisa. No entanto é bom que o ministro de avisos esteja presente em todos os eventos anunciados de seu grupo, paróquia ou diocese, se possível. Deve ser portanto, participativo. Mas sobretudo é preciso que ele goste de participar.

**ATUALIZADO:** Outra característica de quem exerce este ministério é que esteja bem atualizado. Ele deve estar em sintonia com a comunidade, com a paróquia, com a região pastoral e com a diocese. Estar por dentro dos acontecimentos que irão acontecer é importante.

**ORANTE:** Nem sempre na hora dos avisos o ministro estará calmo e tranqüilo. Por isso, ore antes e peça ao Senhor que o seu Espírito Santo o conduza e o tranquilize. Como qualquer servo, o ministro de avisos deve ter vida de oração, fundamental não só para o seu ministério, mas para a sua caminhada.

**CRIATIVO:** A respeito da criatividade, o ministro de avisos deve usá-la, tornando os avisos mais atraentes. Por isso, ele deve saber aproveitar dos instrumentos que dispõe como voz, rosto, capacidade de interpretações e outras habilidades que tiver.

### **Algumas colocações sobre o ministério**

Em alguns grupos, o momento dos avisos é anterior a acolhida dos novatos. E por esse motivo, o ministro de avisos é incumbido de fazer essa acolhida. Lembramos que esse serviço não faz parte do ministério de avisos e sim da acolhida, mas nada impede que o responsável pelo aviso o faça.

O ministério de avisos não precisa de muitos servos como outros ministérios. Bastam poucas pessoas. O serviço, apesar de importante, é simples. Não requer instrumentos e pessoal. Requer criatividade e qualidade.

Os avisos podem ser dados por uma pessoa, no máximo duas. Sendo a segunda opção o ideal. Quando duas pessoas estão dando os avisos quase nada fica esquecido e a alternância entre duas pessoas prende a atenção da assembléia. No caso de muitos servos dentro do ministério, convém que seja feita escala ou adotado outro sistema.

O ministro de avisos deve aprender a se soltar. Sem ter medo de brincar, falar com a assembléia, interrogá-la. As vezes é preciso se desdobrar para chamar atenção e tornar atrativos os avisos. Pode-se até dar os avisos teatralmente. É uma maneira criativa que pode ir se diversificando. Há várias maneiras como telejornal, rodeio, circo, usando sotaque, etc. Não são necessários figurinos, mas coisas práticas. O que tiver à mão, pode-se tornar um grande recurso. É preciso tomar cuidado para a criatividade não se tornar um exagero. Afinal, espalhafatoso demais pode ser ruim e desviar do objetivo.

### **Saturação**

Muita das vezes as pessoas se esquecem de algo importante que vai acontecer, ou até mesmo desprezam um fato. Uma solução para isso, são os avisos de saturação. Ou seja, com bastante antecedência já se começa a falar sobre o evento através de diversas maneiras.

Fazer uma **contagem regressiva**. Ex: faltam 35 dias para o Cenáculo com Maria". "Faltam 21 dias para o Cenáculo com Maria" "Faltam..." Isso cria uma expectativa para a chegada do dia. Antes de anunciar de fato o aviso, usando este método de contagem regressiva, as pessoas já irão saber sobre o que você irá falar.

Outro modelo é parecido com as propagandas de minissérie ou novelas, onde só se fala o nome do que irá acontecer e o mês, e nas últimas semanas que antecedem o evento é que se dá as informações sobre o que se trata. Ex: "Em abril, vem aí o Shalom." Isso cria uma curiosidade a respeito do que se trata. As pessoas podem perguntar sobre o que é o tal do Shalom e começar a especular o que gera uma curiosidade em participar do evento.

### **Encontros**

Dar avisos em encontros abertos é mais difícil. Quando o número de pessoas é grande demais é difícil alcançar o silêncio e prender a atenção. Por isso é válido usar da criatividade para fazer algo que chame a atenção, que até seja engraçado e que prenda as pessoas no local onde estão sendo dados os avisos. Geralmente nesses eventos os avisos são dados antes do intervalo e as pessoas querem aproveitar o tempo para ir comprar algo, ir ao banheiro ou fazer outras coisas.

Isso não deve ser motivo para temor. Cabe ao ministério de avisos estar em oração e buscar nela tranquilidade para exercer sua função.

### **Avaliação**

É importante fazer uma avaliação de como os avisos estão sendo dados e a resposta/reação das pessoas. Dessa forma, no próximo intervalo (em caso de encontro) ou próxima reunião do grupo, os erros poderão ser corrigidos e os avisos dados de forma melhor. Não se esqueça: não se separa a oração da avaliação. Caso contrário, o desejo humano sobressai. Para isso, o ministro deve estar aberto a mudanças, deixando-se levar pelo sopro do Espírito. Não faça o que mais lhe agrada e sim o que agrada a Deus.

### **Silêncio**

Para o ministro de avisos é imprescindível o silêncio. Não se dá os avisos em meio a conversas. Talvez não se consiga 100% de silêncio, mas também não podemos falar ao vento.

Como conseguir o silêncio é algo a ser trabalhado de acordo com o local e a situação. Por isso, é válido o uso de jaculatórias que pedem essa graça tão preciosa como:

*-Nossa Senhora do Silêncio, Rogai por nós !*

*-Virgem do Silêncio, Silenciai-nos !*

*-Nossa Senhora da Atenção, Silenciai nossos lábios abri nossos ouvidos e nosso coração!*

Lembre-se que a intercessão da Virgem Maria é poderosa e sempre podemos recorrer a ela. Porém, para fazer silêncio não iremos rezar Ave Maria. O uso de uma oração como essa para "calar a boca" ainda é questionável. As jaculatórias só devem ser usadas quando a saudação não funciona.

### **Unidade**

O ministro de avisos não é alguém estagnado. Deve sempre buscar novas técnicas, aprimorar as que já possui e avalia seu desempenho, zelando pelo serviço que Deus lhe confiou.

Para isso ele deve sempre manter a unidade com o Ministério de Comunicação da RCC, que irá lhe fornecer as orientações necessárias. Quem exerce esse ministério não é alguém isolado no grupo de oração e sim um membro integrante de um corpo. Então esteja em unidade!

