



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

JÉSSICA RAÍSSA FERREIRA COSTA DA SILVA

DA IGREJA AO DIGITAL: Planejamento de Comunicação para IABV IPSEP

Recife

2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

JÉSSICA RAÍSSA FERREIRA COSTA DA SILVA

DA IGREJA AO DIGITAL: Planejamento de Comunicação para IABV IPSEP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco.

Orientador (a): Profa. Dra. Karla Regina Macena Pereira Patriota

Recife

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Jéssica Raíssa Ferreira Costa da.

Da igreja ao digital: Planejamento de Comunicação para IABV IPSEP /
Jéssica Raíssa Ferreira Costa da Silva. - Recife, 2022.
67 : il., tab.

Orientador(a): Karla Regina Macena Pereira Patriota
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Publicidade e Propaganda -
Bacharelado, 2022.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Planejamento. 2. Igreja . 3. Comunicação. 4. Estratégias . 5. Redes Sociais
. I. Patriota, Karla Regina Macena Pereira. (Orientação). II. Título.

070 CDD (22.ed.)

JÉSSICA RAÍSSA FERREIRA COSTA DA SILVA

Da igreja ao digital: Planejamento de Comunicação para IABV IPSEP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco.

Aprovado em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Karla Regina Macena Pereira Patriota (Orientadora)
Docente DCOM/Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Dirceu Tavares (Examinador Interno)
Docente DCOM/Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Ms. Drielle Andrade (Examinador Externo)
Pesquisadora em Comunicação e bolsista da FACEPE.

RESUMO

O presente trabalho apresenta um planejamento de comunicação criado para Igreja Apostólica Batista Viva no IPSEP (IABV IPSEP). Com a chegada da pandemia, diversas igrejas precisaram ampliar a sua atuação nos espaços digitais, com a IABV IPSEP não foi diferente. A Igreja começou a desenvolver várias atividades online no período pandêmico, contudo necessitando de ajustes e melhorias em suas estratégias. Desse modo, através de pesquisas com os membros da igreja e com a equipe de comunicação, criamos este Plano de Comunicação para trazer novas estratégias e oferecer processos mais assertivos para que a instituição venha validar ainda mais sua presença nas mídias sociais e continuar crescendo no âmbito online.

ABSTRACT

The present work presents a communication plan created for Igreja Apostolica Batista Viva no IPSEP (IABV IPSEP). With the arrival of the pandemic, several churches needed to expand their performance in digital spaces, with IABV IPSEP it was no different. The Church began to develop several online activities in the pandemic period, however, it needs adjustments and improvements in its strategies. In this way, through research with church members and the communication team, we created this Communication Plan to bring new strategies and offer more assertive processes so that the institution will further validate its presence on social media and continue to grow in the online.

AGRADECIMENTOS

“Que darei ao Senhor por todos os seus benefícios para comigo?” (Salmos 116: 12)

Realizar esse trabalho não teria sido possível sem a ajuda de tantas pessoas, mas começo dando graças a mais importante de todas, o Senhor Jesus. Graças a Ele tive a oportunidade de ingressar nessa Universidade, depois de algumas tentativas, e em todo tempo fui sustentada por seu infinito amor, cuidado e sabedoria em cada etapa que passei como estudante.

Aos meus pais e irmão, que me apoiaram, me incentivaram, me deram forças quando achei que não iria conseguir mais uma noite acordada fazendo seminários, além de todo investimento em minha vida acadêmica. Ao meu avô David que não importava a maneira, mas sempre deu seu jeito de auxiliar. A minha querida família que me ajudou de diversas formas e acreditou em mim em todo tempo.

Aos meus pastores Isaltino e Ana Dácia Luna, por serem suporte, por todas as dúvidas tiradas e por confiarem em meu trabalho e dedicação para nossa amada igreja. Aos queridos membros da IABV IPSEP por colaborarem com a pesquisa. A minha líder Isabel, amigas e amigos que ajudaram, incentivaram e acompanharam meu desenvolvimento ao longo desses anos.

Também sou grata a minha querida orientadora Karla Patriota, a qual esteve presente em todo momento, mesmo com os desafios que surgiram na jornada, que apontou o que de melhor poderia ser feito nesse trabalho de conclusão. Por ter me ajudado a perceber que de fato planejamento será minha futura área de atuação, além das trocas de conhecimentos e experiências ao longo da pesquisa.

Agradeço também as minhas maravilhosas amigas, Júlia, Mirela, Mari e Bia por dividir comigo esses 4 anos de universidade, trazendo leveza em cada período, trabalho, prova que passamos e fazerem parte dessa fase da minha história, com elas foi bem mais fácil. Sentirei muitas saudades de tudo o que vivemos até aqui.

Aos meus professores que compartilharam tantos ensinamentos e experiências, auxiliando em minha formação acadêmica e contribuindo para que eu seja uma publicitária de grande sucesso.

Por fim, mas não menos importante, eu agradeço e dedico também esse trabalho a minha amada avó Severina, que nos deixou ano passado (2021) de maneira inesperada, por quem eu sinto muitas saudades, e tenho certeza que estaria vibrando pela realização de um sonho em que ela também contribuiu e sonhou junto comigo. Te amo pra sempre vovó!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Organograma da igreja.	14
Figura 2: Organograma do Ministério de Mídia	18
Figura 3: Gráfico da faixa etária da IABV IPSEP de acordo com a survey.....	27
Figura 4: Gráfico com o recorte da faixa etária 26 aos 60 anos.....	27
Figura 5: Gráfico em barra mostrando o percentual da participação dos cultos.....	28
Figura 6: Gráfico percentual dos ministérios e atividades que os membros estão envolvidos.....	29
Figura 7: O total de seguidores e um gráfico que mostra o crescimento dos usuários.....	33
Figura 8: Faixa Etária dos seguidores predominando 35 a 44 anos e 25 a 34 anos, respectivamente. Aqui pode-se ver uma similaridade com as respostas da survey.....	33
Figura 9: Principais localidades que os seguidores se encontram. Destacando Recife e Jaboatão dos Guararapes como as que sobressaem-se.....	34
Figura 10: Gênero que prevalece entre os seguidores são as mulheres, sendo mais da metade do público.....	34
Figura 11: Número de contas que estão ativamente engajadas com o perfil no período de 90 dias.....	35
Figura 12: Número de contas que estão ativamente engajadas com o perfil no período de 14 dias.....	36
Figura 13: Gráfico de seguidores e não seguidores engajados na conta da IABV IPSEP no período de 90 dias.....	36
Figura 14: Principais localidades que os seguidores se encontram.....	37
Figura 15: Principais faixas etárias que estão ativamente correspondendo com as postagens.....	37
Figura 16: Gênero que prevalece entre os seguidores engajados também são as mulheres.....	38
Figura 17: Post da Festa dos Tabernáculos, evento que ocorre anualmente na igreja.....	39
Figura 18: Post do culto de domingo.....	40
Figura 19: Post flyer com frase da Missionária Edméia Williams.....	40
Figura 20: Post de fotos referente ao evento Marcha por Jesus ocorrido em Agosto de 2022.....	41

Figura 21: Post de fotos referente a Conferência Interna que ocorreu em Junho de 2022.....	41
Figura 22: Post flyer em comemoração ao “aniversário” ministerial da Pastora Ana Dácia esposa do Pastor Presidente.....	42
Figura 23: Número atual (10/09/22) de inscritos no canal da IABV IPSEP.....	43
Figura 24: Gráfico do desenvolvimento do número de inscritos.....	44
Figura 25: Número de espectadores recorrentes e únicos no canal.....	44
Figura 26: Gráfico da faixa etária e gênero que mais assistem ao conteúdo da igreja. Em azul são as mulheres e em roxo os homens.....	45
Figura 27: Cronograma com ideias de temas para serem discutidos no Workshop para os ministérios.	56
Figura 28: Modelo de como pode ser criado o planejamento de conteúdo para as redes sociais. Esse em específico é para o Instagram.....	57
Figura 29: Calendário Anual de datas comemorativas para a IABV IPSEP.....	58
Figura 30: Exemplo de arte para o Story referente a programação diária da igreja.....	59
Figura 31: Infográfico sobre o ministério de ação social como feedback para os membros da igreja, estimulando as doações.....	60

