

Ministério através dos meios de comunicação



**DISCÍPULOS DE
MINISTÉRIO**



Volume 1

Ministério através dos meios de comunicação



DISCÍPULOS DE
MINISTÉRIO



Volume 1

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
(CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO, SP, BRASIL)

R312

CDD 220



EXPEDIENTE

DISCÍPULOS EM MINISTÉRIO

DIRETOR REGIONAL DA AMÉRICA DO SUL: CHRISTIAN SARMIENTO

COORDENADOR GERAL: JORGE L. JULCA

COORDENADOR REGIONAL DE EVANGELISMO: NAPOLEÓN GUERRERO

AUTORES: BRIAN UTTER (LIÇÕES 1, 3, 4, 6 E 8) MYRIAM POZZI (LIÇÕES 2, 5 E 7)

Tradução: Paulo da Silva Quitério Neto

Acompanhamento Editorial: Geraldo Nunes Filho

Acompanhamento Gráfico: Patricia Picavea

Arte de Capa: Única Art - www.unicaart.com.br

Diagramação: Slater Designer - www.slaterdesigner.com

Edição em Português coordenação editorial: Geraldo Nunes Filho

PROIBIDA A REPRODUÇÃO, MECÂNICA OU ELETRÔNICA,

TOTAL OU PARCIAL, SEM PRÉVIA PERMISSÃO POR ESCRITO DO EDITOR.

**Discípulos em Ministério é um projeto do
Escritório Regional da Igreja do Nazareno
na América do Sul**

© Copyright 2016 pela Igreja
do Nazareno Publicações SAM
Casilla de Correo 154; Código Postal 1629
Pila Buenos Aires, Argentina

Edição em Português
Casa Nazarena de Publicações
Rua Prof. Luiz Rosa, 242 – Botafogo
Campinas – São Paulo – CEP 13020-260
editorial@casanazarena.com.br
www.casanazarena.com.br
Telefones: (19) 3234-7880 / (19) 3342-6935

Sumário

Apresentação

5

Instruções

7

Lição
1

Por que estudamos a comunicação?

9

Lição
2

Comunicando através dos meios massivos

17

Lição
3

A ética da comunicação

25

Lição
4

Uma teologia wesleyana da comunicação

33

Lição
5

A comunicação efetiva

41

Lição
6

A audiência

49

Lição
7

A comunicação como ferramenta evangelística

57

Lição
8

Uma estratégia de comunicação para a igreja local

67

Apresenta

Discípulos em Ministério é um programa de cursos para discípulos do Senhor Jesus, que estejam intencionalmente dispostos a cumprir a sua ordem de “fazer discípulos em todas as nações.” (Mateus 28.20).

Um discípulo é um seguidor do seu mestre. No caso dos discípulos de Cristo, não somente seguimos o nosso Mestre, mas também queremos ser semelhantes a ele. O assunto do discipulado cristão relaciona-se com permitir que Jesus seja o dono, o amo e o Senhor de tudo o que somos. Ou seja, que tenha o controle total da nossa vida. Quando Cristo tem o controle absoluto, ele começará a “ser e fazer” em nós, muito mais do que poderíamos “ser e fazer” por nós mesmos. Esse conceito radical de discipulado é para a vida toda.

Como todo processo, o discipulado possui suas etapas. A primeira é receber a Jesus como Salvador e Senhor, e aprender que isso significa ceder nossa vontade até chegar o momento especial, quando Jesus toma todo o controle de cada aspecto da nossa vida. Nesse momento, Deus “produz tanto o querer como o efetuar, segundo a sua boa vontade” em nós (Filipenses 2.13). Sem o controle completo de Deus, não podemos servi-lo. Ele deve produzir tanto o querer como o fazer. Somente depois de “ser”, podemos passar para a etapa do “fazer”.

O apóstolo Paulo nos diz que “Somos feitura sua, criados em Cristo Jesus para as boas obras, as quais Deus, de antemão, preparou, para que andássemos nelas.” (Efésios 2.10). Depois que somos parte do Corpo de Cristo (a Igreja), e que Jesus, como o Cabeça, nos controla, então devemos encontrar a melhor maneira de servir no corpo. A segunda parte do discipulado é nos aperfeiçoar “para a obra do ministério, para a edificação do Corpo de Cristo.” (Efésios 4.12).

Essas lições nos ajudarão a especializar-nos no chamado que Deus designou para cada um de nós, o de servir a Jesus. Agora somos “geração eleita, sacerdócio real, nação santa, povo de propriedade exclusiva de Deus, para que anuncieis as virtudes daquele que vos chamou das trevas para a sua maravilhosa luz.” (1 Pedro 2.9). Uma das melhores maneiras de anunciar as virtudes de Jesus é mostrar quem é ele, por meio de um ministério em nossa igreja local, ou seja, sendo uma parte realmente ativa do seu corpo.

O Programa (DEM) é composto por seis cursos gerais e nove cursos especializados em cada ministério específico. Os primeiros seis nos orientam nos passos básicos do discipulado cristão:

- Quem é Jesus e o que significa segui-lo?
- O que significa estar em Cristo?
- O que significa ser parte do povo de Deus?
- O que significa crescer à semelhança de Cristo?
- O que significa ser um líder?
- O que significa ser um servo líder?

Os nove cursos restantes nos oferecerão conteúdos especializados em diferentes ministérios como Evangelismo, Ministério Pastoral Básico, Educação Cristã, Comunicações Cristãs: MEDDI e Literatura, Compaixão Cristã, Liderança, Ministério da Mulher, Missões Cristãs e Ministério de Juventude.

Cada curso será dividido em oito lições, quer para o estudo individual, quer em grupo. Estes materiais distintos nos ajudarão a nos especializarmos em nosso chamado para servir a Jesus.

Nossa oração é para que você encontre sua função no “Corpo de Cristo”, e que esta série de cursos o ajude a tornar-se um discípulo envolvido em um ministério na igreja local. Por essa razão Deus o salvou e agora você é parte do Corpo de Cristo.

Dr. Christian Sarmiento
Diretor Regional

Igreja do Nazareno
América do Sul

 Este material que você tem em mãos faz parte de um dos cursos do Projeto Discípulos em Ministério (DEM), que busca “aperfeiçoar os santos para desempenhar seu ministério” como estabelece a Palavra de Deus em Efésios 4.12.

Este material foi elaborado por diferentes autores, com a finalidade de prover um recurso de autoaprendizagem, para desenvolver com excelência o ministério para o qual o Senhor o chamou para realizar em sua igreja local.

De forma alguma, esse material pretende substituir uma preparação acadêmica formal para as pessoas que Deus chamou para dedicar completamente suas vidas ao ministério, porque para isso existem várias instituições de educação teológica nos diferentes países da nossa região.

Como usar este material:

Este curso está dividido em oito lições, para serem estudadas de forma individual ou em grupo. Caso seja possível estudar as lições em pequenos grupos, o benefício será ainda maior. O material foi feito para autoestudo, e não requer, necessariamente, um professor-guia; no entanto, se algum pastor ou líder de sua igreja local puder ajudar, temos certeza de que será de grande valia.

Você pode decidir qual é a melhor hora para estudar cada lição. As modalidades podem ser variadas, e esperamos que se ajustem à sua disponibilidade de horário. Recomendamos que estude pelo menos uma lição por semana.

Antes de começar a estudar cada lição, lembre-se do seguinte:

- Dedique um tempo de oração antes de começar seu estudo;
- Tenha em mãos uma Bíblia, para poder ler as referências em cada uma das lições;
- Recomendamos realizar uma lição de cada vez, e dedicar tempo para responder às perguntas, e assim também cumprir as atividades propostas para alcançar os objetivos estabelecidos.

Instruções

Em cada lição, você encontrará diferentes seções, identificadas com seus respectivos ícones. Na sequência, explicaremos qual é o significado de cada uma dessas seções.



Objetivos: São as conquistas que você alcançará ao terminar a lição. Recomendamos que sejam lidos e, ao terminar a lição, pergunte-se se foram cumpridos. Esses objetivos estão dirigidos para encaminhar seus valores, suas convicções como crente, e também conhecer o que precisamos para cumprir nosso ministério.



Ideias principais: Nessa seção você encontrará um resumo dos aspectos mais importantes da lição. O que for lido aqui é o que se desenvolverá, de forma mais detalhada, no conteúdo. Sugerimos que, ao terminar a lição, você volte a ler as ideias principais, para reforçar os conceitos centrais que aprendeu.



Ajudas didáticas : Na coluna estreita de cada lição, você encontrará alguns registros relacionados ao assunto que está sendo desenvolvido. Na maioria dos casos, são perguntas ou indicações, que o ajudarão na compreensão do conteúdo.



Notas complementares: São anotações com informação adicional, que permitirão aprofundar-se no conteúdo que está estudando.



Atividades: Ao finalizar cada lição, você encontrará uma tarefa para reforçar o que foi aprendido, por meio de perguntas, esquema ou um registro de caráter prático. Sugerimos dedicar um tempo para realizar cada atividade, o que permitirá uma autoavaliação em relação à sua aprendizagem.

Nós o incentivamos a seguir adiante, em seu desenvolvimento espiritual, como líder da Igreja de Jesus Cristo. Deus tem, reservado para você, um ministério maravilhoso em sua igreja local, e esperamos que esse curso o instrua, para o cumprimento dessa santa tarefa.

Por que estudamos a
comunicação?

Lição 1

Deus como grande Criador



Objetivos

- Desenvolver o conceito de comunicação.
- Ver por que é importante, como filhos de Deus, que aprendamos a nos comunicar.
- Mostrar de que maneira Jesus se comunicava.

O que é a comunicação?

A comunicação é uma habilidade aprendida. Os seres humanos, em sua maioria, nascem com a capacidade física de falar, mas devemos aprender a “falar bem” e a comunicar-nos com eficácia. Discursar, ouvir e entender os significados verbais e não verbais são habilidades que desenvolvemos de várias maneiras. Aprendemos comunicação observando as pessoas e moldamos nossos comportamentos com base no que vemos. Também aprendemos algumas habilidades da comunicação com a educação e com a prática.



Ideias principais

- É importante estudar comunicação para o desenvolvimento integral da pessoa.
- A comunicação impregna cada elemento de nossas vidas e forma a maneira como percebemos, interagimos e descrevemos o mundo.
- Estudamos comunicação para poder anunciar a Jesus de uma maneira mais efetiva para as pessoas. Como Jesus, podemos encontrar formas de comunicar sua história para afetar a vida das pessoas ao nosso redor.

Por que a comunicação é importante?

A comunicação oral tem sido nosso principal método para nos comunicarmos uns com os outros. Estima-se que uma pessoa passa 75% do dia comunicando-se de diferentes maneiras. A maior parte desse tempo nós investimos falando e escutando; o restante, lendo ou escrevendo. Estas ações da comunicação refletem nossas habilidades e fomentam o êxito pessoal, acadêmico e profissional.

É importante estudar a comunicação social para: desenvolver-se integralmente, melhorar a educação, ser um cidadão responsável no mundo e ter êxito na carreira profissional.

O jornal Wall Street divulgou os resultados de uma pesquisa realizada entre 480 empresas líderes de mercado. Observou-se que seus diretores buscavam prioritariamente, entre as qualidades pessoais desejáveis dos futuros empregados, a capacidade de comunicação.

Em um relatório sobre as carreiras que mais estão crescendo, mostra-se que a demanda de habilidades em comunicação será cada vez mais incrementada.

Em um exame realizado com mil gestores de recursos humanos, as habilidades de comunicação oral foram identificadas como um objeto de valor para a obtenção de um emprego e para um bom desempenho no trabalho. Os executivos de negócios indicam que os estudantes universitários necessitam de melhores habilidades de comunicação, assim como a capacidade de trabalhar em equipe com pessoas de diferentes origens culturais.

Os estudos dessas empresas indicam também que as competências essenciais para os futuros trabalhadores incluem a resolução de problemas, o trabalho em grupos e a habilidade de comunicar-se com eficácia.