### **Divulgação**

O ministro de avisos é um divulgador de fatos. No grupo de oração ele divulga oralmente. Mas existem também outros meios para dar os avisos como um jornal e o jornal mural.

Caso exista um jornal na paróquia, região pastoral ou diocese, o ministro de avisos pode usá-los como veículo de divulgação dos eventos de seu grupo.

### **Dificuldades**

Algumas dificuldades são muito comuns. Uma delas é ter uma listagem muito grande de avisos a serem dados. Isso cansa o ouvinte, que por sua vez não assimila tudo. Ler absolutamente todos os eventos enviados ao grupo é prejudicial. Então sintetize com critério e discernimento.

Podemos também citar outros erros como exceder o tempo, "falar para dentro", não saudar a assembléia (entrando dando os avisos) e tantos outros que vemos na prática em nossas paróquias e grupos de oração.

## **Intercessão**

Engana-se quem pensa que o ministro de avisos só tem a obrigação de anunciar os fatos que acontecerão. Como todo servo, enquanto não está atuando, deve interceder pelo grupo. A oração é a base de tudo.

## **3- COMUNICAÇÃO PLANEJADA**

O maior erro das equipes de comunicação, em geral, é a falta de planejamento. Gasta-se muito em iniciativas que acabam sendo interrompidas no meio do caminho. Isso porque o princípio da comunicação não é observado. Confunde-se comunicação com meios, informação, dados e inúmeras outras expressões. Por isso, é de extrema importância que o comunicador conheça bem o conceito de comunicação e quais devem ser as atividades prioritárias para esse ou aquele momento e, principalmente, para a realidade do seu Grupo de Oração.

**Para elaborarmos um projeto devemos seguir alguns passos:**

### **1- Análise**

O que precisamos fazer para melhorar a comunicação? O que a comunidade quer e precisa? Quem é o nosso público? Quantos parceiros e voluntários nós necessitamos para dar os passos iniciais? Quais são as nossas metas a curto, médio e longo prazo? Quais mídias utilizaremos e por quê? Quanto vamos gastar? Temos recursos para isso? E por falar em recursos, tá um ponto importante: nem sempre planejamos bem os nossos trabalhos e acabamos investindo em iniciativas que não trarão resultados eficazes para o nosso público. Por isso, é preciso pensar muito bem antes de iniciar qualquer trabalho de comunicação: há recursos para o projeto? O projeto é auto-sustentável, quer dizer, consegue recuperar a quantidade de recursos gastos na sua realização? Suponhamos que vamos lançar um pequeno jornal para o Grupo. O custo ficará em X, mas já sabemos que com as propagandas vamos conseguir pagar todos os custos para redação e impressão do jornal, sem lançar mão de recursos do nosso próprio bolso. Isso é fazer um jornal auto-sustentável!

Resumindo, não dá para sair fazendo as coisas de qualquer maneira, sem avaliar as conseqüências. Uma das principais ferramentas, de qualquer planejamento, é a pesquisa!

### **2- Pesquisa**

A pesquisa é um dos instrumentos mais eficazes para a elaboração de qualquer plano de comunicação. Com ela, vamos saber que tipo de veículo de comunicação é mais adequado para atingir nosso público, se essa ou aquela atividade que estamos realizando é eficaz, etc. Toda boa pesquisa acaba servindo como instrumento de mudanças! Mas, para fazer uma pesquisa não é preciso entrevistar a todos, basta que ela seja feita de maneira estruturada, sob a forma de um questionário, ou através de uma conversa informal.

### **3- Planejamento**

Definido o que será feito, é hora de planejar a ação. Quem faz o quê? Quando deverá ficar pronto? Como será a “cara” do material? É um jornal, um programa de rádio, um boletim? Que tipo de texto deverá ter, qual a periodicidade (a frequência com que será publicado), qual a tiragem (número de exemplares), quais as especificações técnicas (tipo de papel, cor, formato)? Ou, então, criaremos um jornal mural para colocá-lo no quadro de avisos da igreja. Mudaremos a sua apresentação gráfica de quanto em quanto tempo? Qual será o seu formato?

### **4- Implementação**

Essa é a fase de produção. As equipes de criação estarão a todo vapor. É hora de apurar, redigir, editar, diagramar, revisar, acertar detalhes gráficos e documentar. Nenhuma etapa pode ser pulada para não comprometer as seguintes. Para isso, no momento de planejamento, é importante formular um cronograma. Nada melhor do que recorrer à velha tabela: na hora de planejar, anote todas as informações: datas, horários, locais, responsáveis, funções e prazos.

### **5- Controle e avaliação**

É importante criar mecanismos de controle e avaliação das ações de comunicação. Isso pode ser feito por meio de pesquisas, cartas, enquetes (tipo de entrevista em que você elabora somente uma ou duas perguntas prevendo respostas curtas e práticas) e relatórios. A cada etapa cumprida, a equipe deve se reunir, anotar suas falhas e acertos e verificar no que pode melhorar.

## **4- COMO É FEITA A ORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO?**

Na maioria dos casos, os projetos de comunicação são realizados pela Assessoria de Comunicação, que é o setor de uma empresa ou instituição que cuida da análise, planejamento, implementação e controle das estratégias de comunicação para divulgar determinado produto, serviço, atividade ou idéia. Ou seja, ela é responsável por “pensar e executar” toda parte de comunicação de um determinado lugar.

Esse trabalho está associado à figura do porta-voz, aquele que sempre fala em nome do responsável ou presidente de uma empresa, organismo ou entidade. Ele é, geralmente, um jornalista, publicitário ou relações públicas que elabora os textos e prepara programas e roteiros de divulgação da entidade.

### Comunicação na RCC

Naturalmente, falamos acima de uma assessoria de comunicação completa e ideal, mas esse nível de complexidade não acontece na RCC e em nossos Grupos. Na grande maioria dos casos, muitos desses serviços são desenvolvidos por pessoas de boa vontade e interesse em comunicação, mas que nem sempre são profissionais formados em universidades. São os chamados comunicadores voluntários, que divulgam como podem as ações da RCC, escrevendo bons textos, elaborando cartazes, campanhas, organizando pequenos jornais, negociando espaço em rádios comunitárias, gerenciando a realização de eventos. E Deus precisa muito de você para levar em frente essa missão!