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	10
2.	OBJETO DE ESTUDO	12
2.1	ORGANOGRAMA DA IABV IPSEP.....	14
2.2	ORGANOGRAMA DO MINISTÉRIO DE MÍDIA	17
3.	MISSÃO, VISÃO E VALORES DA IABV IPSEP	20
3.1	MISSÃO	20
3.2	VISÃO	21
3.3	VALORES	21
4.	ANÁLISE SWOT	23
5.	DIAGNÓSTICO DA IABV IPSEP	24
6.	PÚBLICO ALVO	26
7.	MÍDIAS SOCIAIS	31
7.1	INSTAGRAM.....	32
7.2	SOBRE O ENGAJAMENTO	35
7.3	POSTAGENS NO ÚLTIMO ANO:	39
7.4	POSTAGENS NOS ÚLTIMOS 90 DIAS (09/06/22 a 06/09/22):	41
7.5	YOUTUBE	42
7.6	WHATSAPP.....	45
8.	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	47
8.1	TOM DE VOZ	47
	APÊNDICES	56
9.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
	REFERÊNCIAS.....	62
	RELATÓRIO.....	65

1. INTRODUÇÃO

Após iniciar minha formação no curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, comecei a participar de projetos e experiências, principalmente na igreja, que contribuíram para o meu crescimento na área, adquirindo assim novos conhecimentos. Desse modo, vivenciei diversos processos e passei por equipes que me levaram onde estou hoje, sendo uma das líderes do ministério de mídia da IABV IPSEP.

Atualmente eu e outros membros da igreja, desenvolvemos várias atividades, com a equipe de comunicação, a qual chamamos equipe de mídia, presente na instituição. Por estar tão inserida nesse objeto, observei a necessidade e importância de analisar como ocorreu todo o processo do seu crescimento nas plataformas digitais com o intuito de mostrar que independente do contexto ao qual estamos inseridos, a comunicação é essencial e a presença no digital está cada vez mais indispensável seja qual for o âmbito de atuação.

Assim como para o mundo todo, a igreja também foi pega de surpresa com a chegada da Covid-19 trazendo muitas mudanças, principalmente a adaptação ao novo “normal”. A pandemia alavancou as comunidades religiosas, que por muito tempo estavam tentando de maneira orgânica, se inserirem no mundo online, porém em poucos meses todas precisaram passar por uma reconfiguração na qual necessitaram promover cultos *online*, *lives*, *webinars* e videoconferências e assim mudou seu padrão e modo de evangelizar.

O que antes parecia algo distante ou então apenas acessível para igrejas de grande porte, a migração das igrejas para o ambiente digital se tornou algo indiscutível. Pois, para manter suas atividades durante esse período da pandemia, só tinham como alternativa entrarem nesse ambiente e empregarem uma cultura digital ampliando sua visão para fora das quatro paredes, investindo não só em “recursos tecnológicos isolados, mas em soluções integradas que componham um verdadeiro ecossistema digital, conectando todas as áreas e processos do ministério”, como afirma a plataforma Inchurch.

Oportuno também apontar que mesmo após a diminuição nos casos da Covid-19, e as instituições religiosas sendo liberadas para voltar com suas reuniões presenciais, a presença digital não foi perdida e agora as igrejas também devem ter um ministério híbrido. Ou seja, o acesso à palavra de Deus e os seus ensinamentos precisam ocorrer tanto no presencial como virtualmente. Isso, foi um dos pontos e diferenciais que acrescentou a essas instituições após a pandemia.

Dessa forma, desejo externar como a publicidade pode estar presente e auxiliar diversos mundos, através de ações diretas que quando planejadas de maneira claras e objetivas, trazem grandes resultados. Outro ponto, é mostrar que após a inserção da IABV IPSEP no campo online, apresentou alguns pontos que necessitam de melhorias, para que possam conquistar melhores soluções, e assim trouxe novas estratégias para a igreja as quais serão expostas mais adiante.

2. OBJETO DE ESTUDO

Em pleno século XXI constatamos que no meio cristão protestante temos uma multiplicidade de denominações, ou seja, cada uma delas com sua individualidade e características sociais tendo importância nos lugares nos quais se firmaram e sendo sempre proclamada a palavra de Cristo.

Sendo assim, temos a igreja IABV (Igreja Apostólica Batista Viva), objeto deste trabalho. A IABV é uma igreja batista neopentecostal, vertente do evangelicalismo. Faz parte do conglomerado de igrejas do movimento de Renovação Cristã, tendo sido fundada no ano de 1986 por um grupo de catorze pessoas excluídas de uma igreja tradicional por conta da renovação espiritual diretamente relacionada ao batismo do Espírito Santo e dos seus dons¹. Em vista disso, o grupo de fundadores começaram as reuniões em uma casa localizada na rua Rio Jordão, no bairro do IPSEP — Recife. Cada vez mais, o trabalho que estavam fazendo foi ampliando e eles observaram que precisavam buscar lugares maiores (como escolas do bairro), para que, assim, pudessem acomodar as pessoas que estavam se juntando a eles.

O tempo foi passando e a igreja ganhando forma. Mudou de nome algumas vezes e se estabeleceu em seu próprio lugar. Inicialmente foi chamada Igreja Evangélica, depois passou para Igreja Evangélica Batista do IPSEP e, após isso, teve mais uma mudança que permaneceu até os dias atuais, IGREJA APOSTÓLICA BATISTA VIVA. O primeiro lugar, que posteriormente se tornou próprio, fica localizado na rua Rio Pontegy no mesmo bairro do Recife, onde deu início a gestão ministerial do Pastor Ebenézer Nunes da Silva, hoje Apóstolo presidente da IABV - Origem.

Com isso, todo o trabalho que a IABV estava fazendo foi crescendo e suscitando a necessidade de pastores auxiliares, porém só após sete anos surgiu o primeiro pastor auxiliar no ministério. Após isso, outras pessoas foram ungidas² e nomeadas como pastores ou pastoras, começando a atuarem no ministério. Alguns deixaram a igreja, outros foram enviados para cuidar de congregações, gerando um grande movimento de sua gestão Pastoral auxiliadora.

¹ O Batismo no Espírito Santo é uma promessa deixada por Jesus para seus discípulos, de que eles seriam revestidos com poder do seu Espírito, para que eles se tornassem suas testemunhas, pregando o evangelho e fazendo discípulos.

² Para os cristãos quando uma pessoa foi ungida ou recebe a unção para determinada função, estamos dizendo que é uma capacitação dada por Deus aos seus servos, a fim de que estes executem alguma tarefa específica.

Mais mudanças foram ocorrendo ao longo dos anos na gestão ministerial e o Pastor presidente Ebenézer Nunes transferiu a igreja para o bairro de Boa Viagem, chamando agora de IABV ORIGEM. Na sequência, foi consagrado Pastor Isaltino Luna como Presidente da IABV IPSEP, liderando-a com sua esposa, a pastora Ana Dácia Luna, até os dias vigentes. Esta igreja completou oito anos em 2022, inclusive, é o nosso objeto de análise e tem se desenvolvido de diversas formas. Uma delas é em relação a sua participação no meio virtual.