Quando foi solicitado a mil membros de diferentes faculdades que identificassem as competências básicas para cada graduado da universidade, as habilidades de comunicação foram comuns a todas as listas.

Estuda-se comunicação para alcançar mais competência na forma oral, escrita e midiática, e para avaliar criticamente os processos e as mensagens da comunicação. A comunicação permeia cada elemento de nossas vidas e forma a maneira como percebemos, interagimos e descrevemos o mundo. Deste ponto de vista, a comunicação é uma janela através da qual entendemos

É importante estudar a comunicação social para: desenvolver-se integralmente, melhorar a educação, ser um cidadão responsável no mundo e ter êxito na carreira profissional.



Quais são as três maneiras básicas em que aprendemos comunicação?



Como se aplica cada um desses argumentos em sua vida?

a nós mesmos, regulamos nossas interações com os demais e experimentamos a vida.

Até aqui demos uma resposta que poderia ser encontrada em livros-texto sobre por que estudamos a comunicação. Mas, e quanto a nós como filhos de Deus e seguidores de Cristo? Por que precisamos estudar a comunicação? A resposta é simples e pode ser encontrada na Grande Comissão. Todos nós sabemos que a Bíblia diz: “ide e fazei discípulos”. Como fazemos discípulos? Vejamos o que diz Mateus 28.20: “ensinando-os a guardar todas as coisas que vos tenho ordenado...”. Se procurarmos em um dicionário a palavra ensinar, veremos que diz: “transmitir conhecimento, instruir, ensinar, treinar”. Como transmitimos o conhecimento? De que maneira Jesus instruiu seus discípulos? Ele se comunicou com eles através de histórias ou parábolas, com suas experiências diárias e com seu exemplo. Toda a nossa vida gira em torno da comunicação verbal e não verbal.

Charles Kraft, em seu livro *Comunicando o evangelho da maneira de Deus*, explora as características da comunicação de Deus. Ele relaciona cada um destes elementos com a teoria da comunicação moderna e então sugere que devemos nos esforçar para imitar a Deus.

1. **Impacto.** Quando Deus se comunica com o homem, ele o impressiona. Gera um impacto em sua vida. Poderíamos perguntar qual é o elemento que nos estimula à ação. O que fez com que Abraão saísse de sua casa e deixasse seu país, sua família e tudo o mais, para ir a uma terra nova onde seria um estrangeiro? O que fez com que Moisés ficasse contra o reino do Egito? Foi mais que uma transferência de informação que provocou a mudança nas pessoas. Foi também um impacto emocional. A comunicação nos impacta.
2. Deus toma a **iniciativa** em comunicar-se. Assim como Deus iniciou a comunicação com Noé, Abraão, Moisés e muitos profetas, também devemos iniciar a comunicação. As histórias entretêm e, ao menos a princípio, não confrontam as pessoas, por isso nos servem para iniciar a comunicação.
3. Quando Deus tem a intenção de comunicar-se, ele se move a partir do ponto de referência da pessoa — sua cosmovisão. Há várias maneiras de fazer isto. Uma é colocar-se em paralelo

a esta cosmovisão e falar de uma postura semelhante. Muitas pessoas vivem hoje em culturas semelhantes às do Antigo Testamento. Outra forma é explorar o ponto de referência em uma conversa e depois oferecer uma alternativa melhor, com as observações que conseguimos da própria história.

Fomos chamados a cumprir a Grande Comissão, a fazer discípulos e ensiná-los. A única maneira de fazer isto é comunicando a mensagem de Jesus Cristo a outros. Estudamos comunicação para poder anunciar Jesus às pessoas de uma maneira mais efetiva. Como Jesus, podemos encontrar formas de comunicar sua história de maneira que afete a vida das pessoas ao nosso redor.

4. A comunicação de Deus é sempre pessoal. Deus fala de uma maneira pessoal. Os ouvintes se encontram nas histórias, estas são sobre as pessoas e como elas interagiram com Deus.
5. A comunicação de Deus é interativa. Ao contar uma história, a interação começa com a pessoa que conta a história e os ouvintes. Enquanto o Espírito de Deus dá entendimento e convicção, a interação começa a se mover para o ouvinte e Deus.
6. A comunicação de Deus vai além das generalidades, chegando a ser específica para a vida real. As histórias são pessoais e sobre pessoas reais. É bom dizer que Deus é amor, mas tem mais impacto demonstrar nas histórias como se expressa esse amor. Jesus utilizou histórias cotidianas para ensinar verdades eternas.
7. A comunicação de Deus convida à descoberta pessoal. Esta é uma característica tão importante da comunicação que merece uma menção adicional. Em contraste com fazer uma conferência para os ouvintes, as histórias proporcionam um tempo de descoberta, no qual eles são livres para descobrir as verdades na Palavra de Deus. Este é um processo que começa na seção da história, mas que continua à medida que o ouvinte se sente refletido nas histórias da Bíblia.
8. O impacto é tal que conduza um compromisso. A meta de contar



O que queremos dizer quando falamos da “cosmovisão” de uma pessoa?

uma história é primeiro um compromisso com Cristo como Salvador, depois um compromisso com o povo de Deus e, finalmente, um compromisso com aqueles que ainda não ouviram o evangelho.

A mensagem

Jesus nos trouxe a verdadeira mensagem. Uma mensagem de amor. Ele nos amou o suficiente para perdoar nossos pecados e restaurar nossa relação com Deus. Praticou o que pregava, chegando ao ponto de sacrificar sua vida na cruz. Ele mesmo era a mensagem. Nós somos chamados a ser mensageiros de sua mensagem. Não temos nenhuma outra mensagem que não seja a da cruz. Não temos outro meio de levar esta mensagem que não sejam as nossas vidas. A cruz é símbolo da encarnação do amor de Deus, e nossas vidas devem continuar proclamando suas boas notícias.

A comunicação é possível de várias maneiras. Utilizamos diversas ferramentas para anunciar a mensagem. Hoje vemos o avanço do uso dos meios de comunicação na igreja. Mas a triste realidade é que, no rápido caminho dos conhecimentos tecnológicos, frequentemente tendemos a esquecer a maneira de comunicação de Jesus.



Este é o momento de nos comprometermos ativamente em aprender a metodologia única de Jesus para comunicar a mensagem do reino com exemplos do dia a dia.

O método

Deus poderia ter utilizado diversos métodos, pois é soberano, mas escolheu o método da encarnação. Ele veio à terra, fez-se homem, viveu entre as pessoas, falou sua língua, comeu seu alimento e limitou-se a uma geografia e cultura particular. Ele se identificou com as pessoas, com sua enfermidade e com seu sofrimento. Ele nunca guardou nada para si mesmo, mas deu tudo aos outros. Ele serviu aos demais, apesar de que o negariam e o rejeitariam. A encarnação de Jesus é o mais próximo da comunicação eficaz do evangelho. Embora seja sempre um desafio seguir a metodologia de serviço sem pensar em nós mesmos, ele nos demonstrou como fazer.

O modelo

Um sistema de princípios guiou a vida de Jesus, muitas vezes conhecido como valores do reino. A vida eterna e abundante, a justiça, a santidade, o amor, a paz e a alegria eram centrais em sua vida. O modelo, antes de nós, é a pessoa e a obra do Senhor Jesus Cristo, uma vida apresentada e explicada a todas as pessoas em

todos os tempos. Precisamos construir nossas vidas em torno da pessoa de Jesus Cristo.

A ferramenta

As pessoas eram sua ferramenta mais importante. Jesus as chamou apesar de suas diferentes personalidades e desejou ter um relacionamento próximo com elas. Com sua mensagem, ele transformou vidas ordinárias em extraordinárias. Disse: “Vinde após mim, e eu vos farei pescadores de homens” (Mt 4.19). Era um chamado para ter uma experiência com ele por toda a vida. Qualquer pessoa que o seguiu o fez com um propósito. O Mestre verteu sua vida sobre elas e lhes ensinou sobre os mistérios do reino. Elas andaram de modo diferente. Falaram algo “novo”. Assim, chegaram aos confins da terra e viraram o mundo de cabeça para baixo. Precisamos entender com clareza o valor dos recursos humanos. Deus criou cada um de nós de maneira única, como ferramenta em suas mãos. Quaisquer outras ferramentas são secundárias se comparadas ao valor das vidas humanas dedicadas ao serviço do Senhor.

Nossa resposta

Jesus magnificou o modo mais alto da comunicação, o de Deus, sobre a cruz. Há muito para aprender da maneira como Jesus se comunicou. Ele comunicou a verdade de diversas formas. A mensagem, o método e a ferramenta são únicos. Nossa resposta humilde deve ser dispor-nos a aprender dele e ser usados por ele. Isto nos levará a uma experiência mais profunda de compreensão de sua mensagem.

Esta é a razão pela qual estudamos a comunicação. Com nossa disponibilidade podemos ser utilizados por ele e para ele, para comunicar com eficácia o amor de Deus a um mundo ferido.



Instruções

1. O que é comunicação?

2. Por que é importante para os cristãos estudar comunicação?

3. O que era distinto na comunicação de Jesus? Como ele se diferenciava ao anunciar a verdade?

Comunicando através dos meios massivos

Lição 2

Comunicando através dos meios massivos



Objetivos

- Ensinar sobre os chamados meios massivos de comunicação.
- Mencionar o desenvolvimento resultante do avanço da tecnologia.
- Mostrar as funções atribuídas aos meios de comunicação em massa.

Mass Media é uma expressão inglesa que pode ser traduzida como “meios massivos de comunicação” ou “meios de comunicação de massas”. São aqueles meios que utilizam técnicas de comunicação como a escrita através da imprensa, redes telegráficas ou telefônicas, rádio e televisão ou rede de internet para transmitir informação de qualquer tipo que é recebida simultaneamente por uma grande audiência, equivalente ao conceito sociológico de massas ou de público.



Ideias principais

- Os cidadãos do mundo (tanto nos países desenvolvidos como nos subdesenvolvidos) estão expostos a diferentes meios. Estes são indispensáveis como ferramentas de comunicação e presença pública para todo tipo de agentes econômicos, sociais e políticos.

A informação que transmitem os meios é de todo tipo (atualidades, entretenimento, comercial, educativa etc.). A finalidade dos meios de comunicação é (segundo a fórmula cunhada especificamente para a televisão) formar, informar e entreter o público que tem acesso a eles. Atendem aos interesses que defendem, buscam o benefício econômico do empresário ou grupo e influem em seu público ideologicamente e mediante a publicidade.

Todos os cidadãos do mundo

(tanto em países desenvolvidos como subdesenvolvidos) estão expostos a diferentes meios.

A história dos meios de comunicação está muito ligada ao desenvolvimento econômico e tecnológico dos últimos cem anos e tem levado a oferecer

ao grande público, a preços cada vez mais baixos, uma série de produtos relacionados com a comunicação. Desde a era de ouro da imprensa escrita – quando nos Estados Unidos os jornais foram baixando seus preços, até se tornarem acessíveis a qualquer trabalhador — até hoje em dia, com a popularização do uso da internet, seu custo é cada vez menor. Os meios de comunicação de massa são usados com frequência na publicidade e também na propaganda política direta ou indireta. Pela grande influência na opinião e nos hábitos das pessoas, são o objetivo de governos e empresas.

Têm ajudado de maneira decisiva no processo de globalização, visto que permitem a qualquer pessoa acessar informações de qualquer lugar e a qualquer momento, e cada vez com maior rapidez, colaborando também na expansão e padronização de gostos culturais da população mundial. São objeto de estudo das mais diversas disciplinas, desde a sociologia até a economia, passando pela arte e filosofia.

As grandes mudanças sociais também são acompanhadas de uma mudança na visão individual da forma de vida e nos laços entre as comunidades.