Abaixo, segue um pequeno resumo que lista todas as tarefas de um planejamento de comunicação. Podem ser feitas adaptações e modificações, conforme a realidade de cada diocese ou grupo de oração.

### ORGANIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO

- Reunir voluntários e parceiros;
- Definir materiais a serem produzidos;
- Buscar recursos para implementar as ações;
- Distribuir o material de divulgação.

### CRIAÇÃO E PRODUÇÃO

- Criar e produzir o material de divulgação (jornal, folder, cartaz, panfleto);
- Fazer orçamentos e pesquisa de preços;
- Zelar pela padronização da campanha de comunicação em todas as mídias (quadro de aviso, camisetas, jornal, cartazes etc.);
- Desenvolver projeto gráfico para o jornal ou acompanhar o profissional contratado.

### IMPRENSA E REDAÇÃO

- Entrar em contato e/ou elaborar releases para a imprensa (enviar texto para a Assessoria de Comunicação da Diocese, para os meios de comunicação de massa ou alternativos, etc.);
- Agendar, organizar e acompanhar entrevistas;
- Fazer a cobertura dos eventos;
- Redigir textos (matérias, artigos) para serem veiculados nos meios de comunicação;

### DOCUMENTAÇÃO

- Registrar eventos e ações (fotografar, filmar, gravar em vídeo, CD, K-7);
- Recolher materiais dos outros ministérios para abastecer o site (se tiver);
- Arquivar fotos e material produzidos, organizadamente;
- Montar um *clipping* da instituição (aprenda a preparar no final desse material).

## 5- COMO LIDAR COM AS MÍDIAS?

O que vem a sua mente ao ler esta palavra: MÍDIA? De origem latina, a palavra “mídia” quer dizer meio, instrumento. Portanto, é qualquer suporte, forma ou recurso capaz de levar a mensagem, seja ela jornalística ou publicitária, ao grupo consumidor. Vamos traduzir? É todo o tipo de instrumento de comunicação que pode ser utilizado para divulgar nosso trabalho!

Podemos dividir os meios de comunicação em:

<b>Visuais</b>	Podem ser lidos ou vistos	Jornais, revistas, periódicos e folhetos diversos, pequenas placas com informações, estandes, <i>outdoors</i> , cartazes, painéis luminosos, quadro de avisos, álbuns seriados, etc.
<b>Auditivos</b>	São ouvidos	Rádio, alto-falante, carro de som etc.
<b>Audiovisuais</b>	São vistos e ouvidos ao mesmo tempo	TV, Cinema, Slides, Internet etc.

Existe ainda uma outra classificação que pode ser utilizada: os veículos **funcionais**. São ferramentas como chaveiros, amostras grátis, brindes, pastas, balões, que desempenham uma função estratégica em determinado momento de uma campanha de divulgação.

É muito comum em nossos encontros a preparação de pequenas lembranças. Pode ser um cartãozinho, um folheto em formato de cruz, um coração de cartolina! Viu? Isso também é de responsabilidade do Ministério de Comunicação.

### A mídia ideal

Do ponto de vista da comunicação, a mídia mais completa é aquela que utiliza recursos audiovisuais (imagem e som). No entanto, todas elas apresentam vantagens e desvantagens. Por isso, é essencial conhecer a natureza e as características próprias de cada gênero (imprensa, rádio, TV, Internet), a forma como circulam (como chegam até o público, qual é a sua cobertura), preços e particularidades.

Nenhum veículo é igual a outro. Um canal de TV produz uma reportagem sobre a RCC de um jeito diferente daquele feito pela emissora de rádio. Isso não significa que a TV seja melhor do que o rádio, ou vice-versa, mas que existem diversas linguagens para expressar um mesmo assunto, dependendo da especificidade de cada veículo. Você escolhe um ou outro, dependendo do tipo de público que você deseja atingir, recurso disponível para realizar a campanha, tipo de linguagem mais adequado, entre outros fatores.

O bom comunicador precisa saber diferenciar cada tipo de veículo, sem desprezar nenhum deles. Se o jornal é estratégico hoje, amanhã o carro de som pode ser mais útil, ou o quadro de avisos, e assim por diante.

### Núcleos de Comunicação da RCC

De acordo com a Coordenação Nacional do Ministério de Comunicação Social, quando o ministério estiver bem estruturado, o trabalho deverá ser dividido em NÚCLEOS DE SERVIÇO, o que irá facilitar o desenvolvimento das ações dentro do Estado, Dioceses ou Grupos de Oração.

<b>1-Núcleo de Mídia Eletrônica</b>	internet, televisão, rádio e áudio.
<b>2-Núcleo de Publicações</b>	jornais, revistas, fotografias, materiais gráficos.
<b>3-Núcleo de Eventos</b>	promover cenáculos, assembléias, encontros, peregrinações, dentre outros.
<b>4-Núcleo de Mídia Externa</b>	outdoor, painel eletrônico, placa, faixa, painéis em ônibus (bus door), e tudo mais que se refere à divulgação em ruas, estradas e circulante de forma geral
<b>5-Núcleo de Imprensa</b>	reportagens, entrevistas coletivas e individuais e produz notícias para os veículos de comunicação (release)
<b>6- Núcleo de Relações Públicas</b>	acolhimento, organização de recepção, representação em eventos
<b>7- Núcleo de Formação</b>	promover cursos, seminários e outros encontros de formação, manter contato com profissionais de comunicação católicos e catalogar livros e demais recursos pedagógicos necessários para fornecer o ensino técnico necessário para treinar as equipes dos núcleos

## 6- PRODUZINDO MATERIAL IMPRESSO

### O que é Mídia Impressa?

A mídia impressa é aquela que utiliza de recursos gráficos incluindo textos, fotos, figuras para fazer materiais de comunicação. No grupo de oração ela pode ser jornal mural, informativo mensal, folheto, cartaz, etc.

### 1- Jornais, informativos e boletins

Geralmente é o meio de comunicação mais usado pela RCC e pelos grupos de oração. Além de ser de valor acessível para a confecção é de fácil distribuição e obtém um retorno mais garantido.

Mas antes de elaborar o jornal realize uma pesquisa para saber se ele é o meio mais adequado para a realidade da sua diocese ou grupo de oração. Após essa etapa planeje!