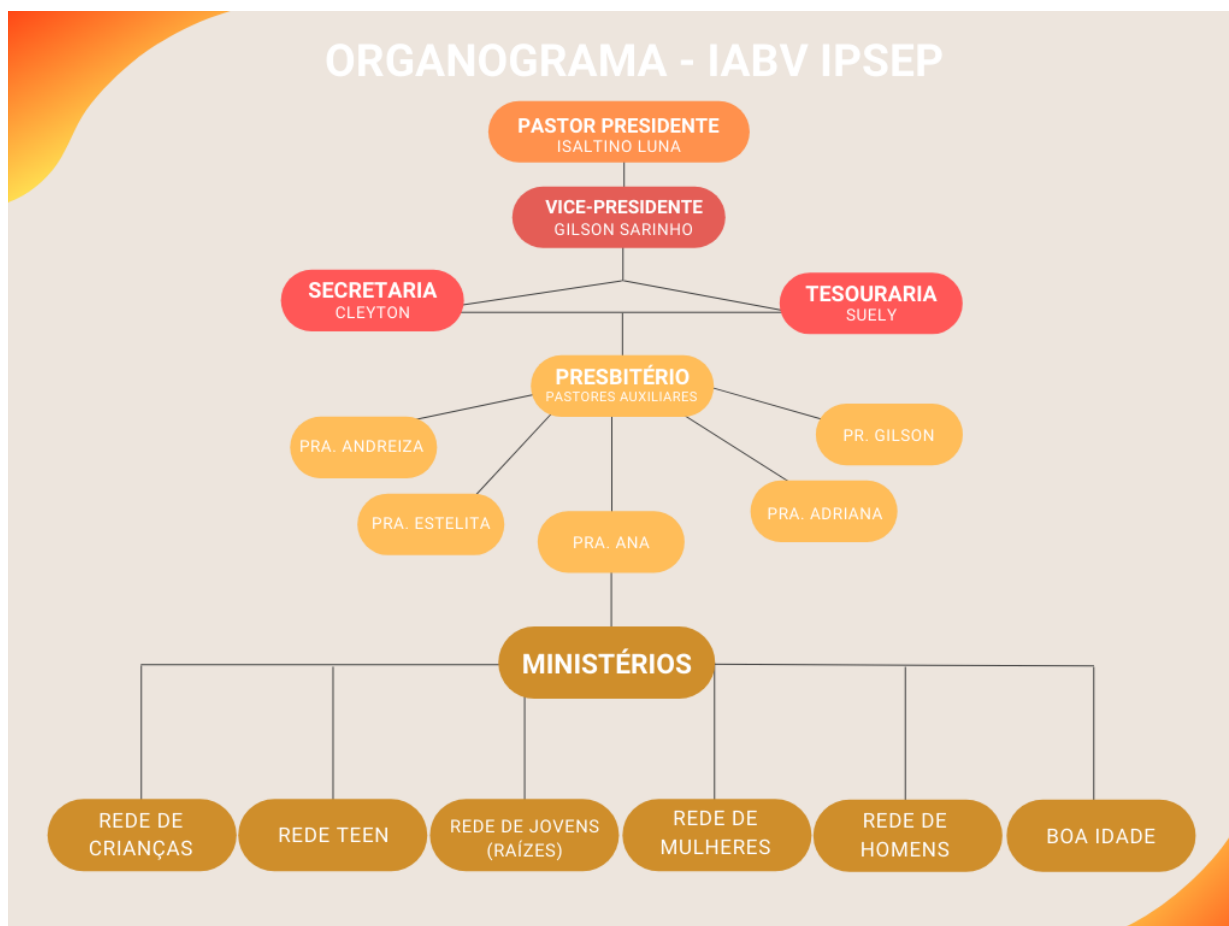
Assim, o objeto foi escolhido com o intuito de mostrar o crescimento acelerado durante a pandemia, visto que foi um período no qual todo mundo necessitou ficar em casa, e o meio online era o que auxiliava as pessoas a estarem próximas, se relacionarem. Por isso, não seria diferente entre as igrejas. As idas ao templo não eram permitidas, o ambiente virtual se tornou templo, de suas casas, os fiéis acompanhavam os cultos, programações e estudos. Com isso, era mantido o contato entre os membros e líderes religiosos. Nesse sentido, a IABV IPSEP simplesmente avançou em poucos meses em relação à sua participação no digital.

Antes da pandemia, a igreja já possuía uma conta no Instagram e um canal no YouTube, entretanto não investia em estratégias, melhorias para que de fato pudesse estar presente nesse mundo. Algumas postagens de momentos importantes eram feitas e o canal do YouTube, não possuía qualquer atividade. Contudo, com o colapso que o mundo todo enfrentou e com a #ficaemcasa em dia, a comunidade precisou despertar e assim começou a investir em equipamentos que antes não tinha. Gradualmente, os posts foram sofrendo algumas alterações, de fotos foram para *flyers* que indicavam as programações, até que por fim, começaram a ser desenvolvidos planejamentos de conteúdo para deixar o perfil ainda mais rico em conteúdo. Além disso, o canal do YouTube começou a crescer e à medida que o tempo passava, não só investiram em ferramentas para melhorar as transmissões, como também novos quadros e formatos de vídeos foram criados para incentivar a participação dos membros da IABV IPSEP, mesmo que longe um do outro. Considerando o que foi exposto no parágrafo anterior, o estudo tem o intuito de observar a comunicação da igreja nesse período de oitos anos em que a igreja está atuando, analisando as contas nas redes sociais, fazendo entrevistas com os membros, como também participando das atividades que a igreja realiza, desde cultos até eventos.

Compreendendo a importância dos investimentos comunicacionais para o efetivo alcance dos membros da IABV IPSEP, este trabalho consiste em um plano de comunicação para a igreja utilizar nos próximos meses e ano, com o propósito de melhorar o engajamento em seus perfis, a realização dos eventos que a igreja oferece para os diversos públicos e também estabelecer uma comunicação centralizada em todos os ministérios que possuem perfis ativos nas redes sociais.

2.1 ORGANOGRAMA DA IABV IPSEP

Figura 1 - Organograma da igreja.



Fonte: Documentação da IABV IPSEP.

Após a apresentação da igreja, aqui temos o organograma, gráfico que mostra a estrutura interna da IABV IPSEP, elaborado da seguinte forma:

Pastor Presidente, o qual é responsável pela liderança da igreja, ou seja tudo o que acontece na instituição deve ser passado por ele. Esse pastor representa a igreja de forma ativa e passivamente, judicial ou extrajudicial. Supervisiona as atividades da IABV IPSEP no âmbito administrativo, além das atividades eclesiais e de natureza espiritual. Ademais, abrir, encerrar, movimentar, solicitar saldos e extratos de contas bancárias, bem como proceder a outras ações pertinentes à movimentação e controle das contas bancárias da IABV IPSEP em conjunto com o Tesoureiro. O pastor presidente também participa de reuniões de qualquer órgão

da instituição, com direito à palavra e ao voto de qualidade. Ele deve apresentar, anualmente, relatório das atividades desenvolvidas na igreja, tomar decisões, em assuntos de extrema urgência ou comprovadamente excepcionais, isoladamente ou em conjunto com a Diretoria. Ele também tem o papel de instruir os membros sobre a bíblia através dos cultos, *lives* e escolas. Além disso, para as pessoas que desejam ou apresentam necessidades, o pastor faz encontro de aconselhamento individualmente.

Pastor Vice - Presidente, é responsável pelo patrimônio da igreja, sendo assim tudo o que acontece na estrutura física cabe a ele resolver, além de substituir interinamente o Presidente, na sua falta ou impedimento e auxiliar o Presidente no que for necessário.

Secretaria, o secretário da igreja tem a responsabilidade de substituir o Presidente em suas ausências ou impedimentos eventuais. Além de ajudar o Presidente no exercício de suas atividades e os demais membros da Diretoria sempre que necessário, nos termos estabelecidos no Regimento Interno. Lavrar, apresentar e assinar em livro próprio junto com o Presidente, as atas das Assembleias Gerais e do presbitério e encaminhá-las para arquivo na secretaria da IABV IPSEP.

Tesouraria, para o tesoureiro fica a responsabilidade de abrir, encerrar, movimentar e solicitar saldos de contas bancárias, assinar cheques, contratos de abertura de contas ou de créditos, em conjunto com o Presidente. Ele também, assina em conjunto com o Presidente e um dos demais membros da Diretoria, escrituras públicas e contratos, autorizar pagamentos orçamentários ou extra orçamentários, desde que aprovados e ratificados pela Diretoria. Outro dever é receber e escriturar os valores recebidos pelo Ministério, tais como: ofertas dízimos, doações, etc. Providenciar a elaboração dos balancetes mensais e balanços anuais e apresentá-los à Diretoria, ao Presbitério e à Assembleia.

Presbitério

O presbitério é composto pelo grupo dos demais pastores existentes na igreja. Eles são auxiliares do pastor presidente, conselheiros para a demanda de alguma situação que precisa ser pensada ou resolvida. Na ausência do pastor presidente em algum culto, eles ficam responsáveis em celebrar a reunião, além de cada um está encarregado de liderar um ministério ou grupo da igreja.