Dados importantes

Rádio: Em 1896 o inventor italiano Gulielmo Marconi conseguiu enviar um sinal sem fio de Penarth a Weston-super-Mare (Inglaterra), e em 1901 repetiu o experimento de Cornwall através do Oceano Atlântico. Em 1904 o físico britânico John Ambrose

Fleming inventou o tubo a vácuo com dois eletrodos. Dois anos depois o inventor americano Lee de Forest conseguiu um tubo



a vácuo de três eletrodos, invenção em que se baseariam muitos dispositivos eletrônicos posteriores. A primeira emissão de rádio aconteceu em 1906 nos Estados Unidos. Em 1910 De Forest transmitiu pela primeira vez uma ópera a partir do Metropolitan Opera House de Nova York. Em 1925 já funcionavam seiscentas emissoras de rádio em todo o mundo.

Televisão: O sistema de transmissão de imagens em movimento está baseado em várias descobertas, entre as quais se encontra o disco explorador perfurado, inventado em 1884 pelo pioneiro da televisão, o alemão Paul Gottlieb Nipkow. Outros marcos no desenvolvimento da televisão são o iconoscópio e o cinescópio, para



transmitir e receber, respectivamente, imagens a distância: inventados ambos em 1923 pelo engenheiro eletrônico russo Vladimir Kosma Zworykin. Em 1926 o engenheiro escocês John Logie Baird utilizou este sistema para demonstrar a transmissão elétrica de imagens em movimento. Estes inventos propiciaram novos progressos nos Estados Unidos, Grã-Bretanha e Alemanha. Na Grã-Bretanha a BBC iniciou a emissão de seus programas de televisão em 1927 com o sistema de Baird, e em 1937 inaugurou-se o primeiro serviço público de televisão de qualidade.

Internet: Surgiu em 1969 no departamento de defesa dos Estados Unidos como um experimento para unir em rede os coordenadores dos centros de investigação tanto em nível militar como educacional.



Criou-se então uma rede de informática chamada ARPANET, a qual não se enfraqueceria e permitiria a preservação da informação em caso de um ataque nuclear.

Funções: Os meios como poder

As funções atribuídas aos meios de comunicação de massas são teoricamente três:

1. Entreter, que habitualmente se indica em terceiro lugar, mas muitas vezes é a mais importante; o que, igual ao “panen et circenses” (pão e circo) romano, ao “pão e toros” (ou pão e futebol) espanhol, ou ao “ópio do povo” (função da religião nas palavras de Karl Marx), contribui para a estabilidade social, mas também para o embrutecimento e insensibilidade do público (tele lixo, imprensa do coração).
2. Formar ou educar; ou seja, ter conteúdos específicos cuja finalidade seja a aquisição de conhecimentos por parte do espectador. A televisão educativa, especialmente os documentários sobre a natureza (Felix Rodriguez de la Fuente, Jacques Cousteau, David Attenborough — diretor da seção correspondente da BBC), as grandes séries de ambientação histórica (Eu, Cláudio), as adaptações literárias (Canas e Barro) e o teatro televisivo (Estúdio 1) foram os programas estrelas nas televisões europeias (quase exclusivamente monopólio público) nos anos 60 e 70 do século XX (além de programas famosos, mas minoritários, reservados aos canais de segunda linha — Apostrophes, A Chave). Mas declinaram de forma evidente quando o público pôde escolher outras opções entre a variada programação que permitiu a multiplicação de canais (públicos e privados) a partir dos anos 80 e 90. A televisão na América (especialmente nos Estados Unidos) esteve desde o início mais voltada para o entretenimento (minisséries de ficção — policiais, sentimentais, comédias — ou concursos — incluindo concursos alegadamente culturais, escandalosamente manipulados: Quiz Show), o que não impediu o êxito pontual de produtos como a adaptação de Raíces.
3. Informar, dar a conhecer tudo aquilo que possa ser relevante para o público e que este deva conhecer.

Em muitos países o direito à informação é um direito constitucional, seu titular é o público, e seu administrador, os meios de comunicação. Os próprios textos constitucionais proveem que se disponha da liberdade de imprensa, que está ligada à liberdade de expressão. Os limites desses direitos e liberdades frequentemente se fixam em que a informação seja verdadeira e em que não se interfira no direito à honra ou intimidade; mas tais limites são imprecisos e objeto de debates.



Por que os meios massivos são denominados de “o quarto poder”?

De fato, os meios de comunicação passaram a ser considerados o quarto poder, juntamente com os três poderes clássicos da constituição. Não tem uma forma determinada nem é objeto de eleição popular (a parte da sanção de seu êxito ou fracasso na audiência); é, portanto, um poder informal, como são os denominados poderes factuais, e é um dos componentes fundamentais no que veio a ser definido como poder brando (soft power), o meio mais eficaz de manifestação do poder no mundo atual. O controle de seu exercício por parte dos poderes estatais às vezes é acusado de censura ou de intenções de controle. Na maior parte das democracias modernas opta-se pela autorregulamentação dos próprios meios, que unicamente enfrentam a responsabilidade penal ou civil ante a justiça.

Por outro lado, a desinformação e a manipulação informativa são constantes desde o início da imprensa escrita (a denominada imprensa marrom, cor-de-rosa ou sensacionalista), como exemplificaram as campanhas de imprensa de William Randolph Hearst, que conseguiu o envolvimento dos Estados Unidos na Guerra de Cuba (1898). Os totalitaristas do período entre guerras (fascismo, nazismo e estalinismo) se destacaram pelo uso eficaz dos meios de comunicação de massas para sua propaganda (expressão que tem sua origem na Propaganda).

O empresário dos meios de comunicação sempre tem na defesa de seus interesses (econômicos, sociais, de grupo de pressão) sua principal motivação, a parte do benefício próprio de qualquer atividade econômica e do prestígio social que dá o protagonismo desta atividade em especial. A esses interesses individuais frequentemente se sobrepõe a defesa de uma ideologia (política, religiosa ou, inclusive, estética).

Fides, uma instituição vaticana dedicada à difusão da fé católica

Meios de comunicação massiva

Imprensa	Jornais	Gêneros:
		• Notícia • Notícia-comentário • Coluna • Editorial • Reportagem • Crônica • Entrevista de informação • Entrevista de opinião • Artigo de opinião • Cartas do diretor • Perfil • Análise de dados • Informativo especial
Outros	• Revistas • Brochuras • Murais • Cartazes • Publicidade • Folhetos • Sinalização	
	• Fotografia	• Fotografia
Rádio	• Emissoras de rádio	
Televisão	• Canais públicos • Privados • Por cabo • Por satélite • Outros	
Internet	• Páginas Web • Portais • Blogs • Wiquis	



Instruções

1. Faça uma lista dos meios massivos mais reconhecidos, de maior audiência ou circulação em seu próprio país:

Rádio: _____

Televisão: _____

Jornais: _____

Revistas: _____

2. Quais são as funções atribuídas teoricamente aos meios de comunicação de massas? Exemplifique-as brevemente.

1. _____

2. _____

3. _____

A ética da comunicação

Lição 3

A ética da comunicação

A ética da comunicação

Colossenses 4.5,6 proporciona um marco bíblico para a ética da comunicação.

Observe a passagem: *“Portai-vos com sabedoria para com os que são de fora; aproveitai as oportunidades. A vossa palavra seja sempre agradável, temperada com sal, para saberdes como deveis responder a cada um”*.

Paulo escreveu: “A vossa palavra [comunicação] seja sempre agradável...”

Analisemos detalhadamente toda esta passagem para aprender alguns princípios da ética na comunicação.

Primeiro, o apóstolo diz “Portai-vos com sabedoria para com os que são de fora”. Ser sábio significa, nas palavras de Paulo, “remir o tempo” ou aproveitar cada oportunidade. Ele está dizendo que devemos estar alertas para que, em cada ocasião, falemos de Jesus Cristo àqueles com quem temos contato, seja pessoalmente ou através dos meios de comunicação.

Provérbios 11.30 diz: “o que ganha almas é sábio”. O tempo é algo precioso, pertence ao Senhor e, portanto, devemos utilizá-lo para cumprir suas metas. Neste caso, o objetivo é que o crente entre em contato com o não crente com os olhos bem abertos, buscando oportunidades para o evangelho. As oportunidades estão sempre ali, é questão de vê-las e aproveitá-las.

Objetivos

- Determinar em que consiste a ética da comunicação.
- Destacar quais são as consequências de não saber ouvir.
- Enumerar os componentes que fazem uma experiência eficaz de comunicação.

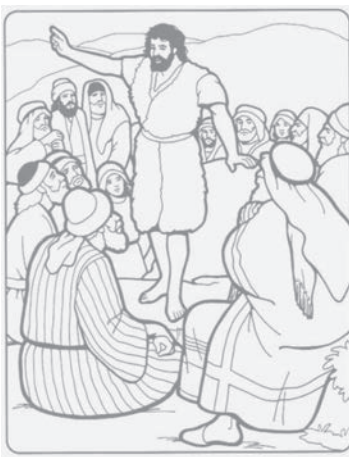
Ideias principais

- O comunicador cristão deve tomar nota do que diz e de como o diz. A forma como entregamos o evangelho pode afetar nossa mensagem, se será ouvida e abraçada, porque como uma pessoa se sente sobre a mensagem é fator crucial para sua aceitação ou recusa.



Em segundo lugar, quando Paulo utiliza a palavra “graça” para definir a nossa comunicação, demonstra a preocupação de Deus de que nos aproximemos dos outros de maneira semelhante a como ele se aproximou de nós em Cristo. A graça aqui significa encanto, carinho e atração, importância e sensibilidade. A graça sempre ama, sempre aceita, diz sempre a verdade e designa sempre o poder do Espírito Santo para produzir mudanças.

A graça em nossa comunicação também traz consigo a humildade do Espírito. Deus nos tratou com graça e deseja tratar a esse “estranho” da mesma maneira. Somos apenas um mendigo que diz a outros onde começa a fila do pão. A graça não deixa nenhum espaço para um espírito arrogante, superior, porque a terra é plana aos pés da cruz.



Nossa comunicação deve expressar as mesmas qualidades de Cristo.

Terceiro, Paulo utiliza uma metáfora comum da cozinha ao relacionar nossa comunicação com a quantidade apropriada de sal que é necessário colocar no alimento para o gosto de cada pessoa. A sabedoria em comunicar o evangelho é mais que apenas aproveitar a oportunidade; é adaptar a situação apresentada para resolver as necessidades individuais do não crente. Assim, Jesus salgou a sua comunicação com a mulher samaritana junto ao poço de água apresentando-se a si mesmo como o doador de “água viva”.

Paulo usa a analogia do sal para sinalizar a verdade de que Deus deseja que o evangelho seja saboreado pelo paladar espiritual de cada pessoa. A implicação é que o comunicador cristão possa diferenciar realmente se o evangelho está sendo percebido como “insosso”, mensagem inaplicável, ou condimentado corretamente com especiarias para fazer da notícia a mais relevante, a mais alegre que o interlocutor jamais ouviu. Assim, ser sábio é uma questão de iniciar com audácia o discurso e prosseguir-lo com sensibilidade e graça, “salgá-lo”.

Não devemos abusar de nossa audiência com declarações insensíveis, nem aborrecê-la com uma comunicação embotada, inaplicável.

A ética de um ouvido que escuta

Uma autoridade na comunicação estima que as pobres habilidades de escutar podem custar milhões de dólares para a economia mundial a cada ano. Esse estudioso também estima que uma grande quantidade dos divórcios que ocorrem a cada ano está relacionada com a inabilidade ou o desgaste, de uma ou ambas as partes, em ouvir. O naufrágio do Titanic e o ataque a Pearl Harbor são tragédias que poderiam ter sido evitadas se as pessoas tivessem escutado.

A ausência de um ouvido que escute pode ter efeitos trágicos na tarefa de comunicar a mensagem de Cristo. Como comunicadores, devemos afirmar o Pacto de Lausanne: “Nossa presença cristã no mundo é imprescindível ao evangelismo e devemos gerar com ele um tipo de diálogo que seja capaz de escutar e entender, ser sensível ao outro”.