- Tiragem suficiente;
- periodicidade definida;
- recursos para manter o jornal;
- formato adequado (ofício, tablóide, standar)
- número de páginas;
- Conteúdo (formações, agenda, aconteceu, informes, entrevistas, etc);
- distribuição dos conteúdos nas páginas;
- elaboração da pauta;
- redação da matérias (quem vai redigir, quais as materiais prioritárias, prazos para entrega e outros).

## O que é NOTÍCIA?

É o registro de um fato ou de outro assunto qualquer que será veiculado em algum veículo de comunicação.

**Notícia é um acontecimento de interesse para nossa comunidade, que é contado para outras pessoas.**

### Notícias recém-saídas do forno

Detalhe importante: notícia tem que ser novinha em folha! Mas, a validade de uma notícia depende muito da periodicidade do veículo de comunicação. Para um jornal diário, por exemplo, notícia fresquinha é aquela que acabou de acontecer. O mesmo vale para o rádio, a TV e a Internet.

É importante lembrar que notícia não é somente o que aconteceu, mas, o que irá ocorrer. O Grupo também deve fazer a divulgação das ações futuras principalmente dos grandes eventos.

### Como ser um bom redator?

Para enviar um release à imprensa ou elaborar uma matéria para algum veículo de comunicação, o texto precisa estar “redondo”. Isto é, deve conter todas as informações básicas.

Para atrair o leitor desde o início, existe uma regrinha que se chama LEAD, um termo em inglês que significa “liderar, guiar” e pode ser traduzido para o português como lide.

O **lide** é o início do texto, que os jornalistas chamam de ‘cabeça da matéria’, porque contém as informações mais importantes, de forma bastante clara e, porque não dizer, didática. O lide deve responder a seis perguntas:

#### 1- O quê?

O que aconteceu, está acontecendo ou ainda vai acontecer

2- **Quem?** Os personagens que participam do acontecimento

3- **Quando?** Dia e hora do acontecimento

4- **Onde?** Local (cidade, bairro, etc.)

5- **Como?** De que forma tudo aconteceu, está acontecendo ou vai acontecer

6- **Por quê ou Para quê?** Motivos e/ou objetivos

Observe os exemplos:

#### Lide 1 – Começando com “quem”

*O arcebispo de Juiz de Fora, Dom Eurico dos Santos, participa neste domingo (10/06), da celebração em Ação de Graças pelos 25 anos de fundação do Grupo de Oração Jerusalém. A Missa será realizada às 10 horas na Catedral de Santo Antônio com a presença de lideranças da RCC.*

#### Lide 2 – Começando com “quando”

*No próximo domingo(10/06), o arcebispo de Juiz de Fora, Dom Eurico dos Santos, participa da celebração em Ação de Graças pelos 25 anos de fundação do Grupo de Oração Jerusalém. A Missa será realizada às 10 horas na Catedral de Santo Antônio com a presença de lideranças da RCC.*

#### Lide 3 – Começando com “onde”

*Acontece na Catedral de Santo Antônio neste domingo (10/06), a celebração em Ação de Graças pelos 25 anos de fundação do Grupo de Oração Jerusalém. A missa será às 10 horas e contará com a presença do arcebispo de Juiz de Fora, Dom Eurico dos Santos, e lideranças da RCC.*

Você pode começar o lide de várias formas. Embora todas estejam corretas a primeira é a mais usada. É importante destacar que nem todo o lide responde às seis perguntas. Em alguns casos, o “como” e o “porquê” aparecem nos parágrafos posteriores à cabeça da matéria. Vai depender muito da importância que essas duas perguntas têm para a notícia.

## 2- Jornal Mural

O uso do mural é considerado popular porque é um dos meios de comunicação que exige menos recursos, além de ser simples de confeccionar e de fácil acesso ao público. É um dos meios mais eficiente por proporcionar uma comunicação visual de agilidade informativa. O mural é bem mais do que um simples quadro de avisos. Através dele você pode noticiar diversos assuntos de interesse do grupo como aniversariantes, pedidos de oração, fotos de eventos, trabalhos desenvolvidos, classificados e outros temas de interesse do grupo.

Geralmente, esse tipo de veículo possui mais de 5 metros de largura e 1,30 m de altura, mas podemos adaptar seu tamanho às nossas necessidades e condições. É aconselhável que ele fique em um local bem visível, onde haja movimentação de pessoas e espaço para que elas possam ler as notícias sem bloquear a passagem. Monte o mural antes que as pessoas comecem a circular.

Depois de definir o tamanho e o local onde será afixado o mural, é hora de pensar em sua apresentação. Para confeccioná-lo, você pode utilizar cartolina, papel madeira, isopor, folhas de cortiça, madeira ou simplesmente destacar um local na própria parede. Mas, é sempre bom revestir a parede com algum tipo de material, para facilitar a colocação das notícias e realçar o trabalho.

Outra coisa muito importante é a iluminação. É preferível montar o mural em um local que já seja bem iluminado, com luz natural ou artificial. Dessa forma, você evita gastos com a instalação de lâmpadas.

**No entanto, alguns elementos devem ser observados:**

- o mural deve ter um formato definido;
- deverá ser feita uma renovação constante, de preferência semanalmente;
- utilize letras legíveis;
- priorize textos curtos;
- faça uma distribuição equilibrada das notícias;
- destaque bem os títulos que devem sempre ser maiores que os textos;
- utilize letras coloridas
- reserve espaço para fotos e ilustrações;
- você pode chamar a atenção através da mudança de cores ;
- incentive sua leitura;
- deixe espaço para sugestões e comentários;

### 3- Folder

Espécie de material impresso com textos, fotos, ilustrações e outros recursos que informam sobre um evento, encontro ou outros acontecimentos. É sempre distribuído de forma avulsa, desperta o interesse e pode ser guardado para futuras consultas.

### 4- Panfleto (flyer)

Pequeno folheto com informações básicas sobre um evento ou encontro. Esse material deve ser simples contendo apenas as informações básicas como, nome do evento, local, data, taxa de inscrição, telefone para outras informações. Lembre-se que entre essas informações você deve deixar claro sobre o que é o evento e para quem ele se destina.