Ministérios

De maneira geral cada ministério tem o propósito de gerar comunhão e relacionamento entre os membros da igreja nas suas devidas classes e idades, como veremos no decorrer do texto. Além do mais, a igreja segue uma visão chamada G12. Essa visão foi estabelecida pelos pastores Cesar e Claudia Castellanos, da Missão Carismática Internacional em Bogotá, Colômbia. Ela é uma estratégia de evangelismo cristão, baseada no modelo que Jesus deixou com o foco para o cumprimento da grande comissão,³ alcançando milhares de pessoas para o Senhor e fazendo discípulos de todas as nações. Com isso, essa visão possui um modelo de evangelização que se chama Célula. As células são pequenas reuniões que um líder desenvolve uma vez por semana, em uma casa com propósito de ganhar novas pessoas para Jesus, ajudá-la a desenvolver um crescimento integral focado na palavra de Deus e levar luz a cada casa. Constituem-se em pequenos centros de ensino onde cada participante pode aprender os princípios da palavra de uma maneira simples e prática enquanto muitos são alcançados com a mensagem de salvação. (2018 Castellanos) Dessa forma, todos os membros da IABV IPSEP devem fazer parte de uma célula, pois os ministérios são um meio de gerar comunhão, mas a célula é o principal. Acerca dos ministérios, são separados assim:

- **Rede de Crianças:** Esse grupo é responsável pela educação aos princípios bíblicos das crianças desde os 2 anos aos 12 anos. Todos os domingos elas participam da escola que é dividida em salas de acordo com a faixa etária de cada uma, assim vão aprendendo sobre a bíblia. E às quartas-feiras participam de um grupo de oração e célula.
- **Rede Teen:** Como o próprio nome traz, esse ministério está encarregado pelos adolescentes da igreja. Eles têm encontros quinzenais aos sábados na igreja ou fora dela, com o propósito de serem fundamentados na palavra do Senhor. Como também às segundas-feiras se encontram para um tempo de oração e aos domingos se reúnem para a escola em um momento de estudo.
- **Rede de Jovens:** Esse grupo na verdade é chamado de Raízes, denominados assim pois têm a missão de anunciar a palavra de Deus e para isso precisam estar enraizados na

³ Grande comissão foi a última instrução dada por Jesus após a sua ressuscitação, para que os discípulos propagassem seus ensinamentos, tudo o que viram e aprenderam enquanto ele estava aqui na terra, para todas as nações do mundo até os fim dos tempos. Na Bíblia, evangelho de Mateus 28:16-20.

bíblia, permanecendo firmados na profundidade de Deus. Os jovens possuem três encontros no mês aos sábados, a sala de oração às segundas-feiras e aos domingos se unem para a escola bíblica.

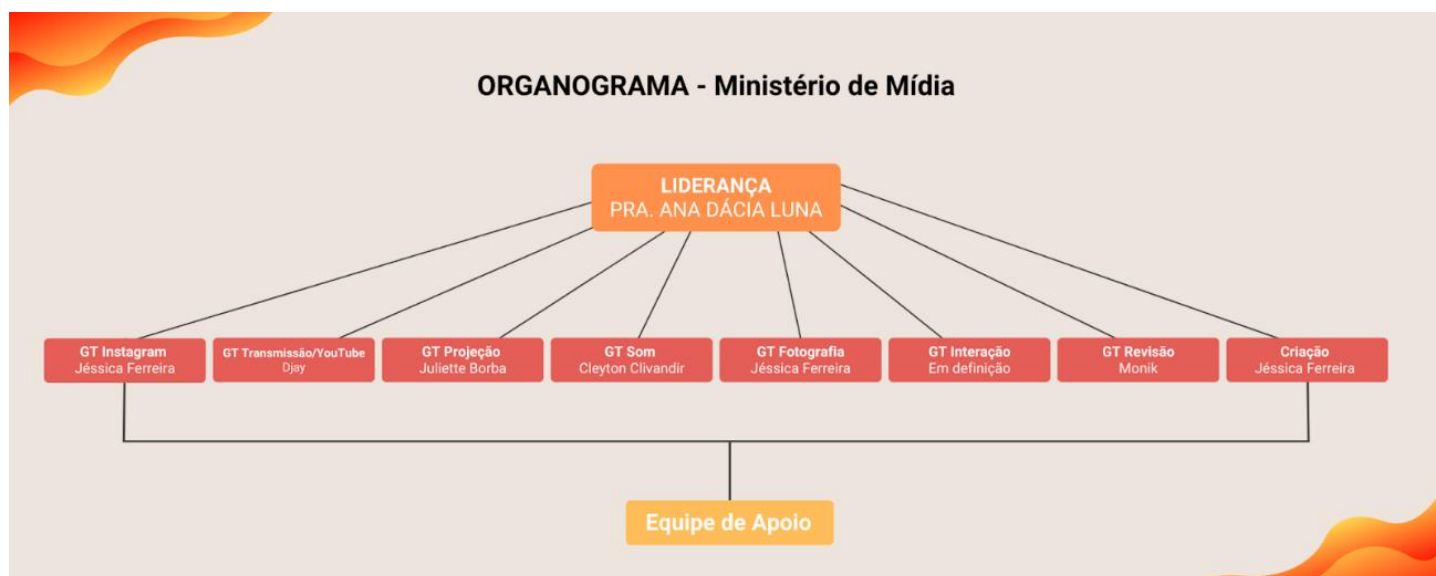
- **Rede de Mulheres:** Esse ministério é responsável pelo cuidado com as mulheres da igreja. Elas possuem um encontro mensal, a escola aos domingos pela manhã, além de eventos, como conferências e retiros com o intuito de fortalecerem elas na fé e no ensino da bíblia.
- **Rede de Homens:** Esse grupo é encarregado de acompanhar os homens da instituição. Eles possuem também um encontro mensal, além da escola aos domingo pela manhã, eventos em datas comemorativas e às quartas-feiras após o culto se encontram para jogar futebol e ter um momento de comunhão.
- **Boa Idade:** Esse grupo é responsável pelos idosos da IABV IPSEP. Após a pandemia, ficou evidente a necessidade de estabelecer esse ministério com isso, eles têm o GIBI (Grupo Interativo da Boa Idade) em que são acompanhados em um grupo do whatsapp e visitas em suas residências. Ademais, mensalmente às quintas-feiras eles se encontram na igreja a tarde para um momento de descontração, ensino da palavra e oração.

2.2 ORGANOGRAMA DO MINISTÉRIO DE MÍDIA

O organograma apresenta a estrutura interna principal da instituição, contudo ela ainda dispõe de vários ministérios e movimentos que auxiliam no desenvolvimento de outras atividades que a igreja realiza como, o ministério de mídia, ação social, louvor, dança, intercessão, diaconia, missões, teatro, consolidação, coral, além de movimentos de orações específicos para mães e outro para todos os membros.

Como a pesquisa está sendo direcionada para o setor da comunicação, é necessário explicar como funciona essa área na IABV IPSEP. Vejamos, no organograma a seguir:

Figura 2 - Organograma do Ministério de Mídia.



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

- **GT Instagram:** Responsável por tudo que diz respeito ao Instagram, planejamento dos conteúdos, postagens, legendas, cobertura dos cultos e eventos nos stories. Além de fazer anotações dos cultos, para auxiliar na produção dos posts que são publicados.
- **GT Transmissão/YouTube:** Esse grupo como o próprio nome já diz, fica encarregado das transmissões dos cultos e demais eventos que ocorrem na igreja, gravações de alguns vídeos sobre assuntos específicos e divulgações das demais atividades. Também coordenam as postagens que são publicadas na rede social.
- **GT Projeção:** Responsável pela parte visual que é divulgada no ambiente interno da igreja. Ou seja, as letras das músicas que são cantadas, os versículos falados nos cultos, divulgação das artes e vídeos das atividades que irão acontecer na instituição.
- **GT Som:** Esse grupo é incumbido da parte de áudio da igreja, tanto do ambiente interno quanto na transmissão online, além de andar lado a lado com o ministério de louvor.
- **GT Fotografia:** Grupo responsável por todas as fotos da IABV IPSEP, como também das edições dessas imagens.