Devemos escutar a nossa audiência para entendê-la. O discernimento é imprescindível se estamos tentando ganhar os nossos ouvintes. Eles vão ouvir se puderem entender a nossa mensagem.

O ex-presidente dos Estados Unidos Lyndon Johnson gostava muito de uma frase que pendurou em seu escritório: “Você não está aprendendo nada enquanto está falando”. Seria incorreto assumir que o único desafio da comunicação é falar corretamente. A pessoa deve escutar com atenção. Uma mensagem entregue sem levar em conta a audiência pode chegar a ser inaplicável ao ouvinte ou insatisfatória em seu intento persuasivo.

A ética da sensibilidade

O conhecimento da audiência é primordial para penetrar com a mensagem e alcançar uma resposta. Se a comunicação se compõe de três elementos — o que se diz, como se diz e a quem se diz —, então a compreensão da audiência é o fio que ata esses três componentes em uma experiência eficaz de comunicação.

As sensações são um fator de grande importância em nosso processo de tomada de decisões. Influem em nossas atitudes e respostas às pessoas, aos conceitos e à informação em geral. Para complicar mais o processo da comunicação, nossas palavras têm uma influência de grande alcance nas sensações de outros. As



Quais são os três elementos que compõem a comunicação?

palavras são flechas verbais que sempre encontram uma maneira de penetrar o coração. Como diz Provérbios 18.21a: “A morte e a vida estão no poder da língua”.

Imagine, por exemplo, um amigo que diz a você com grande sinceridade e emoção: “Você é uma das pessoas mais agradáveis que conheci. Sua vida é uma fonte constante de inspiração para mim. Há dias em que penso que não posso continuar, então eu me lembro de você e a vida volta a parecer digna de ser vivida”. Que ânimo lhe dariam tais observações! Seu coração responderia com gratidão.

Mas suponha que uma hora mais tarde outra pessoa lhe diz: “Você me desagrada por completo, é uma pedra de tropeço para mim. Não desejo voltar a falar nem tratar com você”. Você sentiria uma opressão em seu espírito, sua vitalidade decairia. Você se sentiria ferido. O autor de Provérbios observou isto, as palavras têm um impacto que penetra no fundo de nosso ser.

O comunicador cristão deve levar em conta o que diz e como diz. A forma como entregamos o evangelho pode afetar nossa mensagem, se será ouvida e abraçada, porque como uma pessoa se sente sobre a mensagem é um fator crucial para sua aceitação ou recusa.

O comunicador cristão deve levar em conta o que diz e como diz. A forma como entregamos o evangelho pode afetar nossa mensagem, se será ouvida e abraçada, porque como uma pessoa se sente sobre a mensagem é um fator crucial para sua aceitação ou recusa.

O comunicador sensível entrega a mensagem, escuta a resposta, atenta para a fidelidade da mensagem, os fatores de ruído e o impacto, e continua apresentando o evangelho pensando nestes fatores. Portanto, a sensibilidade é essencial para facilitar um bom diálogo.

As pessoas desejam que nos comuniquemos com elas, não para elas. Necessitamos não apenas saber o que estão pensando nossos ouvintes, eles também devem estar cientes de que sabemos o que estão pensando.

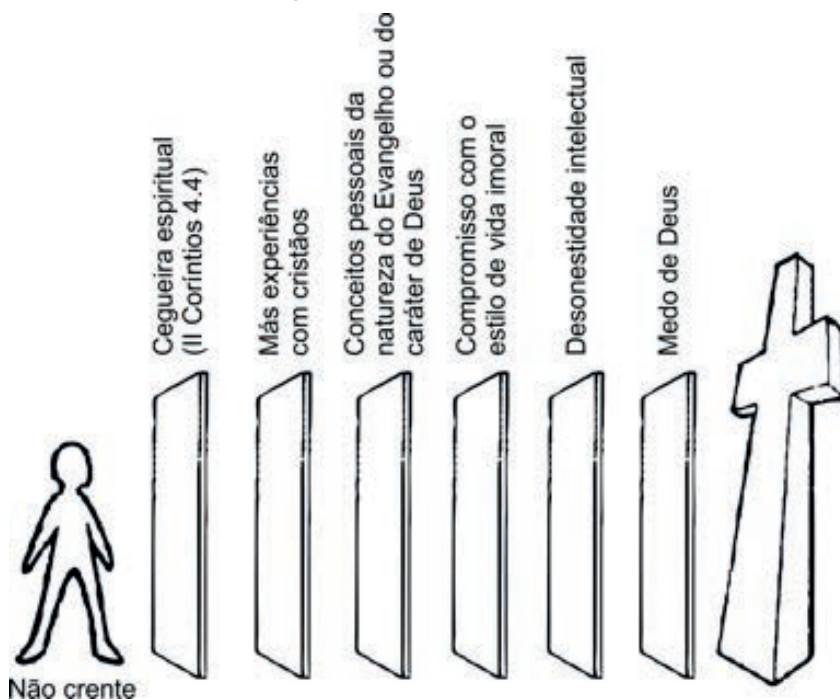
O comunicador sensível criará uma atmosfera na qual o ouvinte sinta liberdade para fazer perguntas ou ainda para discordar. Se

existem barreiras à compreensão do evangelho, necessitamos trabalhar para eliminar essas barreiras.

A sensibilidade significa saber responder a uma pessoa específica em uma circunstância específica para que todas as barreiras à compreensão sejam tratadas e, pela graça de Deus, removidas. O escritor de Provérbios destaca a necessidade da sensibilidade para o comunicador: “Como quem se despe num dia de frio e como vinagre sobre feridas, assim é o que entoa canções junto ao coração aflito” (Pv 25.20). “Alguém há cuja tagarelice é como pontas de espada, mas a língua dos sábios é medicina” (Pv 12.18). “Como maçãs de ouro em salvas de prata, assim é a palavra dita a seu tempo” (Pv 25.11).

Quando interagimos, é importante estabelecer uma comunicação efetiva. A mensagem que enviamos, como codificadores, deve ser clara, simples e precisa. O canal deve reunir boas condições para evitar que a mensagem chegue distorcida. O mais importante é adequar nosso código (mensagem) ao nível de compreensão de nossos interlocutores ou decodificadores, para evitar respostas ou comunicação de retorno inapropriadas.

O comunicador cristão está ocupado em que, se Jesus vai ser aceito ou recusado, vai ser o Jesus verdadeiro, e não um Jesus feito das ideias falsas e da ignorância das audiências.



Esta ilustração mostra várias barreiras que se podem erguer para evitar que uma pessoa venha ao Salvador. Devemos saber que qualquer uma dessas barreiras entre o não crente e uma compreensão apropriada do evangelho pode ser derrubada com a comunicação efetiva. Mas há uma que está além da nossa capacidade de removê-la e é a de um coração cegado pelo pecado. Somente Deus pode remover esta barreira com a intervenção sobrenatural do ministério do Espírito Santo.

[illegible]



Instruções

Analise estas mensagens:

1. Uma jovem chega ao açougue e pergunta ao açougueiro:
 - Pedro, você tem língua?
 - Sim, Julia — e em seguida o açougueiro mostra a língua.
 - O que você está fazendo? — pergunta a jovem, ofendida.
2. A mãe de João Carlos, antes de ir trabalhar, o recorda:
 - Filho, não se esqueça de tomar café e lavar os pratos. Então reveja a lição de história, revise as tarefas e, tendo terminado, pode ir tomar banho e ver um pouco de televisão, até que eu volte.
 - Sim, mãe, tchau — responde João Carlos.

3. Em qual destes casos houve comunicação efetiva? Por quê?

4. Cite algum caso que se lembre da vida real, semelhante aos mencionados.

Uma teologia wesleyana da comunicação

Lição 4

Uma teologia wesleyana da comunicação



Objetivos

- Estudar os aspectos da comunicação.
- Analisar de que maneira a diversidade de meios de comunicação acarreta mudanças importantes na cultura humana.
- Desenvolver os conteúdos da comunicação cristã.



Ideias principais

- O problema é que a comunicação é parte do que significa “ser humano”. “Existimos”, “somos” na medida em que nos comunicamos; então esta palavra, que inclui quase tudo, acaba se esvaziando de sentido.
- Comunicar a Palavra tem uma dimensão horizontal e uma dimensão vertical.
- Cada nova geração tem a tarefa de tomar a tecnologia de seu tempo, voltar a descobrir verdades cristãs e fazê-las significativas pensando nas mudanças culturais.

Uma teologia wesleyana da comunicação

A comunicação é o processo pelo qual as relações se estabelecem, se mantêm, se modificam ou terminam. Este enunciado nos permite examinar o processo da comunicação de uma maneira que inclui “a relatividade”, a mudança constante dos elementos envolvidos. Sempre que há comunicação, (vírgula) são afetadas as mensagens, que se enchem ou se esvaziam de significado com o processo (1).

Necessitamos explorar ambos os aspectos da comunicação, seu papel como parte do todo e também seu funcionamento na vida diária. O desafio neste ponto é como tentar entender a água. A água é essencial para todos os seres vivos, e precisamos entender isto. Mas também necessitamos de uma teoria da hidrodinâmica, que nos diz como funciona a água.

A comunicação no todo

Há uma relação cada vez maior entre a teologia cristã de processo e as teorias da comunicação. A teologia cristã de processo sustenta que as coisas que existem constituídas por matéria corpuscular, que fundamentam a individualidade, descontinuidade, distância e interações entre as coisas, são ao mesmo tempo vibração ondulatória, composta de uma série de experiências distintas, interconectadas, que se afetam entre si. O fluxo de eventos microfísicos constitui e dá certa estabilidade no

tempo aos objetos macrofísicos, que também estão abertos em seu interior à evolução e transformação contínua.

A comunidade é onde ocorre nossa existência humana. A comunidade é estabelecida e mantida pelas relações criadas por nossas comunicações. Estabelecemos nossa individualidade dentro desta comunidade. Quanto mais participamos na comunidade, mais indivíduos nos tornamos. E quanto mais indivíduos nos tornamos, mais enriquecedora é nossa participação na comunidade (2). A comunidade, o cumprimento da comunicação humana eficaz, é essencial para alcançarmos nosso “ser” humano.

A língua é necessária aos seres humanos em comunidade. A língua forma imagens e afeta nossa sensibilidade real e nossa opinião.

Whitehead escreve que “a mentalidade da humanidade e a língua da humanidade criaram uma à outra” (3).

A comunicação deve ser entendida como uma parte básica do processo de ser.

Os modelos da comunicação agora incluem um processo interminável e inclusivo, que abarca o passado, considerando nossa história pessoal e corporativa, e o remete ao futuro, implicando a outros, a si mesmo, a famílias, comunidades, sociedades e, em última instância, o conjunto da criação.

Precisamos examinar, a partir de uma perspectiva cristã, o papel da comunicação como um processo utilizado para o bem ou o mal em nossa sociedade.

A fórmula de John Wesley para comunicar o evangelho reconhece a brecha da cultura, a brecha da credibilidade e a brecha das comunicações. Mas Wesley descobriu outra dimensão do problema — uma brecha espiritual. O homem a quem o evangelho deve falar está “morto em transgressões e pecados”.

Nada é independente e desconectado. Todas as experiências estão conectadas com as experiências anteriores, e a comunicação é o processo fundamental pelo qual estas relações ocorrem. A comunicação é fundamental e essencial à natureza do ser.



Como você define pessoalmente a comunicação?



A comunicação deve ser entendida como uma parte básica do processo de ser.



Podemos usar os meios de comunicação para levar a mensagem de Jesus.

A pergunta então se transforma: “Como comunicamos o evangelho a quem se encontra em uma onda inteiramente diferente?” A resposta a esta pergunta foi revelada a Wesley de forma gradual através de sua própria experiência. O Espírito Santo encontrou dentro de seu coração uma resposta moral viva, ao que Wesley chamou de graça preveniente. Esta se converteu no ponto de contato para o Espírito Santo. O coração de Wesley foi “aquecido de uma maneira estranha” e se levantou dos mortos.