### 5- Outdoor

O Outdoor é um cartaz de rua de 32 folhas que atinge um público local e permite alta exposição. Apesar de ser um meio de comunicação de grande impacto torna-se muitas vezes inviável por ser muito caro. Pode ser feita em diversos suportes como, por exemplo: cartazes, painéis, letreiros, luminosos, paredes pintadas.

## 7- COMUNICANDO PELO RÁDIO

### Nas ondas do Rádio...

Se existe um veículo onde a imaginação é um ingrediente fundamental, este é o Rádio. Isso acontece porque a mensagem recebida através do rádio tem como característica fixar-se em nível mental. As imagens se formam numa seqüência instantânea. A mensagem é aprendida na mesma velocidade com que é emitida. O Rádio é hoje o meio de comunicação de massa mais popular e o de maior alcance público.

### Algumas características qualificam o Rádio como o meio de comunicação mais eficaz existente:

- **Facilidade:** Em termos geográficos é o mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance regional.
- **Simultaneidade e Rapidez:** O Rádio também pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações mais rapidamente do que a televisão e no instante em que ocorrem.
- **Individualidade:** O ouvinte de Rádio está livre de fios e tomadas e não precisa ficar em casa, ao lado do aparelho, podendo ouvi-lo no carro, no trabalho, na rua, ou onde quer que estejamos. Esta característica faz com que o emissor deva falar para toda a sua audiência como se estivesse falando para cada um em particular,



dirigindo-se diretamente àquele ouvinte específico e dando uma individualidade exclusiva deste meio de comunicação.

- **Acessibilidade:** Em comparação a televisão e aos veículos impressos, o aparelho receptor do Rádio é o mais barato, estando sua aquisição ao alcance de uma parcela muito maior da população.
- **Envolvimento:** O Rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar da emissão por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor.
- **Simplicidade:** Sua capacidade exclusiva de se comunicar com o público não exige uma informação específica para codificar a mensagem, pois tem uma linguagem simples. (Ex. Saber ler ou escrever).

## LINGUAGEM RADIOFÔNICA

A linguagem radiofônica compreende não somente a linguagem oral, mas também a música, o ruído, o silêncio e os efeitos.

No que se refere à **linguagem**, o rádio apresenta um reflexo da vida cotidiana, ou seja, ela deve ser **popular**, simples e direta.

O locutor nunca deve procurar palavras difíceis para se expressar, deve falar sem formalidades, imaginando que está dentro da casa do ouvinte. Deve-se utilizar o vocabulário de uso comum, evitando gírias, palavras científicas e estrangeiras.

**Por isso a fala deve ser sempre pessoal, direta, sem muitos pronomes e conjugações desnecessárias, aproximando o mais possível de uma conversa cara a cara, fazendo de conta que você o conhece, sabe quem ele é e do que precisa. Ex. Você que está me ouvindo agora, você que não teve um dia bom, está decepcionado, ligue pra nós!**

A linguagem do Rádio exige uma **fala imperativa** (Beba Coca-Cola), isto é, que dê ordens ao ouvinte. O verbo sempre utilizado no presente do indicativo (jornalismo). O passado não é notícia no Rádio (presente representa instantaneidade). Ex. Agora você vai pegar o telefone, vai ligar no 262-1340 e fazer o seu pedido de oração, etc. É claro que para o ouvinte executar a ordem, é preciso que ele esteja convencido de que aquilo é bom pra ele, que ele precisa fazer aquilo. Por isso o locutor não deve falar fraco, desmotivado, mas com firmeza, demonstrando certeza e segurança para convencer o ouvinte.

Outro grande impasse que incomoda os locutores é quando acontece troca de nomes de pessoas, lugares, etc. Nestes casos, se o erro for algo comprometedor e puder causar algum problema a alguém, o erro deve ser corrigido na hora. Porém se não compromete ninguém, deve-se passar por cima já que ninguém vai perceber.

Quando vamos ler algum texto, recados, oferecimentos, ou trecho bíblico no ar, é imprescindível que o locutor leia no mínimo três vezes antes de ir para o microfone (**se for trecho bíblico recomenda-se falar a citação no começo do programa e outras vezes antes de ser lida**).

Essa leitura prévia é importante porque ajuda a dar uma emoção ao que você está lendo, de tal forma que o ouvinte pense que você decorou. Assim, a leitura prévia elimina a valorização de palavras e pontuações na hora errada, permitindo a interpretação do texto. No caso de existir palavras difíceis de serem pronunciadas é preciso treinar bem.

### Como informar as horas?

A questão das horas traz muitas dúvidas, é oito ou vinte horas? Como a linguagem do rádio deve ser simples o indicado é que se fale oito horas e vinte minutos, e não **minutinhos**. A formalidade é reservada para algum anúncio como por exemplo: uma missa que será celebrada às vinte horas.

### Lembre-se sempre de informar as horas em cada quadro do programa.

Números, procurar arredondar sempre que possível. As casas decimais devem sempre ser escritas por extenso.

### Deu branco

Por ser um veículo ágil e extremamente dinâmico, o rádio envolve um ritmo que lhe é totalmente peculiar, tem um **ritmo próprio**. No Rádio não há espaço em branco. Cada segundo tem a tarefa de envolver o ouvinte, estabelecendo com ele uma forte relação. Por isso, o locutor deve programar a fala, **ter começo, meio e fim** isso evita o improvisado cheio de **né, na verdade, muito boa noite**, etc.

### Lembrando

É importante lembrar sempre que o locutor não deve falar de frente para o microfone, mas sim de lado para que o sopro da voz não seja captado e faça o conhecido puf puf. A distância do microfone é aquela posição exata, nem muito perto, nem muito longe (+ ou - 20 cm).