- **GT Interação:** Seja em uma transmissão no YouTube ou uma *live* no Instagram, tem o chat para que o público possa interagir com o vídeo. Assim, essa equipe fica responsável por auxiliar nessa comunicação, tirando dúvidas, incentivando as pessoas a se manterem conectadas ao conteúdo e divulgando informações importantes para não passarem despercebidas.
- **GT Revisão:** Conferir é sempre necessário. Esse grupo está encarregado de revisar todas as legendas e postagens que são divulgadas nas redes sociais para que não saia com erros.
- **Criação:** Área responsável com toda a parte visual da identidade de IABV IPSEP. Atualmente, tem o investimento de um profissional de design para auxiliar na produção, este cria a maioria das artes que são solicitadas, desde materiais gráficos até o digital.

3. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA IABV IPSEP

Para toda empresa ou organização, é necessário ter na sua estrutura a definição da missão, visão e valores que funcionam como guias as quais orientam as decisões, estratégias, porque a instituição existe, onde ela quer chegar e o que é de valor para o seu posicionamento. Por isso, não são apenas palavras que ficam expostas em algum lugar, mas norteiam os objetivos no dia a dia da organização. Vejamos também de acordo com CHIAVENATO (2010) a definição de cada termo e sua importância. Em relação a missão da empresa ele afirma:

As organizações não são criadas a esmo. Elas existem para fazer alguma coisa. Todas as organizações têm uma missão a cumprir. A missão representa a razão da existência de uma organização. Significa a finalidade ou o motivo pelo qual a organização foi criada e para que ela deve servir. (CHIAVENATO 2010, p. 62)

Já para a visão o autor esclarece que:

Visão é a imagem que a organização tem a respeito de si mesma e do seu futuro. É o ato de ver a si própria projetada no espaço e no tempo. (...) O termo visão é utilizado para descrever um claro sentido do futuro e a compreensão das ações necessárias para torná-lo rapidamente um sucesso. (CHIAVENATO 2010, p. 65)

E não menos importante, os valores são definidos da seguinte maneira:

Valor é uma crença básica sobre o que se pode ou não fazer, sobre o que é ou não importante. Os valores constituem crenças e atitudes que ajudam a determinar o comportamento individual. (CHIAVENATO 2010, p. 64)

Sendo assim, para que a igreja pudesse exercer de maneira assertiva seu posicionamento na sociedade e não se tornar uma organização reativa, apenas respondendo aos momentos e demandas que surgem, também teve a definição da sua missão, visão e valores com o propósito de que todos que a conhecerem saibam qual o motivo da criação da IABV IPSEP, o que ela espera conquistar ao longo dos anos e os valores que não abre mão.

3.1 MISSÃO

“Fazer da adoração a Deus o centro e a essência da vida pessoal e comunitária, estabelecendo uma cultura de oração contínua, desenvolvendo ao mesmo tempo, ações que aperfeiçoem os irmãos para o desempenho do seu serviço, para edificação do Corpo de Cristo, tendo a Jesus como referencial de maturidade. Indo na direção dos perdidos para conduzi-los a Cristo, e aos salvos levá-los ao/no caminho do discipulado, formando cada um, como discípulo, para ser um agente de transformação e multiplicação do Reino de Deus (transmissão de um legado).”

3.2 VISÃO

“Ser uma igreja que manifesta a identidade de Igreja do Senhor Jesus, o Corpo de Cristo, revelando ao mundo a vida e obras do Filho, cumprindo a missão de pregar o evangelho e fazer discípulos de todas as nações, no Poder do Espírito Santo, para a Glória de Deus Pai!”

3.3 VALORES

1. Amor a Deus acima de tudo

O amor é comportamental, revela a prioridade estabelecida. Requer atitudes, sacrifício, renúncia, entrega, fé. Por isso, o amor a Deus vem primeiro e deve estar acima de qualquer outro amor. Isto é um mandamento.

2. Servir ao Próximo

Amar ao próximo cumpre toda a lei e os profetas. Devemos fazer pelo outro o que desejamos para nós mesmos. Servir as pessoas de maneira generosa e voluntária é um ato de amor. Quem serve movido por amor cumpre o segundo mandamento.

3. Honra

Honrar é reconhecer, homenagear, dá o devido valor. cremos que a honra é cultura do céu. Quando a honra acontece na terra os céus tocam a terra. A honra deve acontecer em todos os níveis de relacionamento.

4. Fidelidade

A fidelidade mantém as relações estáveis, firmes e duradouras. Ser fiel é estar comprometido com uma aliança. As relações no Reino de Deus se fundamentam na fidelidade.

5. Missão

Cumprir o chamado e vocação recebidas por Deus é uma missão de vida. Um propósito a ser alcançado. A missão envolve o evangelismo e discipulado. Quando alcançada Deus é glorificado.

4. ANÁLISE SWOT

Com o objetivo de iniciarmos uma análise mais profunda e diagnóstico da IABV IPSEP, será utilizada a ferramenta de análise SWOT. De acordo com KOTLER (2015) essa análise é uma avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças dentro de uma organização, envolvendo o monitoramento dos ambientes externo e interno. Através dela identificamos quais são as estratégias que precisam melhorar os processos ou manter caso estejam obtendo um bom resultado. Portanto, foi essencial para reconhecer as características positivas e negativas da comunicação da igreja, com a finalidade de propor novos procedimentos para as mídias sociais. A análise SWOT da IABV IPSEP foi desenvolvida a partir da observação das redes sociais da igreja e também feedback da equipe de comunicação.

FORÇAS

- Ministérios estruturados para servir em cada área e público;
- Canais de atendimento ao público sempre empenhado para atender com agilidade;
- Design gráfico oferecendo materiais de alta qualidade;
- O voluntariado é uma grande vantagem na mídia da IABV IPSEP, pois elimina custo de mão de obra e permite a capacitação orgânica de mais voluntários;
- Planejamento de conteúdo de acordo com o que está sendo abordado nos cultos e eventos da igreja.

FRAQUEZAS

- Organização e planejamento dos ministérios, pois quando tem eventos ou atividades maiores, tem a recorrência de deixar as demandas para última hora;
- O voluntariado também pode ser uma fraqueza no sentido de algumas pessoas não cumprirem com aquilo que precisa ser feito, comprometendo assim as escalas e falta de excelência na realização das demandas;
- Baixo engajamento nas redes sociais ou a manutenção de um com engajamento;
- Falta de equipamentos e pessoas para trabalhar em horários dia de semana.

OPORTUNIDADES

- A pandemia acelerou o processo de entrada da igreja no ambiente digital;
- A doação de equipamentos permitem o trabalho e o aperfeiçoamento dos profissionais voluntários que ainda não estão totalmente capacitados;
- Pessoas cada vez mais conectadas nas redes sociais independente da idade;
- Novos programas, treinamentos de igreja para igreja ensinando a usar os equipamentos e dicas para as redes sociais.

AMEAÇAS

- A volta do cultos presenciais diminui a audiência das pessoas no Youtube assistindo às transmissões;
- A falta de gestão financeira assertiva, ou seja, com metas a curto, médio e longo prazo que escalona o crescimento em infraestrutura, equipamentos e melhoria da mão de obra;
- Igrejas com um maior recurso financeiro o que nos deixa para trás em relação a equipamentos e mão de obra remunerada.

5. DIAGNÓSTICO DA IABV IPSEP

Para aprofundarmos mais o diagnóstico da igreja, está listado abaixo algumas melhorias que foram observadas através das redes sociais da IABV IPSEP e também de pesquisa com os membros da Equipe de Comunicação da igreja. O quadro foi dividido com a titulação do problema como ele é descrito e a necessidade que precisa ser atendida no momento.