Wesley era uma pessoa transformada, e nada do que ele tocou continuou sendo igual. Seus sermões se converteram em poder e produziram frutos de grande alcance. Cada pregação era um “sucesso”. Ele se comunicava! A explicação está na Palavra de Deus.

A comunicação do evangelho se converteu em mais do que uma operação de homem a homem. A pregação para Wesley era um acontecimento — no qual seus ouvintes iam à presença de Deus por meio da Palavra —, e o ponto de contato entre o evangelho do primeiro século e o ouvinte do século XVIII era o Espírito Santo. Deus falava ao homem com sua Palavra (4).

Comunicar a Palavra tem uma dimensão horizontal e vertical.

No entanto, não nos enganemos de que Wesley tenha colocado toda a responsabilidade sobre Deus. Comunicar a Palavra tem uma dimensão tanto horizontal quanto vertical.

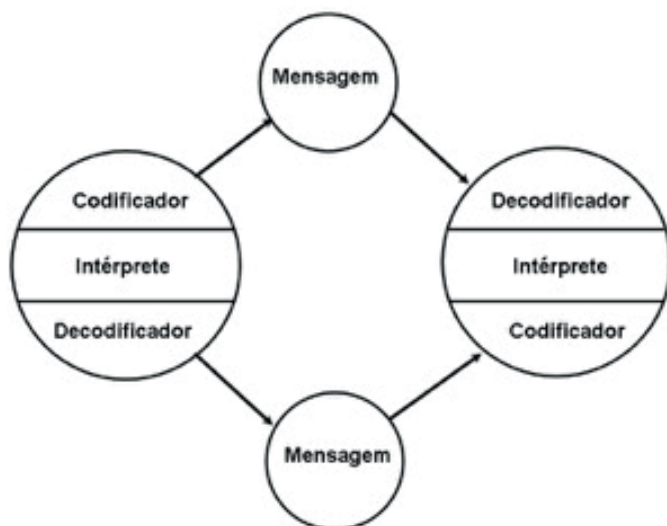
A natureza e o conteúdo da comunicação cristã

A comunicação na vida diária é mais comunicação pessoal que comunicação social. Trata-se de entender as interações entre as pessoas cristãs comuns em sua vida diária. Implica coisas tais como a fé, o testemunho, o evangelismo e descrever a maneira como se percebe o mundo, a fé e Deus.

Neste contexto, a comunicação é transmitir algo experimentado, por meio de relações comumente entendidas.

Reduzido à sua mínima expressão, este tipo de comunicação pode ser representado como a participação do processo: fonte — codifica a mensagem — decodifica — receptor.

Mas, atualmente, a comunicação pessoal é um processo interminável que conecta o “eu” com outras pessoas em laços de regeneração contínua que se transformam dentro de um corpo complicado de relações na cultura, no espaço e no tempo.



Cada nova geração tem a tarefa de tomar a tecnologia de seu tempo, voltar a descobrir verdades cristãs e torná-las significativas pensando nas mudanças culturais. Isto tem sido sempre uma tarefa cristã. Cada nova situação cultural, formada pelos meios de comunicação de seu tempo, reformula a pergunta: O que significa ser humano?

Os novos meios de comunicação estão mudando de modo radical a resposta a esta pergunta. Por exemplo, tendemos a pensar a comunicação em dois modos básicos: face a face e meios massivos. Mas entre estes extremos há combinações novas dos processos de comunicação que requerem redefinir qual é a comunidade e, portanto, qual é o ser humano que participa dessa comunidade. Para ilustrar: se passo trinta minutos por dia “com” meu noticiário da rede de televisão, e não passo nenhum tempo com o morador da casa ao lado, quem, então, é meu vizinho? O que significa “com”? O que significa “vizinho”? E, se várias pessoas assistem a um evangelista de TV cada dia e discutem juntas regularmente suas experiências, isto é igreja? Qual é a “igreja”? Qual é a “comunidade”?

A doutrina da encarnação representa a ação comunicativa, sacrificial de Deus para a criação. A doutrina da redenção ocorre por meio de um processo de comunicação que permite

que mantenhamos e aumentemos nosso sentido de identidade, conheçamos quem somos por meio da interação e contribuição com a sociedade total. O amor, mensagem cristã essencial, pode se manifestar somente pela “pregação crível em palavras e atos, por um lado, e pelo compromisso prático (quer dizer, fé) por outro” (5).

O propósito da comunicação cristã não é perguntar: “Como podemos comunicar o evangelho de uma maneira tal que outros o aceitem?” Esta é uma pergunta incorreta, uma pergunta manipuladora, feita pela igreja eletrônica.

Nossa tarefa é apresentar o evangelho diante das pessoas de uma maneira tão clara que elas possam aceitá-lo ou recusá-lo, mas sempre pelas razões corretas. Paul Tillich afirma: “É melhor que a pessoa recuse o evangelho pelas razões corretas do que o aceite pelas razões equivocadas” (6).

A igreja como canal de comunicação

Toda a criação é potencialmente um mediador do acesso divino, mas a igreja é a comunidade que possui o maior potencial para a comunicação de Deus. Segundo Avery Dulles: “A igreja existe para trazer os homens à comunhão com Deus e deste modo abri-los para a comunicação uns com os outros” (7). Esta tarefa se chama “missão”, “evangelismo” ou “educação”.

A distância entre alcançar os não crentes e discipular os cristãos é sempre inexata e evasiva. De fato, devemos rechaçar por inteiro a ideia de que a igreja trata do sagrado, enquanto os elementos seculares da cultura tratam somente do não sagrado. A igreja e a cultura estão atadas.

Sem importar o grau de fidelidade da igreja, a comunicação sobre Deus prossegue. Ocorre em qualquer lugar e sempre que as pessoas dizem o que Deus tem feito em suas vidas — inclusive quando não mencionam a palavra “Deus”.

“A substância da cultura é a religião, e as formas da religião são cultura” (8). A comunidade da igreja existe em lugares considerados normalmente “sociais”. Mas a igreja, muitas vezes, não está cumprindo o papel da igreja, de ser um canal de comunicação de Deus.

Wesley escreve sobre como comunicar o evangelho:

“Desenho a verdade simples para a pessoa simples: portanto, no propósito, abstenho-me de todas as especulações agradáveis e filosóficas, de todo raciocínio confuso e intrincado; e, o máximo possível, de citar a Escritura original. Trabalho para evitar todas as palavras que não sejam fáceis de entender, todas as que não são utilizadas na vida comum; e, em detalhe, esses tipos de termos técnicos que ocorrem com frequência no “corpo divino”, esses modos de falar que os homens de leitura conhecem intimamente, mas que o povo desconhece. Entretanto, não me asseguram que não escorrego às vezes; é tão natural imaginar que uma palavra que é familiar a nós é comum a todo mundo”(9).

Bibliografia

1. Guillermo F. Fore, “Uma teologia da comunicação”.
2. Juan Cobb e David Griffin, “Teologia de processo” (Philadelphia: Westminster, 1976), p. 82.
3. Alfred N. Whitehead, “Modos do pensamento” (Nova York: McMillan, 1938), p. 57.
4. Moody S. Johnson, “Wesley: Uma teologia da palavra”.
5. Johannes Heinrichs, “Teoria da comunicação prática: uma abordagem cristã”, Meida Development 27 (1981), p.7.
6. Paul Tillich, “Teologia da cultura” (Nova York: Editora da Universidade de Oxford), capítulo 15.
7. Avery Dulles, “A igreja e os meios”, Mente católica, 69/1256 (Outubro de 1971), p. 6.
8. Paul Tillich, “A interpretação da história” (Nova York: Scribner, 1936), p. 236.
9. John Wesley, “Sermões padrões”, Prefácio.



Instruções

1. Explique com suas próprias palavras os conceitos sustentados por Innis quanto às importantes mudanças na cultura humana produzidas pelos meios de comunicação.

2. Analise em grupo o que foi manifestado por John Wesley acerca da comunicação do evangelho.

A comunicação efetiva

Lição 5

A comunicação efetiva



Objetivos

- Analisar situações da vida cotidiana que nos ajudarão a avaliar quando uma comunicação é efetiva.
- Estudar os elementos da comunicação.
- Ver as possíveis barreiras na comunicação.
- Classificar os conectores e conjunções.



Ideias principais

- A facilidade de nos expressarmos na linguagem oral e escrita é importante, mas ao transmitir nossas ideias, mensagens ou códigos, devemos garantir que existam as condições necessárias para que a referida mensagem chegue com clareza e nitidez ao interlocutor, leitor ou decodificador.

A comunicação efetiva

Muitas situações de nossa vida cotidiana podem se tornar difíceis se a comunicação é pouco clara. Para que isto não suceda, há alguns elementos que não devem faltar:



Elementos da comunicação

1. O transmissor, emissor ou codificador é a pessoa que se encarrega de colocar em código a mensagem.
2. Mensagem é a tradução de ideias, propósitos e intenções em um código ou conjunto sistemático de signos.
3. Canal é todo meio, ou conduto, por onde se transporta a mensagem.

A facilidade de nos expressarmos na linguagem oral e escrita é importante, mas ao transmitir nossas ideias, mensagens ou códigos, devemos garantir que existam as condições necessárias para que a referida mensagem chegue com clareza e nitidez ao interlocutor, leitor ou decodificador.

4. Código é o conjunto organizado de sinais arbitrários que formam a linguagem mediante a qual nos comunicamos.
5. Receptor ou decodificador é a pessoa ou pessoas que recebem a mensagem e a decodificam, quer dizer, a analisam.

Ao interagir em nossa vida cotidiana, é importante estabelecer uma comunicação efetiva. A mensagem que enviamos, como codificadores, deve ser clara, simples e precisa. O canal deve reunir boas condições para evitar que a mensagem chegue distorcida. E o mais importante, adequar nosso código (mensagem) ao nível de compreensão de nossos interlocutores ou decodificadores, para evitar respostas ou comunicação de retorno inapropriadas.

A facilidade de nos expressarmos na linguagem oral e escrita é importante, mas ao transmitir nossas ideias, mensagens ou códigos, devemos garantir que existam as condições necessárias para que a referida mensagem chegue com clareza e nitidez ao interlocutor, leitor ou decodificador. Há o caso de discursos, conversações e escritos que são tão extensos que:

- Não comunicam seu objetivo com clareza.
- São tão rebuscados que não conseguimos entender a mensagem.
- Pode ser também que, no momento de emitir a mensagem, apareça um variado número de barreiras que interferem no processo de compreensão da informação que se está transmitindo.

Barreiras na comunicação

O processo de interação, codificação-decodificação, às vezes é afetado por certos obstáculos que impedem o desenvolvimento do que se denomina comunicação efetiva. Ou seja, existem barreiras no momento de produzir-se a comunicação que interrompem ou impossibilitam a transmissão da mensagem (código) que se deseja dar a conhecer.

Quando em um processo ou ato de comunicação se apresentam dificuldades para o sucesso do objetivo final, estamos diante de uma dupla possibilidade:



O que acontece quando um ministro não sabe comunicar a visão à igreja?



Como se denominam os fatores que pioram ou distorcem a mensagem?

a) Comunicação sem comunicar.

b) Comunicação sem resposta. Neste sentido, é preciso conhecer quais são os obstáculos ou barreiras que limitam a clareza e efetividade que deve conservar o código, no momento de seu envio, a fim de proporcionar uma mensagem precisa que tenha como resultado uma resposta ou comunicação de retorno adequada e coerente com a ideia principal exposta pelo codificador.

This course in English for first level students will start next Thursday June 3rd, at 8 o'clock in the morning, on room number 4.

O curso de inglês para alunos do primeiro nível iniciará quinta-feira, 3 de junho, às 8 horas na sala 4 do Instituto.

Questo corso in Italiano per studenti del primo livello comincerà il prossimo Jovedi 3 di Giugno alle 8 del mattino nel aula 4 dell Instituto.