## FORMAS DE MENSAGEM

**SPOT:** Texto ou diálogo a uma ou mais vozes, ilustrado ou enriquecido por efeitos musicais e sonoros.

**JINGLE:** Harmonia de música e letra, formando mensagem comercial semelhante a uma pequena canção.

**TEXTO:** Mensagem comercial lida por uma só voz.

**TEXTO-FOGUETE:** Texto curto, incisivo, medido por segundos ou pelo número de palavras.

**VINHETA:** Característica sonora vocal e ou instrumental.

## MENSAGENS

**Dialogada:** duas ou mais vozes apresentam as vantagens, razões de compra ou apelos de venda de um produto ou serviço.

**Dramatizada:** igual à anterior, porém as vozes encarnam personagens de uma história ou fantasia.

**Improvizada:** sem texto pré-fixado, é dita pelo apresentador durante o programa.

## TRATO COM O OUVINTE

O trato com o ouvinte é também de suma importância para o sucesso do programa de rádio. Por essa razão, o locutor deve no início do programa já cumprimentá-lo e informá-lo do que se trata (este é o programa Ouve Israel, da rádio Nova AM, e o nosso objetivo é..... Ligue pra nós no telefone ...., faça seu pedido.....).

No tratamento com o ouvinte, uma pessoa que tem um papel muito importante é aquela que atende o telefone, pois é esta a primeira impressão que o ouvinte vai ter, se ele for bem atendido no telefone com certeza ligará outras vezes. Além disso, quando o ouvinte vai falar no ar com o locutor é o telefonista quem deve conversar primeiro com a pessoa que ligou, explicando que vai ser rapidinho, que ela só tem 3 minutos, por isso ela deverá resumir, isto é, simplificar o que ela deseja falar ou contar, no caso de algum testemunho.

O (a) telefonista também deve informar o nome do locutor, da rádio, do programa e o mais importante tranquilizar o ouvinte, para que quando ele for ao ar já esteja familiarizado com o programa. O importante é dar ao ouvinte um **atendimento VIP**, “enchendo a bola” dele, valorizando-o, falando o nome dele e bairro onde mora várias vezes no ar.

## A NOTÍCIA NO RÁDIO

Agora que você já sabe o que é uma notícia iremos mostrar algumas formas usadas para divulgar informações no Rádio.

- a) **Flash:** Acontecimento importante que deve ser divulgado imediatamente, em função de sua oportunidade.
- b) **Edição Extraordinária:** Neste caso a notícia é apresentada com mais detalhes, sendo mais longa que o flash. Podendo ter vinhetas padrão de abertura e encerramento.
- c) **Especial:** Programa que analisa um determinado assunto, seja por sua grande importância e atualidade, seja por seu interesse histórico.
- d) **Boletim:** Noticiário apresentado com horário e duração determinados.
- e) **Jornal:** É o jornal falado, com informações mais detalhadas dos fatos e reportagens.

### Mais algumas dicas:

- Divida o seu programa em quadro como abertura, entrevistas, músicas, oração, participação do ouvinte, dicas da semana, notícias, encerramento e outros. Tente diversificar sua programação para atrair o ouvinte.
- Se apresente para o ouvinte e anuncie o que vai ter no programa.
- Planeje bem o seu programa de Rádio. Elabore um roteiro a ser seguido com tempo previsto para cada quadro do programa.
- Utilize música. Você pode usá-la para mudar de quadros e até ganhar tempo para resolver imprevistos.
- Tente ter boa entonação de voz. Nenhuma pessoa nasce com uma voz de locutor. É preciso dedicação, treino, isto é, é preciso dar um brilho na voz, um capricho. Uma das maneiras é articular bem a voz treinando com uma caneta na boca. O locutor também deve estar atento aos exageros nos SS e do R (porta).

## RECOMENDAÇÕES

- Inspirar confiança: o apelo deve ser sincero e honesto
- Basear-se em fatos: coletar o máximo de informações possíveis
- Usar um tom amistoso: Rádio é comunicação entre amigos
- Respeitar o veículo: evite reaproveitar textos e trilhas.

## 8- ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Nem sempre o ministério de comunicação é responsável pela organização de eventos. Não que não seja nossa função, mas geralmente as dioceses já possuem equipes montadas para desenvolver esse tipo de trabalho. Mas

você, na sua missão de comunicador, pode e deve contribuir para que o evento de sua diocese ou grupo de oração seja bem organizado.

Em breve apresentaremos uma cartilha mais detalhada sobre organização de eventos, mas já deixamos o *Chec list*, uma espécie de lista de procedimentos que deverão ser tomados e observados da pré-produção à execução do evento.

Esse modelo é bem básico. Acrescente outros procedimentos pensando na realidade de sua diocese ou grupo de oração.

**Evento:** \_\_\_\_\_

**Pregador:** \_\_\_\_\_

**Data:** \_\_\_\_\_

**Local:** \_\_\_\_\_

**Horário:** de \_\_\_\_\_ às \_\_\_\_\_

**Público estimado:** \_\_\_\_\_ **Aberto ao Público em Geral:** \_\_\_\_\_

**Programação:** \_\_\_\_\_

### **Envio de Convites**

? Paróquias da diocese (ou cidade)

? Pastorais da diocese (ou cidade)

? Grupos de Oração da diocese (ou cidade)

? Autoridades Locais I (Prefeito, Câmara, Polícia, Empresas, Juízes, Órg. Públicos)

? Autoridades Locais II (Paróquias, Sindicatos, Associações, Entidades, Comércio)

? Mailing da RCC (Completo)

? Outros: \_\_\_\_\_

### **Divulgação**

? Planfletos

? Cartazes

? Folder/ Programação

? Faixas

? Banner

? Sinalizadores

? Convites

? Outdoor

? Ofícios para autoridades

? Publicidade em Rádio - Quais? \_\_\_\_\_

? Publicidade em Jornais – Quais? \_\_\_\_\_

? Outros - Quais? \_\_\_\_\_

### **Material para os participantes**

? Crachás

? Pastas

? Blocos

? Caneta

? Brindes

### **Material Gráfico**

? Ficha de inscrição

? Folhetos

? Programação

? Mapa de localização

? Certificado de participação

### **Equipe de apoio**

? Secretaria

? Bem Estar

? Crianças

? Livraria

? Acolhida

? Limpeza

? Alimentação

? Divulgação

? Intercessão

? Palco

- ? Infra-estrutura
- ? Som
- ? Outros: \_\_\_\_\_

### **Alimentação**

- ? Café da Manhã
- ? Lanches
- ? Almoço
- ? Jantar
- ? Cozinha
- ? Equipamentos para cozinha
- ? Locação de pratos e talheres
- ? Descartáveis (copos e guardanapos)
- ? Outros: \_\_\_\_\_