PROBLEMA	DESCRIÇÃO	NECESSIDADE
Baixo engajamento no Instagram e Youtube.	A participação das pessoas para curtir, compartilhar, comentar não possui um bom índice tanto no Instagram como no Youtube as publicações nas redes sociais têm poucas interações, mesmo com uma boa quantidade de seguidores ou inscritos, pois apesar de alguns posts incentivarem isso, ainda assim o público não responde bem, o que mostra que precisa ser melhor desenvolvido.	Elaborar posts mais criativos, interativos, conteúdos que as plataformas estão mais focadas em entregar, ensinar como ativar as notificações do perfil e postagens que tenham o intuito de interação, para que desse modo possa educar os usuários a participarem ativamente no engajamento das publicações.
Ministérios (grupos de gênero ou faixa etária específica) não estão presentes nas redes sociais.	Alguns ministérios ou até grupos de movimento que acontecem na igreja, não estão nas redes sociais, o que prejudica um pouco na divulgação para o grupo externo ou pessoas que por algum motivo não puderam estar presentes nas reuniões presenciais, das atividades as quais eles realizam.	Apresentar a importância da participação no ambiente online, em que eles terão uma centralização das atividades que produzem, atingindo especificamente o público alvo de cada grupo.
Canal do Youtube pouco explorado	O Youtube precisa ser mais utilizado, usar mais outras ferramentas que a rede social oferece e aplicar corretamente títulos, descrições, legendas, pois ainda não tem tanta facilidade na busca; Não possui muitos vídeos de conteúdo mais curtos no canal da IABV IPSEP, sendo a maioria dos vídeos a transmissão dos cultos ou eventos.	Aproveitar mais outras ferramentas que a própria rede social oferece, como por exemplo o <i>shorts</i> , que podem ser criados vídeos de duração menor com o intuito do canal ter mais visibilidade; Aplicar corretamente títulos, descrições, legendas, para que os materiais postados sejam mais completos, atendendo o que o Youtube deseja e auxiliando também na busca para as pessoas que desejam assistir.
Poucos conteúdos em formato de vídeo no Instagram, sendo algo que está mais	Falta mais planejamento para a elaboração desse tipo de conteúdo e também pessoas que possam produzir. O Instagram, tem passado por algumas mudanças e não atentando para	Colocar com antecedência no planejamento, mais posts nesse formato para que possa ter uma efetivação na produção desses vídeos, pesquisando também referências que

“cogitado” na rede agora	isso, também influencia no engajamento do perfil da igreja.	podem ser aplicadas na conta da IABV IPSEP.
Atividades extras da igreja, (escolas, cursos, sala de oração, ação social) pouco divulgadas.	A igreja trabalha firmemente com atividades para todas as pessoas e idades, porém precisa desenvolver melhor a divulgação desses momentos, pois já ocorreu dos próprios membros não estarem sabendo ou com informações incompletas sobre o que iria acontecer.	Cada ministério precisa estabelecer uma cultura de comunicar para a equipe de mídia como sucederá a programação que irão realizar, a fim de que dessa forma possa ser comunicado a igreja, em uma só linguagem e que atinjam a todos. Seja no momento dos avisos que ocorrem no final dos cultos, nas redes sociais ou nos grupos do whatsapp, é necessário elaborar uma comunicação eficaz.
Conteúdo com pouco planejamento.	Uma facilidade para a produção dos conteúdos é usar a palavra que foi dada nos cultos para publicações nas redes sociais. Porém, em alguns momentos isso se torna um tanto complicado, pois pode ficar monótono, prejudicando o engajamento.	É preciso que dentro do planejamento estabeleça alguns tipos de quadros que possam ser colocados no perfil, atentar para as datas comemorativas e importantes para a igreja.
Os conteúdos não revelam, de forma clara, a identidade da igreja.	A igreja está sempre na ativa com várias atividades e eventos, por isso ela precisa transmitir melhor essa identidade de servo que os membros possuem, isso precisa ser melhor explorado dentro das redes sociais.	As publicações podem trazer mais fotos, vídeos mostrando os membros servindo na igreja ou realizando alguma atividade. Além disso, mostrar mais os bastidores de como é pensado e feito os eventos.

6. PÚBLICO ALVO

Seja qual for a organização, é de grande importância que ela tenha um público alvo com o objetivo de direcionar a comunicação para esse grupo específico e também atingir a ele diretamente, já que não é possível alcançar toda uma sociedade. De acordo com Kotler e Armstrong (2014) público alvo, “consiste em um conjunto de compradores que possuem necessidades e/ou características comuns àquelas que a empresa ou organização decide atender”. Dessa forma, pode-se observar como o público alvo é fundamental e influência nas decisões que o comunicador precisa tomar ao definir as estratégias, ações que ele irá trazer. Sendo assim, para esse plano de comunicação, não seria diferente, foi utilizada uma *survey* divulgada entre os membros da igreja, para chegar a identificação do público alvo da IABV IPSEP.

Atualmente tem aproximadamente 500 membros na igreja, coletamos 25% desse número, de respostas no formulário e concluímos o seguinte:

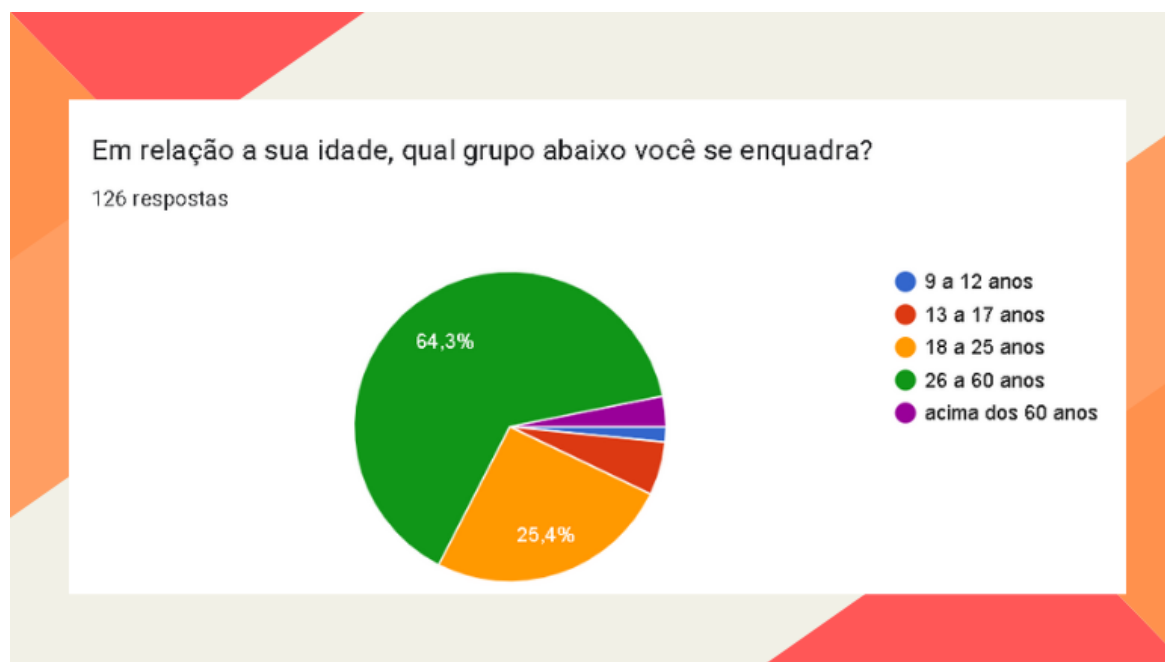
A faixa etária predominante na igreja é a de adulto, a qual corresponde a idade de 26 a 59 anos, prevalecendo o gênero feminino, tanto que a Rede de Mulheres foi o ministério mais votado na pesquisa. Logo em seguida temos as Conferências Internas, uma atividade que acontece em mais de um dia e mais de duas vezes no ano; trata-se de um tempo para falar especificamente de algum tema que a igreja esteja desenvolvendo, e observa-se que grande parte das pessoas também participam desse evento que produz aprendizado e edificação.

Além disso, os cultos de domingos ganham em disparada em relação aos cultos de quarta-feira, no quesito de ter mais participação dos membros. Cada culto possui um estilo diferente, as quartas-feiras são mais voltadas para séries de estudos sobre determinado tema, sendo um culto mais para capacitação e conhecimento. Os domingos são para celebrar ao Senhor, exposição da palavra e um tempo de busca.