Os idiomas são códigos e cada um deles é composto por signos linguísticos (morfemas, monemas, lexemas e grafemas) e sons (fonemas). Assim, os interlocutores, decodificadores e codificadores, devem saber falar e escrever o mesmo idioma a fim de que se produza entre eles uma comunicação efetiva.

Ambiguidade na mensagem

Quando não está claro o que se quer comunicar, ao enviar a mensagem esta chega ao receptor distorcida, imprecisa ou confusa. Em consequência, não obtemos a resposta adequada. Daí a importância da clareza do objetivo que a mensagem deve conter. Lembra da leitura realizada no início da unidade, referente a uma ordem da gerência? A situação proposta nessa leitura é um exemplo de uma mensagem que não chegou com clareza aos trabalhadores da empresa.

Mensagem não adequada ao nível de compreensão do decodificador

O conhecimento e a compreensão de um idioma andam juntos com o processo de maturação cognitiva do indivíduo. Portanto, deve-se adequar a mensagem às características da audiência a quem vai ser dirigida, para que se obtenha uma resposta ajustada à intencionalidade do ato comunicativo.



Nossa comunicação deve ser clara.

O ruído

É um elemento perturbador que interfere no processo de comunicação. Durante o ato da fala deve-se evitar enviar uma mensagem no momento em que foi produzido um alvoroço, ruído, detonação ou som estridente porque, ainda que nos esforcemos em gritar, a mensagem não produzirá a resposta apropriada.

Existem outras barreiras

- Impedimento físico: pessoas com problemas auditivos ou de voz.
- Canais não apropriados para a transmissão da mensagem.
- Qualidade de voz: pessoas que falam com tom de voz muito alto ou muito agudo.
- Espaços físicos inadequados, muito pequenos e fechados ou totalmente abertos.

Como melhorar a comunicação oral

Ao interagir com nossos companheiros, amigos, familiares ou em qualquer atividade de comunicação oral, devemos pôr em prática, entre outras, as seguintes normas:

- Falar em tom adequado.
- Olhar o rosto do ouvinte.
- Evitar gritos e palavras repetitivas.
- Ser coerente e preciso.
- É importante praticar as normas do bom orador e do bom ouvinte, na linguagem oral, para que a comunicação seja verdadeiramente proveitosa e efetiva.

Como melhorar a comunicação escrita

Ao elaborar um escrito, como, por exemplo, uma comunicação oficial, uma carta familiar ou qualquer outro texto, devemos pôr em prática, entre outras, as seguintes normas:

-
- Uso correto dos sinais de pontuação.
 - Uso correto das normas ortográficas.
 - Conectivos de parágrafos.
 - Uso de sinônimos.
 - Uso do dicionário.

Em qualquer linguagem escrita deve-se utilizar as normas de redação e ortografia, a fim de proporcionar ao decodificador uma mensagem direta, clara e compreensível, evitando que se distorça ou não interprete corretamente o que queremos transmitir.

Para recordar:

Conectores de parágrafos: as orações de um texto são como peças de um quebra-cabeça. Toda oração deve encaixar-se na oração anterior. As palavras que servem para conectar as diversas partes de um texto se chamam conectores.

Os conectores indicam a relação lógica entre orações e parágrafos. Os conectores unem o texto. Servem para explicar, exemplificar, justificar, contrastar, modificar, distribuir ou resumir a oração anterior.



Instruções

1. Anote os conceitos desenvolvidos nesta lição que considera úteis no desempenho de seu ministério local.

2. Enumere seis possíveis barreiras, mencionadas nesta lição, para que uma pessoa chegue a Cristo.

3. Comente com o grupo situações da vida cotidiana que podem converter-se em problemas por falta de comunicação.

4. Tome um parágrafo qualquer em uma revista e identifique os conectores e conjunções que dão coerência e coesão ao texto.



A audiência

Lição 6

A audiência



Objetivos

- Ensinar o que se denomina audiência.
- Revelar a importância de conhecer a audiência.
- Conhecer como se divide a audiência.

Sem audiência, um meio de comunicação não tem sentido!

A audiência é composta pelos ouvintes ou telespectadores, como receptores da informação ou dos programas difundidos pelos meios de comunicação. Hoje em dia, devido ao incremento do número de meios, o público se encontra disperso entre a enorme quantidade de ofertas, pelo que se prefere falar de audiências. Denomina-se fração de audiência ou audiência útil a que coincide com o setor do público a quem um determinado anunciante pretende introduzir seus produtos.

No modelo de comunicação, o meio é o elo que une a audiência com o emissor da mensagem.



Ideias principais

- O meio tem como primeira responsabilidade programar, desenvolver e produzir material cuja característica de conteúdo capte a atenção da audiência a que se pretende chegar.
- O meio tem como segunda responsabilidade assegurar aos anunciantes, que inserem uma mensagem ou anúncio, acesso à audiência.
- Lançar um projeto sem planejar a que audiência específica será dirigido provavelmente o condena ao fracasso antes de começar.

No modelo de comunicação, o meio é o elo que une a audiência com o emissor da mensagem. Gerar uma audiência, captar e manter sua atenção é algo que os meios alcançam ao conceituar, desenvolver, produzir e difundir um conteúdo, que pode estar focado em formação, educação, informações, notícias, entretenimento, diversão ou uma mistura deles.

Conhecer a audiência

Para que uma comunicação seja

eficiente, é necessário compreender o segmento da população ao qual o emissor quer se dirigir, entendendo as diferentes linguagens, necessidades, percepções e valores culturais do público.

As comunicações genéricas chegam a uns poucos, particularmente quando se quer afetar o conhecimento, a predisposição ou a conduta das pessoas.

O conhecimento da audiência ajuda a saber a qual público quer se dirigir o meio. Seguindo o perfil do mesmo, por exemplo, por um meio gráfico, o chefe da redação determina a criação de suplementos com o fim de chegar a um público específico, ao qual a peça gráfica não chega. Os suplementos são criados segundo a necessidade da audiência, ou também se cria uma necessidade do receptor mediante a publicidade.

Segmentação da audiência

Jorge Frascara, em Definindo a audiência, estabelece os seguintes critérios de segmentação da audiência:

Geográfico	Demográfico	Socioeconômico
Atende à divisão de um país em suas zonas cardeais (norte, sul etc.), a diferenciação entre a área rural e os diferentes graus de urbanismo.	Contempla o número de habitantes, sexo, idade, estado civil, nacionalidade e religião.	Compreende renda, nível econômico, profissão, educação etc.

Também existem classificações sociológicas: expectativas, valores e objetivos (por exemplo: economia, eficiência, beleza, luxo etc.).

Características pessoais psicológicas permitem diferenciar entre líderes, seguidores, imitadores, aventureiros, conservadores etc.

Certos problemas sociais específicos geram divisões no mercado, tais como o feminismo, a pobreza, o meio ambiente, o homossexualismo etc.



A eficácia comunicativa
requer a definição da
audiência.

Informação quantitativa e qualitativa

A informação pode ser obtida de maneira quantitativa ou qualitativa:

A informação quantitativa requer grandes números, trabalho com pesquisas e análise de dados estatísticos. Tem como objetivo a medição de fenômenos sociais e sua expressão em valores matemáticos.

A informação qualitativa é obtida a partir de entrevistas pessoais, individuais ou em grupos, e de um diálogo aberto com representantes do segmento estudado. Descreve e expressa observações acerca de fenômenos sociais.

A informação obtida pode ser apresentada por meio de diferentes gráficos:

Quadro explicativo, gráfico de barras, gráfico de torta, gráfico simples.

O estudo e a análise da audiência devem ser incluídos na investigação prévia, ou seja, antes de começar a desenhar qualquer ferramenta de comunicação (p. ex., jornal, programa de rádio, TV, página da web etc.).

Toda vez que se tem a atenção de uma audiência, há a possibilidade de inserir um conteúdo. O meio oferece a uma determinada audiência o benefício de um conteúdo de seu particular interesse. Ao mesmo tempo, oferece aos anunciantes o benefício de contar com a atenção que essa audiência pode dar às suas mensagens de comunicação.

O meio tem então como primeira responsabilidade programar, desenvolver e produzir material cuja característica de conteúdo capte a atenção da audiência a que se pretende chegar. E o meio tem como segunda responsabilidade assegurar aos anunciantes, que inserem uma mensagem ou anúncio junto a esse conteúdo, acesso à audiência.

A programação do conteúdo deve sujeitar-se às características da audiência cuja atenção se pretende captar, favorecendo uma diversidade de temas relacionados com os interesses específicos desse público.

O desafio é como desenvolver esse conteúdo. Não pensar em termos de audiência significa uma falta de respeito ao público. Isto se traduz normalmente em um conteúdo pobre, que por sua vez se reflete em uma menor quantidade e qualidade de audiência, diminuindo o valor do meio ante os anunciantes, seu público e a própria sociedade.

Lançar um projeto sem planejar para qual audiência específica será dirigido é condená-lo ao fracasso antes mesmo de começar.

A solução para isto é averiguar quem seriam os interessados em nossos produtos ou conteúdo, e para tanto existem várias estratégias.

Estratégias para conhecer a sua audiência

1. Acompanhar a concorrência

Se estiver planejando lançar um programa, uma revista ou uma página da web, você deve investigar o que estão realizando “os outros” que já fazem algo similar ao seu projeto. Veja o que oferecem, como o oferecem, que conteúdo trabalham, em que tempo, como estruturam seus programas, as críticas e comentários que geraram etc.

2. Siga os fóruns, páginas da web, jornais e o “boca a boca”

Localize fóruns, jornais e páginas da web que falem sobre os programas e escute as pessoas na rua, no transporte público, os adolescentes. Veja que assuntos são os mais tratados, as dúvidas que são colocadas, o que desagrada e aquilo de que a audiência gosta. Inclusive você pode montar uma pesquisa improvisada por telefone, ou por outro meio, para perguntar o que mais lhes interessa.

3. Pesquisas

A pesquisa é uma das formas tradicionais de sondar os usuários acerca de seus gostos. É um bom recurso porque permite

É preciso considerar os futuros usuários de seu meio ou programa no momento de produzi-lo. Planejar com cuidado os objetivos é crucial para que um projeto tenha êxito. Pense em quem serão seus leitores, ouvintes ou audiência, por que gostariam de “ler”, “ver”, “escutar” ou “visitar”, no caso de uma página da web, e até que ponto realmente lhes interessa o que vai ser oferecido.



A programação do conteúdo deve sujeitar-se às características da audiência.

propor algo pontual e oportuno à sua audiência. Existem muitos tipos de serviços gratuitos de pesquisas, e para todos os gostos. Alguns interessantes são: www.enquetes.com.br, www.google.com/webmasters/tools, etc.

4. Estatísticas

É útil observar quais são os produtos consumidos através dos meios, em quais horários, em quais segmentos etc., para seguir criando o conteúdo.

5. Web social

Devemos nos adaptar às novas tendências que surgem na internet se queremos ser pioneiros em nosso campo. O tema da web social tornou-se muito popular. Com um pouco de inteligência podemos utilizar isto para o nosso benefício, conhecendo um pouco mais sobre nossa audiência.

Contudo, não é bom relaxar e deixar de analisar a sua audiência, já que os gostos das pessoas mudam, e o que dá resultado hoje pode não dar amanhã.

Uma primeira opção com a web social é analisar as notícias que as pessoas enviam sobre os temas que tratamos. Por exemplo, se nosso programa é sobre automobilismo, seria bom começar buscando essa palavra em algumas das muitas webs sociais existentes atualmente, para ver quais são as notícias mais votadas e quais as que menos interessam.

A sondagem

Alguns meios têm mais facilidade que outros para conhecer o alcance de seus produtos. Por exemplo, a imprensa escrita dispõe de um número mais ou menos aproximado de seus leitores, graças ao número de exemplares vendidos. O cinema conhece o número exato de seus espectadores pela bilheteria. Sondagem é a técnica empregada para medir as audiências na televisão. O método consiste em selecionar um determinado número de pessoas, ao qual se denomina amostra, e perguntar-lhes sobre seu consumo dos produtos transmitidos pela televisão. Pressupõe-se que as pessoas escolhidas são representativas da audiência total a medir, podendo-se globalizar os resultados individuais.