### **Equipamentos e Materiais**

- ? Retroprojektor/ Transparências
- ? Datashow
- ? Computador/ Nootbook
- ? Slides
- ? Vídeo Cassete
- ? Telão
- ? Filmes
- ? Quadro/ Giz / Apagador
- ? Cartazes/ Cartolinas/ Pincel Atômico
- ? Durex/Fita Adesiva/Tesoura
- ? Clips/Cola /Furador/Grampeador
- ? Outros: \_\_\_\_\_

### **Local**

- ? Mesa
- ? Cadeiras (participantes e palestrantes)
- ? Bebedouro
- ? Local para almoço e lanches
- ? Recepção ou Secretaria
- ? Banheiros
- ? Ventiladores

### **Outros**

- ? Programação/Pauta do encontro
- ? Mesa da Palavra
- ? Lista de presença
- ? Altar
- ? Distribuição dos lugares
- ? Outros: \_\_\_\_\_

### **Outros**

- ? Ornamentação
- ? Materiais para decoração
- ? Equipamento de som
- ? Palco
- ? Copos e Jarra
- ? Acomodação
- ? Translados
- ? Outros procedimentos: \_\_\_\_\_

## **-CAPTAÇÃO DE RECURSOS**

Todos nós sabemos das dificuldades para conseguir recursos para custear materiais para encontros e eventos. A captação de recursos é uma área complicada, mas nada como um jeitinho para facilitar esse trabalho. Após o planejamento do evento ou encontro elabore um projeto a partir dos seguintes pontos:

### **Apresentação**

- Fale sobre a RCC, coloque um pequeno histórico, dados de outros eventos e fotos.

-Dê o máximo de informações sobre o evento que você irá realizar como nome, o que é, objetivo, expectativa de participantes, presenças.

### **Participação**

-Cite os palestrantes e convidados especiais. Coloque a participação de comunidades, lideranças e outros.

### **Infra-estrutura do encontro**

- Fale do local, de como as equipes estão sendo organizadas e dos procedimentos já realizados.
- Inclua todos os equipamentos e materiais que serão usados.
- Informações sobre alimentação, alojamentos e hospedagens também devem entrar nessa parte.

### **Orçamento**

- Apresente um orçamento detalhado com informações sobre a quantidade de cada item.
- Faça previsões concretas para evitar prejuízos.

### **Divulgação**

- Se possível, apresente o esboço do material de divulgação.
- Apresente os roteiros para a distribuição de materiais.
- Inclua os meios de comunicação onde irá fazer a divulgação.

### **Oportunidade para divulgação**

- Apresente alternativas viáveis para que o patrocinador possa divulgar sua empresa.

### **Coordenação do encontro**

- Endereço completo e telefones para contato são essenciais.

### **Sugestões**

- em oração, peça para que Deus indique empresas e pessoas que possam ajudar;
- prepare uma visita ao estabelecimento e leve um material bem elaborado;
- procure mostrar as vantagens que ele terá ao patrocinar nosso evento;
- não se esqueça de mandar o material pronto para o patrocinador;
- envie sempre cartas ou cartões de agradecimento.

### **-COBERTURA FOTOGRÁFICA**

As fotografias que devem ser tiradas num evento também é função do comunicador. Geralmente é um dos pontos menos explorado, mas de grande importância para a documentação da RCC.

Não tenha vergonha de circular pelo local do evento ou encontro.

### **Fique atento...**

- A foto de pregores e convidados especiais é essencial e deve ser tirada de perto;
- Procure focar da cintura para cima ou corpo inteiro (incluindo os pés);
- Procure tira fotos do pregador e do público juntos;
- Tente eliminar cadeiras vazias;
- Não corte as pessoas;
- Seja silencioso, mas procure os melhores ângulos para as fotografias.

### **-ENTREVISTA**

A entrevista é uma ferramenta importantíssima no trabalho de comunicação. Ela serve para você ter acesso às informações que vão dar embasamento à sua matéria. Mas não se esqueça que, muitas vezes, é necessário planejar, agendar, organizar ou até acompanhar o encontro.

#### **Entrevista individual**

É aquela em que apenas um repórter faz perguntas à personalidade. Geralmente, a entrevista é agendada pelo assessor de comunicação. Este deve ficar a par do assunto a ser abordado e preparar o assessorado antes da entrevista, dando-lhe dicas de como se portar e tratar o repórter.

Caso o entrevistado seja o seu coordenador diocesano procure informá-lo sobre detalhes do acontecimento e levante dados sobre os últimos eventos.

#### **Entrevista Coletiva**

É aquela em que a personalidade atende a vários repórteres, de diversos veículos de comunicação, ao mesmo tempo. Para atender a todos, a assessoria de comunicação pode convocar uma coletiva, ou seja, reunir todos os veículos, dando espaço de participação a todos.

## Entrevista Ping-Pong

Entrevista com perguntas e respostas curtas e diretas.

## Enquete

É geralmente uma ou duas perguntas que serão dirigidas a várias pessoas para se saber a opinião da comunidade sobre determinado assunto.

## Entrevista ideal

Ao cobrir um evento da RCC ou entrevistar alguém para redigir uma matéria sobre determinado assunto tente:

- Contextualizar suas perguntas à realidade do entrevistado e a partir do grupo que representa.
- Verificar a impressão que o entrevistado teve sobre o encontro, evento, etc.
- Usar bom senso. Nunca deixe seu entrevistado intimidado.
- Se você for entrevistar o público em geral procure pessoas com algum diferencial. Exemplo: pessoas que vieram pela primeira vez no Congresso ou que frequentam há anos.
- Procure valorizar os servos.

## Lembre-se

-Ao inserir trechos de entrevistas no corpo da matéria utilize “aspas” e complete a fala com um verbo no passado como.

Ex.: “...” disse a coordenadora.

-Coloque na matéria o nome completo do entrevistado.

-O gravador é opcional, mas essencial em alguns casos. Lembre-se de testar o seu funcionamento antes de usá-lo.

## CLIPPING?

*Clipping* é uma palavra inglesa (como tantas outras usadas na linguagem jornalística), que quer dizer “recorte”. Quer dizer, coletar e arquivar todas as informações publicadas nos vários meios de comunicação sobre temas que sejam do interesse da empresa ou instituição.