Ademais, foi feita também uma pergunta na pesquisa questionando qual seria a atividade ou ministério mais importante para cada pessoa, e o resultado dominante é que para eles o mais significativo é seguir aquilo que Deus os chamaram para cumprir como propósito de vida. Outras respostas trouxeram muita relação com a idade dos entrevistados, eles apontaram como essencial aqueles grupos em que estão inseridos correspondendo assim diretamente com as suas preferências.

Na análise das respostas da pesquisa, foi feita entre homens e mulheres, conclui-se que a igreja apresenta um público mais adulto.

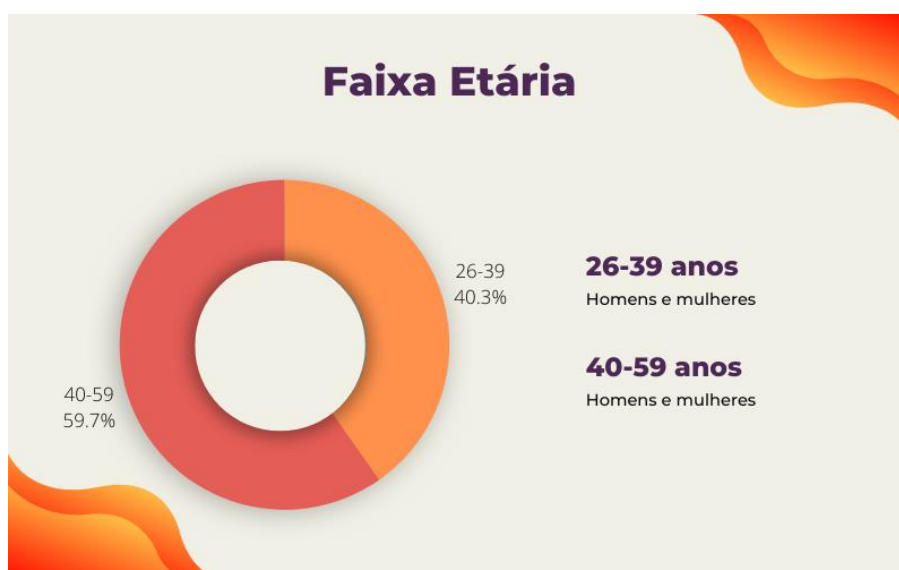
Figura 3 - Gráfico da faixa etária da IABV IPSEP de acordo com a survey.



Fonte: Survey realizada com os membros da igreja.

Como o recorte da faixa etária dos 26 aos 60 anos ficou extenso, foi realizada uma segunda pesquisa, apenas com esse devido grupo para que houvesse uma melhor segmentação. Assim, foi dividido em dois grupos, dos 26 aos 39 anos e dos 40 aos 59 anos, não tivemos entre os respondentes pessoas com 60 anos ou mais. Mesmo com essa divisão, percebe-se que o público maior na IABV IPSEP são de adultos.

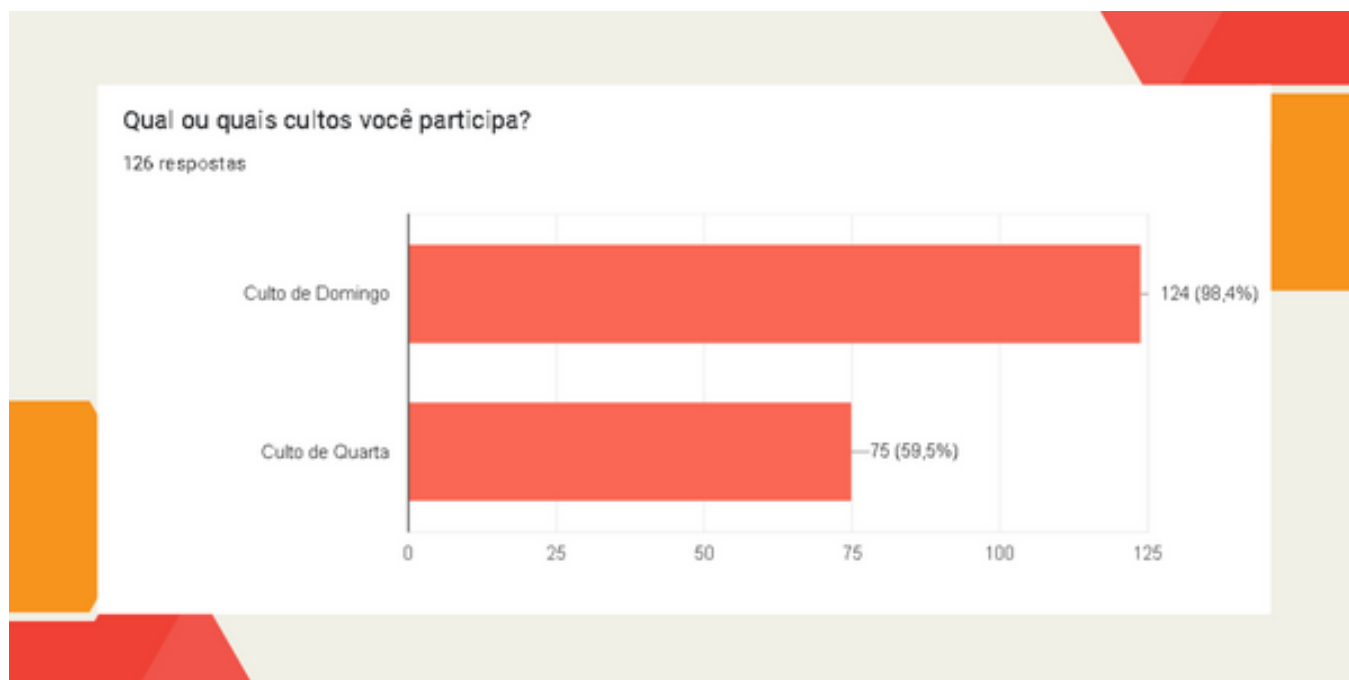
Figura 4 - Gráfico com o recorte da faixa etária 26 aos 60 anos.



Fonte: Survey realizada com os membros da igreja.

Outro fator já identificado antes entre o próprio público da igreja, é que os cultos de quarta-feira são menos frequentados, devido a ser um dia de semana e grande parte das pessoas estão trabalhando ou em atividades acadêmicas. Com isso não conseguem comparecer ou acompanhar online. Já os cultos do domingo são mais frequentados e assistidos, a pesquisa comprovou isso.