Instruções

a) Responda com suas próprias palavras:

1. A que se denomina audiência?

2. Por que é importante conhecer a audiência?

b) Para trabalhar em grupo:



A comunicação como ferramenta evangelística

Lição 7

A comunicação como ferramenta evangelística

Jesus investiu três anos ministrando aqui na terra. Andou por toda parte pregando o reino de Deus para as multidões e demonstrando sua divindade com as obras milagrosas que fazia.

Jesus investiu muito tempo com doze homens que escolheu cuidadosamente e logo treinou em uma situação de aprendizagem de campo e experiência.

Ao finalizar os três anos de ministério, Jesus havia alcançado duas metas em termos de estratégia:

- Por um lado, havia saturado a mente das multidões com seus ensinamentos.
- Por outro lado, treinou os doze em profundidade para entrar em suas tarefas e realizar a colheita que estava pendente.

Depois de sua morte e ressurreição, o cumprimento de sua missão e propósito, deu aos seus seguidores uma grande comissão evangelizadora, disse-lhes: “fazei discípulos”.

Pessoas que viviam em diferentes comunidades, culturas e lugares se reuniam para estabelecer novas relações. Tornaram-se irmãos e irmãs em Cristo, membros da família de Deus, e assim estabeleceu-se uma nova força em cada cidade. Cada igreja local era uma nova sociedade humana dentro da cidade onde os crentes viviam, trabalhavam e realizavam suas tarefas cotidianas.



Objetivos

- Ensinar de que maneira a comunicação é uma ferramenta poderosíssima na proclamação da Palavra de Deus.
- Analisar os métodos de comunicação que empregaram os primeiros cristãos.



Ideias principais

- Por toda parte, para conquistar nossas cidades, todo crente deve falar a boa notícia, comunicar o evangelho, isto é, quem é Jesus e por que veio ao mundo.

Todos nós, como filhos e filhas de Deus, envolvidos no ministério da comunicação do evangelho, somos protagonistas neste processo. Todos agora somos missionários no meio onde servimos ao Senhor e ao próximo.

O propósito é que tenhamos clareza quanto à mensagem que temos que comunicar, se é que desejamos cumprir nossa missão.

No livro de Atos encontramos várias palavras básicas para o processo de comunicação do evangelho aos não cristãos.

A consideração dessas palavras pode ajudar a entender como se alcançou para Cristo o incrédulo mundo antigo do primeiro século sem ministérios cristãos massivos.

Como se ganhou um milhão de pessoas em menos de setenta anos dentro do Império Romano e muito mais fora do mesmo?

Como foi possível que esses 120, três mil e cinco mil tenham ganho em tão pouco tempo as suas cidades?

a) Os cristãos falaram

1. A palavra “laleo” é uma das mais usadas no original do Novo Testamento e se traduz como “falar” ou “dizer”.

A palavra mais comum utilizada para apresentar a mensagem do evangelho aos primeiros cristãos foi “laleo”, falar o evangelho, e se emprega em quase todos os contextos.

Atos 4.1. Os discípulos falaram ao povo, que era sua **audiência**.

Atos 4.31. Falaram a Palavra de Deus, que era sua **mensagem**.

Atos 4.31. Falaram com audácia, sua **maneira de fazê-lo**.

Atos 5.40. Falaram em nome de Jesus, sua **autoridade**.

Todos nós, como filhos e filhas de Deus, envolvidos no ministério da comunicação do evangelho, somos protagonistas neste processo. Todos agora somos missionários no meio onde servimos ao Senhor e ao próximo.



Você é uma conexão fundamental entre a igreja local e o cumprimento da Grande Comissão.

Atos 11.19,20. Falaram a judeus e gentios, **seu alcance**.

Atos 14.1. Falaram de maneira a crer uma grande multidão, **sua efetividade**.

Atos 16.32. Falaram a indivíduos e grupos, **sua estratégia**.

Tudo o que temos que fazer para ganhar nossa cidade é falar.

José Hernández diz em Martín Fierro: “O companheiro [mate] só serve se tiver a boca aberta”. O cristão é uma testemunha, fala. Com a boca fechada não serve.

Além de falar, aqueles cristãos evangelizaram.

b) Os cristãos evangelizaram

A palavra é “euangelizo”, que se traduz frequentemente dizendo que os seguidores de Cristo “pregaram” o evangelho ou “contaram” as boas-novas. A diferença de “falar” é que esta palavra encerra em si mesma o conteúdo da mensagem.

Evangelizar é falar, mas é falar o evangelho: “euangelizo”.

Refere-se tanto à mensagem que deve ser falada como ao próprio processo da comunicação. Lucas combina ambas as ideias em Atos 5.42: “*E todos os dias, no templo e de casa em casa, não cessavam de ensinar e de pregar [euangelizo] Jesus, o Cristo*”.

Este processo foi levado a cabo tanto por indivíduos como grupos e o desenvolveram todos os crentes.

c) Os cristãos ensinaram

A palavra é “didasko”, ensinar, é uma das mais comuns no Novo Testamento para descrever a edificação dos crentes, mas utiliza-se também com relação à evangelização.

A tarefa evangelizadora dos apóstolos é descrita em Atos como ensino.

O que podemos fazer a partir dos meios para atenuar este problema de superficialidade e falta de doutrina?

É preciso ensinar a Palavra de Deus.



O rádio pode ser um meio para ensinar o evangelho?

Ensinar os não crentes é um processo mais sofisticado que simplesmente falar. Qualquer crente pode falar e evangelizar, pois isto é tarefa de todos. Mas ensinar demanda mais perícia e conhecimento, envolve mais que falar do evangelho de Cristo, inclui a apresentação de toda a mensagem das Escrituras.

d) Os cristãos pregaram

1. A palavra “kerysso” significa “gritar” ou “proclamar como um arauto”.

Atos 8.5,6 diz: *“Filipe, descendo à cidade de Samaria, anunciava-lhes a Cristo. As multidões atendiam, unânimes, às coisas que Filipe dizia, ouvindo-as e vendo os sinais que ele operava”.*

Os que têm o chamado, o dom e os talentos necessários podem estar atrás de um microfone para fazer o kerysso.

2. A palavra “pregar” é utilizada em primeiro lugar em relação às atividades de certas pessoas-chave no livro de Atos, como Filipe, Pedro e Paulo.

Da mesma forma que ensinar, pregar deve ser a responsabilidade de certos indivíduos dotados, que foram escolhidos por Deus para proclamar de maneira especial o evangelho.

e) Os cristãos anunciaram

1. A palavra “katangello” está relacionada a “kerysso” e significa anunciar em público ou proclamar e dizer amplamente. Paulo anunciava a Palavra de Deus.

O anúncio público não é uma tarefa para todos os crentes, mas para aqueles que têm o dom, a habilidade especial para isso.

Assim como “kerysso”, é usada em Atos para descrever a comunicação dos líderes apostólicos, especialmente no ministério de Paulo.

Anúncio público do evangelho que se pode fazer atrás de um microfone. Paulo anunciava [katangello] a Palavra de Deus.

f) Os cristãos testificaram

A palavra “martyreo” significa “dar testemunho”.



“Mas recebereis poder, ao descer sobre vós o Espírito Santo, e sereis minhas testemunhas tanto em Jerusalém como em toda a Judeia e Samaria e até aos confins da terra” (At 1.8).

Em Atos usa-se muito mais que “martyreo” a palavra “diamartyromai”, que indica um testemunho solene, afirmação com ousadia. Tem conotações espirituais e emocionais. Dar testemunho com fundamento, um testemunho sólido.

Não estavam simplesmente apresentando ou informando o evangelho, estavam provando e dando evidência de que Jesus era o Cristo, a partir do Antigo Testamento e da própria experiência, para convencer o incrédulo da verdade do evangelho.

g) Os cristãos arrazoavam

1. A palavra “dielegomai” significa arrazoar, refletir com, discutir. Utiliza-se somente em relação a Paulo com o mundo não cristão, em particular o mundo greco-romano.

A palavra não aparece em Atos até que Paulo chega a Tessalônica.

Atos 17.1,2 diz: *“Tendo passado por Anfípolis e Apolônia, chegaram a Tessalônica, onde havia uma sinagoga de judeus. Paulo, segundo o seu costume, foi procurá-los e, por três sábados, arrazoou [dielegomai] com eles acerca das Escrituras”.*

Isto não era proclamação, pregação, ensino; isto era diálogo, discussão, arrazoar com os ouvintes.

Tessalônica era uma cidade grega, comercial e cosmopolita de cultura muito sofisticada. Paulo segue comunicando o evangelho, mas muda sua metodologia porque está em um contexto intelectual e cultural diferente.

À medida que se dá este processo de comunicação, mediante discussão e diálogo intenso, o ministério de Paulo se introduz em uma cultura pagã permeada pelo pensamento greco-romano. A forma de entrar ali não era com uma pregação de confrontação, mas mediante a discussão a que os gregos estavam acostumados em seu exercício filosófico.

Paulo adotou uma metodologia evangelizadora que pudesse alcançar essas pessoas com maior efetividade, estabeleceu-se em cidades estratégicas, aprendeu sua

Às vezes não nos damos conta de como a mensagem é aceita ou recusada segundo a cultura de nossos ouvintes.

maneira de pensar e ensinou-lhes as Escrituras em profundidade, segundo sua disposição mental e emocional.

Comunicação do evangelho nas epístolas

Quando alguém rastreia o processo de comunicação do evangelho no livro de Atos, o enfoque cai sobre as ações e funções dos primeiros cristãos e como eles falavam, evangelizavam, ensinavam, testificavam, arrazoavam sobre Cristo para os não crentes.

Quando saímos de Atos e entramos nas epístolas, “as ações e funções” se transformam em “diretivas e ordens”, e o enfoque se concentra sobre os deveres dos crentes.

Esta mudança de enfoque é lógica, o propósito de Lucas era “registrar” os atos dos seguidores de Cristo. As epístolas foram escritas para ensinar e nutrir aqueles que haviam aceitado o evangelho.

As epístolas agregam uma nova dimensão à maneira como a evangelização era realizada pelas igrejas já implantadas.

O impulso evangelizador deveria continuar nas cidades em que havia igrejas implantadas. A realidade havia mudado. O esforço inicial de abrir a brecha já havia sido feito, agora havia igrejas fundadas, crentes ganhos; para continuar a tarefa, era preciso mais do que verbalizar a mensagem.

Estar plantado em uma cidade requer **vidas transformadas**.

A evangelização tem que estar alinhada com um estilo de vida cristão em nível individual e coletivo e tem que se manifestar em todas as esferas da vida.

No plano laboral, social, filial, o cristão tem que mostrar que a mensagem que fala, proclama, evangeliza, ensina e arrazoá é autêntica e suficiente para transformar uma vida.

O livro de Atos e as epístolas do Novo Testamento não deixam dúvida de que o grande impacto evangelizador de um grupo de crentes em uma cidade se baseia, antes de tudo, em um testemunho individual e coletivo frente ao mundo incrédulo e deve refletir amor, unidade e um estilo de vida de santidade. Este é o pano de fundo sobre o qual se deve apresentar a mensagem do evangelho. Se Pedro

e Paulo evangelizassem na atualidade, por certo se maravilhariam de conhecer os meios de comunicação que tornam possível hoje esta tarefa e que permitem chegar a centenas e milhares de pessoas. “Nosso mundo necessita de verdadeiras testemunhas de Cristo”.

Artigo apresentado pelo Dr. Pablo Deiros no Equador durante o Congresso de Comunicadores organizado por HCJB.