O *clipping* é uma forma de fazer com que a RCC avalie como, quando e quantas vezes foi “notícia” na mídia, durante um ano, por exemplo. Outro objetivo é servir de fonte para pesquisas posteriores, além de ser uma espécie de “arquivo histórico” da RCC.

## Como montar um *Clipping*?

O mais comum é fazer *clipping* de materiais impressos, mas também pode-se arquivar o que é veiculado na televisão, no rádio e na Internet.

Os passos para se arquivar notícias de jornais e revistas são:

1º) Separe uma pasta, do tipo A-Z;

2º) Numa folha de papel ofício, coloque:

-Logomarca da RCC;

-Endereço;

-Dados do veículo que publicou a matéria (nome, caderno, data da edição, página);

3º) Recorte (ou faça xerox) do que foi veiculado na imprensa sobre a RCC e cole nas folhas de papel ofício.

## 9- GLOSSÁRIO

### Documentação

É uma função importante do comunicador, que garante o registro histórico da instituição. Crie um arquivo fotográfico, com imagens da RCC; eventos como Cenáculo com Maria, Pentecostes, palestras, festa de Natal etc. É comum que a imprensa peça fotos que confirmem a ação da RCC. O seu arquivo fotográfico será muito útil, tanto para atender a essa demanda externa como para o público interno, pois as fotos são documentos importantes que demonstram a evolução do trabalho das lideranças.

Crie também um arquivo com recortes de jornais, revistas, matérias de rádio ou TV que tenham abordado o trabalho da RCC na comunidade.

### Estande

Palavra originada do inglês “stand”. É o local destinado à exposição de produtos, fotos, painéis, filmes ou outras peças de comunicação, com objetivos comerciais, culturais ou institucionais.

### Fonte

Para o jornalista, uma boa fonte é uma empresa, instituição ou pessoas que podem ser acionadas para fornecer informações confiáveis sobre determinados assuntos.

### **House-organ**

É uma das ferramentas do trabalho do assessor de comunicação. O house-organ é um jornal que pode ser apresentado na forma impressa ou eletrônica (disponível pela internet). Seu acesso é gratuito, afinal, é um veículo de divulgação da empresa ou instituição assessorada. Para alguns especialistas, o house-organ é chamado de jornal interno, com finalidades motivacionais junto aos diversos públicos da empresa ou instituição.

### **Imprensa**

Constitui o conjunto dos diversos tipos de meios de comunicação: jornais, revistas, emissoras de TV e rádio. O comunicador tem, nestes meios, um importante aliado, pois a imprensa sempre recorre às instituições (e vice-versa) para buscar informações.

### **Jingle**

Palavra inglesa que significa “tinido”. O jingle é uma mensagem publicitária em forma musical. Precisa ser curta, simples, cativante e fácil de memorizar.

### **Mailing-List**

Relação de todas as informações possíveis sobre os veículos de comunicação que interessam para a divulgação do nosso evento. Contém dados como nome do veículo, endereço, telefone ou fax, e-mail, nome dos proprietários, diretores, editores, repórteres, chefes de reportagem e pauteiros. No caso dos programas de rádio e televisão, pode conter datas, horários, características, produtores e apresentadores. Para revistas e jornais, mencionar as editorias e seus respectivos responsáveis. É importante atualizar seu mailing-list periodicamente.

### **Marketing**

Palavra de origem americana que designa todas as ações realizadas no sentido de zelar pela imagem de um produto, pessoa, empresa ou instituição. Por trás de cada produto lançado no mercado, há um trabalho de marketing cuidadoso, que se preocupa com todos os detalhes: criação da embalagem, circulação da mercadoria, pontos de atendimento ao cliente, propaganda, pesquisa de mercado etc. Todas essas ações, se forem bem-sucedidas, vão garantir as boas vendas do produto.

### **Mídia**

É o conjunto de meios de comunicação: jornais, revistas, emissoras de rádio e TV, Internet ,etc.

### **Outdoor**

Propaganda feita em ambientes abertos (em inglês, outdoor significa “ao ar livre”). Pode ser feita em diversos suportes como, por exemplo, cartazes, painéis, letreiros, luminosos, paredes pintadas.

### **Peça publicitária**

cada um dos elementos produzidos em uma campanha publicitária ou institucional. Pode ser: um anúncio, um pequeno filme, um cartaz, painéis, letreiros, spots, jingles, displays, folhetos, folders etc.

### **Press-kit**

Conjunto de materiais informativos sobre a empresa ou instituição, que servirá de apoio para a divulgação de suas ações pelos veículos de comunicação. É distribuído em situações especiais como em entrevistas coletivas, conferências, seminários ou outros eventos importantes. Entre esses materiais, citam-se: fotos, folder institucional, release, estatísticas etc.

### **Público**

Para uma assessoria de comunicação social, os vários grupos ligados a uma empresa ou instituição são reconhecidos como público. São as pessoas para as quais a mensagem será direcionada e que têm um relacionamento direto ou indireto com a instituição.

### **Release**

É o material de divulgação produzido pela Assessoria de Comunicação para distribuir à imprensa. É escrito em formato jornalístico, de modo a facilitar o trabalho dos profissionais de comunicação. O release deve conter todas as informações necessárias sobre o assunto abordado, incluindo telefone e endereço para contato. Para que este material seja realmente valorizado, não deve ser produzido indiscriminadamente. Deve-se ter certeza de que o assunto divulgado é de interesse da imprensa. Não se esqueça de que a imprensa não tem obrigação de divulgar a sua história.

### **Site**

Página na Internet onde uma empresa, instituição ou indivíduo apresentam seu trabalho, projeto, depoimentos, arquivo de fotos e espaço para correspondência eletrônica.

### **Spot**

É um pequeno anúncio publicitário feito para rádio ou TV. A tônica principal está na mensagem falada, podendo ou não ter ao fundo efeitos sonoros.

## **10- ORAÇÃO DE SÃO GABRIEL**

*Portador das boas novas, das mudanças, da sabedoria e da inteligência. Arcanjo da Anunciação, trazei todos os dias mensagens boas e otimistas. Fazei com que eu também seja um mensageiro, proferindo somente palavras e atos de bondade e positivismo. Concedei-me o alcance de meus objetivos. Que assim seja.*