Instruções

1. Mencione as duas metas em termos estratégicos que Jesus alcançou ao término de seus três anos de ministério.

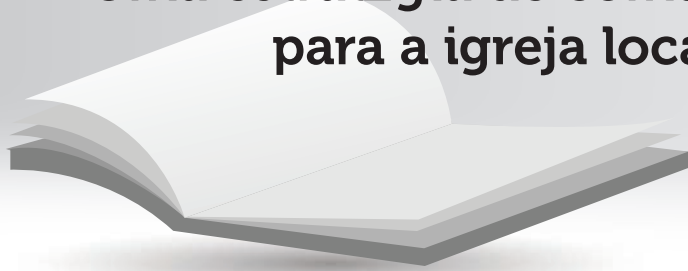
2. Interprete o conceito “estar plantado em uma cidade”; o que isso requer?



Uma estratégia de comunicação para a igreja local

Lição 8

Uma estratégia de comunicação para a igreja local



Objetivos

- Compreender que os meios são ferramentas que nos permitem proclamar a mensagem em lugares de difícil acesso.
- Desenvolver ministérios que são gerados pelo avanço da tecnologia, como: rádio, televisão, internet e outros.



Ideias principais

- Os meios são ferramentas em nossos esforços de divulgar a mensagem cristã, sementes da planta do evangelho. Constroem uma ponte entre os contatos e os trabalhadores da igreja que proporcionarão seguimento e realizarão o trabalho de plantar igrejas e desenvolvê-las.

Os meios são parte de nossa vida. São tão comuns como o alimento que comemos ou o ar que respiramos. Os meios influenciam, apresentam diferentes opções e mudam as vidas das pessoas. Os meios servem para conectar as pessoas.

Para nós, como cristãos, os meios levam consigo um sentido de urgência que não é comum na vida diária: a urgência de anunciar a mensagem. A verdade da informação em que cremos tem implicações para cada ser humano. As palavras de Jesus aos seus discípulos foram: vão e digam a cada um, em todos os lugares (ver Mc 16.15). Há clareza, paixão e urgência na declaração: vá, diga e comunique. Está tão claro como qualquer mandamento nas Escrituras. A informação que possuímos é a mensagem de Deus, o Criador deste mundo! Que missão e tarefa incrível temos em nossas mãos!

A primeira referência aos meios na história cristã é o registro e a circulação das Escrituras, os relatos e histórias do relacionamento de Deus com as pessoas. Quarenta autores, antes e depois de Cristo, escreveram os 66 livros que formam a Bíblia, a obra de maior circulação no mundo. Foi a invenção-chave de Gutenberg no século XV que moveu os meios e o evangelho a um novo nível de impacto.

Todavia, essa invenção empalidece em comparação às

possibilidades além da imaginação que os meios nos oferecem hoje. A eletrônica digital, a televisão, o rádio, a internet, o podcast¹, a tecnologia celular, o desenho rápido e a capacidade de impressão via computador têm possibilitado que a mensagem de Jesus Cristo esteja disponível para qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo.

Como responderemos?

Que estratégias podemos utilizar para penetrar os “sanctums internos” com o evangelho? Como podemos atravessar as barreiras físicas, emocionais e espirituais e passar pelos filtros de um mundo saturado de informação?

Os meios eletrônicos não conhecem limites. Podem penetrar edifícios, casas e apartamentos com muita segurança, alcançam as favelas, entram em escritórios, restaurantes e, inclusive, nas prisões. O rádio também alcança as pessoas em carros em movimento, ônibus, trens e metrô. Os meios permitem que alcancemos as pessoas onde estão, vivem e trabalham.

Utilizamos os meios para estimular uma resposta da audiência a uma mensagem baseada na necessidade do evangelho. É um elemento estratégico e serve como ferramenta, não como fim em si mesmo. Os meios são uma ferramenta em nossos esforços para divulgar a mensagem cristã, sementes da planta do evangelho. Constroem uma ponte entre os contatos e os trabalhadores da igreja que darão seguimento e realizarão o trabalho de plantar igrejas e desenvolvê-las.

Os meios são uma ferramenta em nossos esforços para divulgar a mensagem cristã.

Os meios podem ser utilizados para estimular o contato com os não convertidos. A ideia dominante é encontrar pessoas interessadas, machucadas e com fome espiritual para responder a nossos programas de rádio / TV / internet e nos contatar.

O ministério por rádio

As mensagens devem centrar-se no evangelho, com produções de alta qualidade que idealmente devem ser veiculadas em rádios seculares. Convém que cada programa termine com a informação que dará à audiência a oportunidade de entrar em contato com o ministério. É importante que o formato da mensagem (música,



Os meios nos permitem chegar a todos e em todo o mundo.

estilo etc.) se ajuste ao formato da emissora de rádio e seja apropriado para o público-alvo: por exemplo, jovens entre 18 e 25 anos etc.

O ministério de secretaria eletrônica

Um meio versátil e de baixo custo. As mensagens mais eficazes de modo geral são programas de dois minutos e de alta qualidade que funcionam 24 horas e terminam dando uma informação para contato.

O ministério televisivo

A produção televisiva segue as mesmas pautas básicas do conteúdo de rádio. Os valores da produção devem contar com qualidade na difusão, o que significa que o custo será substancial. A TV pode ser viável em muitos países onde o governo tem as estações e a programação é escassa. Nossa experiência tem sido que, frequentemente, o tempo de transmissão pode ser obtido gratuitamente dos canais a cabo locais da comunidade.

O ministério por internet

As produções de áudio e vídeo utilizadas no rádio e na televisão podem também ser preparadas para diferentes formatos com base na internet. Os formatos de podcast permitem que os programas sejam assistidos em dispositivos MP3 portáteis. O vídeo pode ser transferido para computador ou assistido diretamente de um site na web. Estes formatos também podem ser enviados para celulares, permitindo que os membros da audiência se comuniquem com o ministério através de mensagens de texto.

A partir do primeiro contato, começa o acompanhamento. É importante ter uma equipe treinada para dar o toque pessoal à sua audiência. Certamente o membro da audiência entrou em contato porque tem uma necessidade. A equipe de acompanhamento deve ouvi-lo e tratar essa necessidade. Esse toque pessoal pode ser feito através de um e-mail ou uma chamada telefônica, mas é preferível fazer uma visita pessoal.

Os funcionários da rádio devem manter os registros de todos os contatos, usá-los com discrição e identificar rapidamente os não convertidos.

Uma abordagem evangelística tem provado ser mais eficaz

nas visitas iniciais. Se a pessoa parece buscar ou começar a discutir sua vida espiritual, deve-se convidá-la para frequentar a igreja local ou talvez um estudo bíblico. Os contatos podem ser organizados em grupos de estudos, iniciando-se o processo de discipulado.

A estratégia deve incluir um plano integral da missão, de modo que trabalhe em coordenação com os outros ministérios, e não em competição com eles.

É muito importante manter arquivos atualizados dos contatos. Idealmente, devem ser localizados em um mapa da área do ministério e integrados em uma lista de envio. Além disto, deve-se guardar as fichas com anotações a respeito das visitas pessoais.

Uma vez que as culturas e os ambientes são tão variados, é importante adaptar a estratégia mais apropriada. Programas mais curtos em algumas sociedades podem ser um veículo excelente para alcançar as pessoas, enquanto programas mais longos em diversos formatos dão melhores resultados em outros âmbitos.

Deve-se fazer uma análise cuidadosa antes de desenvolver uma estratégia em toda a área.

Há alguns fatores críticos que devem ser considerados antes de colocar a estratégia em prática:

1. A oração deve ser o ponto central do planejamento e da execução.
2. Os contatos, segundo definidos aqui, incluem dois tipos de pessoas: os profissionais que podem ajudar-nos a realizar nosso trabalho de alcançar as pessoas, e o público que ouve nossos programas e entra em contato. Desta maneira poderemos anunciar-lhes o evangelho de Cristo. Além de serem alvos evangelísticos, esses contatos podem dar muitos frutos, já que cada um deles tem família e amigos.
3. Todos os envolvidos em colocar a estratégia em prática devem receber treinamento em comunicação e no uso de meios no ministério evangelístico.
4. O acesso à área objetiva da audiência é primordial para

adaptar/desenvolver a estratégia. É imperativo entender a pessoa com quem você está trabalhando e conhecer suas necessidades.

Podemos alcançar muitas pessoas, mas não devemos perder de vista o fato de que alcançá-las é apenas uma parte do processo. Deus desejou alcançar-nos, ele enviou pessoalmente a mensagem. A equipe de acompanhamento de nossos contatos continuará sendo o instrumento principal do Espírito Santo para conversões e crescimento da igreja.

Usando os meios teremos uma ferramenta perfeita para superar muitas das barreiras da vida diária, tais como as barras de ferro, os sistemas de segurança e inclusive as paredes da prisão.

Como cristãos, necessitamos usar os meios com mais eficiência que qualquer outra pessoa. Deus permite o desenvolvimento da tecnologia para que tenhamos os meios de comunicação e os usemos para estender seu reino.

Como seus seguidores, por que não usar a tecnologia em sua capacidade máxima?

Nunca foi tão fácil usar a tecnologia; habilidades avançadas e treinamento não são necessários para colocar esses novos meios para trabalhar a seu favor. A onda do youtube.com é prova de que a produção amadora tem impacto na cultura de hoje. Utilize os meios para ministrar. Crie meios para ministrar. Sua influência e impacto serão multiplicados para a glória de Deus.



Podemos usar a tecnologia para anunciar a mensagem de Deus?

¹Segundo Wikipedia: Podcasting é uma forma de publicação de arquivos de mídia digital (áudio, vídeo, foto, PPS etc.) pela internet, através de um alimentador, que permite aos usuários acompanhar a sua atualização. Com isso, é possível o acompanhamento e/ou download automático do conteúdo de um podcast.



Instruções

1. Selecione um dos ministérios citados nesta lição e elabore uma estratégia para sua comunidade, levando em conta as necessidades básicas que ela apresenta.

2. Existe algum meio em sua comunidade que, embora não seja utilizado, pode ser importante para estender o reino de Deus? Explique.



Ministério através dos meios de comunicação



O que é que Jesus espera do seu discípulo? Qual é o nosso chamado? Como é que podemos servir a Cristo em nossa Igreja local? Estas são perguntas fundamentais que todos nós devemos fazer a nós mesmos, diante de Deus.

Esta série de cursos de auto estudo **DISCÍPULOS EM MINISTÉRIO (DEM)** tem o propósito de edificar as pessoas que creram em Jesus como seu Salvador pessoal e Senhor, e que estejam dispostas a cumprir o seu mandato de fazer discípulos, em todas as nações (Mateus 28.19).

O Programa (DEM) é composto por seis cursos gerais e nove cursos especializados em cada ministério específico. Os primeiros seis nos orientam nos passos básicos do discipulado cristão:

- Quem é Jesus e o que significa segui-lo?
- O que significa estar em Cristo?
- O que significa ser parte do povo de Deus?
- O que significa crescer à semelhança de Cristo?
- O que significa ser um líder?
- O que significa ser um servo líder?

Os nove cursos restantes nos oferecerão conteúdos especializados em diferentes ministérios como Evangelismo, Ministério Pastoral Básico, Educação Cristã, Comunicações Cristãs: Mídia e Literatura, Compaixão Cristã, Liderança, Ministério da Mulher, Missões Cristãs e Ministério de Juventude.

Cada curso será dividido em oito lições, quer para o estudo individual, quer em grupo. Estes materiais distintos nos ajudarão a nos especializarmos em nosso chamado para servir a Jesus.

Agora somos “... *geração eleita, o sacerdócio real, a nação santa, o povo adquirido, para que anuncieis as grandezas daquele que vos chamou das trevas para a sua maravilhosa luz*” 1 Pedro 2.9. Uma das melhores maneiras de anunciar as virtudes de Jesus é demonstrando quem é ele, por meio de um ministério em nossa Igreja local; sendo realmente uma parte ativa no Reino de Deus.

Nossa oração é para que você encontre sua função no “Corpo de Cristo”, e que esta série de cursos o ajude a tornar-se um discípulo envolvido em um ministério na igreja local. Por essa razão Deus o salvou e agora você é parte do Corpo de Cristo.