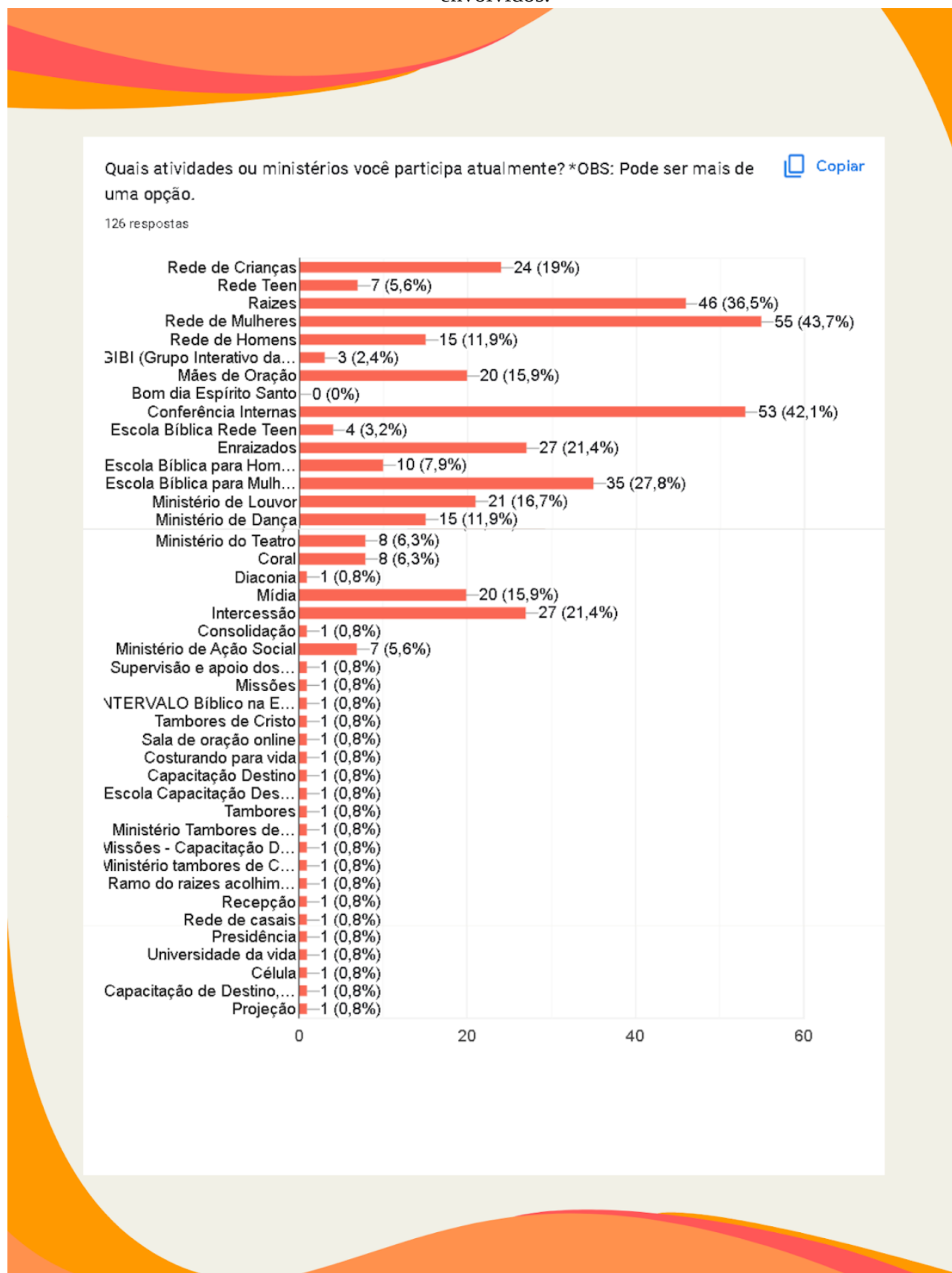
Figura 5 - Gráfico em barra mostrando o percentual da participação dos cultos.



Fonte: Survey realizada com os membros da igreja.

Através desse questionamento, observamos que o gênero que predomina são as mulheres e a segunda atividade eleita como a que mais tem a participação do público são as Conferências Internas, já explicadas anteriormente em termos de funcionamento. Também temos o Ministério de Jovens, chamado Raízes, com o público bastante envolvido e atuando nessa determinada área.

Figura 6 - Gráfico percentual dos ministérios e atividades que os membros estão envolvidos.



Fonte: Survey realizada com os membros da igreja.

Com a análise da pesquisa acima, observou-se o seguinte. Ao fazer uma analogia com determinados produtos ou serviços, que servem para qualquer público, como por exemplo produtos de limpeza, desde uma dona de casa até uma empresa de grande porte, ambos terão a necessidade de comprar esse produto, e para que a empresa X atinja os dois públicos, precisará de uma comunicação bastante assertiva, com isso a personalização na comunicação ajudará a atingir a “dor” de cada um. Nesse caso, para a igreja é similar, já que tratamos de várias faixa etárias em um só lugar, mesmo com um gênero predominando ao outro, como a pesquisa nos mostrou, saber mais a fundo como vimos anteriormente sobre o público alvo da IABV IPSEP, certamente conduzirá melhor o plano de comunicação, pois com uma comunicação personalizada para cada grupo, terá um impacto maior e a concentração dos esforços, investimento de tempo, estratégias já irá direto ao alvo. Logo, a pesquisa teve grande proveito para que a reformulação na comunicação da igreja tenha total sucesso.

7. MÍDIAS SOCIAIS

A internet e as mídias sociais são canais que estão cada vez mais se tornando indispensáveis no cotidiano das pessoas, como já falamos anteriormente. Essas ferramentas têm um poder de conectar uma comunidade global, caracterizando assim, a sua importância em todos os ambientes que vivenciamos. Segundo a Kepios, nos últimos 10 anos o número de usuários de internet no mundo dobraram, passando de 2,18 bilhões do início de 2012 para 4,95 bilhões no início de 2022. Também conforme o Relatório de Visão Geral Global Digital Report 2022, realizado pelas empresas de comunicação We Are Social e Hootsuite, 62,5% da população total do mundo está presente na internet e 58,4% são usuários ativos nas redes sociais.

Visando trazer a pesquisa para o contexto do Brasil, no mesmo instituto de pesquisas DataReportal, em 2019, havia 150,4 milhões de usuários frequentes de internet no Brasil (71% da população). Outro fator que muito chama a atenção é o tempo médio de uso diário pelos brasileiros na internet, são de 9h17min, quase metade de um dia, colocando assim o país no posto de segundo lugar, perdendo apenas para as Filipinas. Já em abril de 2020, uma nova pesquisa foi realizada, para constatar o que a pandemia havia causado nesses dados. Comprovou que 58% dos brasileiros entrevistados (entre 16 e 64 anos) gastaram ainda mais tempo na internet durante a quarentena.

Trazendo para os nossos dias atuais, foi observado em janeiro de 2022 havia 165,3 milhões de usuários de internet no Brasil, ou seja, uma taxa de 77,0% da população total do país no início do ano. Eles também afirmam que houve um aumento de usuários de internet no Brasil em 5,3 milhões (+3,3%) entre 2021 e 2022. Dessa forma, vê-se que à medida que os anos vão passando, o digital se torna mais utilizado entre as pessoas.

Delimitando um pouco o campo de pesquisa no que se refere às mídias sociais, vimos anteriormente que em abril de 2020 houve um aumento significativo dos usuários. Levando agora para janeiro de 2022, havia 171,5 milhões de usuários de mídia social no Brasil, o que era equivalente a 79,9% da população total. Entre 2021 e 2022 teve um crescimento de 21 milhões (+14,3%) de brasileiros acessando as redes sociais. Assim, conclui-se como o crescimento foi notório e só tem a tendência de aumentar.

Após comprovarmos como é essencial a presença no meio digital, faz-se necessário mostrar como está o público da IABV IPSEP nas mídias sociais.

7.1 INSTAGRAM

Fundado em 2010 pelo brasileiro Mike Krieger e pelo norte-americano Kevin Systrom, depois no ano de 2012 foi comprado pelo Facebook, o Instagram é uma rede social totalmente visual e interativa.

Ele possibilita o compartilhamento de imagens, vídeos de curta direção, um chat para bate papo, tudo diretamente no aplicativo de celular. Bem como, é possível seguir pessoas, curtir, comentar, compartilhar e salvar publicações. Atualmente, é uma das principais plataformas sociais na sociedade, com cerca de 1,440 bilhões de usuários na rede social, posicionando-a em 4º lugar no ranking das mídias sociais mais ativas do mundo, conforme pesquisa feita pelo DataReportal em julho de 2022.

Essa é uma das mídias também mais utilizadas pela igreja, possui grande relevância, pois tem um alcance maior das pessoas que fazem parte da IABV IPSEP e dos potenciais frequentadores, em relação a divulgação da programação e da propagação do evangelho. No perfil da IABV observa-se que as postagens são voltadas para os cultos e aquilo que a igreja tem sido ensinada, ou seja, os conteúdos coincidem com aquilo que está sendo pregado nas reuniões. Além de conter publicações referente a datas comemorativas e datas importantes para a comunidade. Já em relação ao público atual da igreja ativo no Instagram é predominantemente dos 35 aos 44 anos, do gênero feminino, residente em Recife e Jaboatão dos Guararapes. Mesmo contendo 4000 seguidores na rede social, eles ainda precisam ser mais influenciados em relação ao engajamento com a plataforma, isto é, envolver-se mais com as publicações, comentando, curtindo, compartilhando, de fato corresponder melhor com o conteúdo.

De acordo com as métricas do Instagram, analisadas nos últimos 90 dias (07/06/22 a 04/09/22), temos o seguinte resultado do perfil da IABV IPSEP.

Figura 7 - O total de seguidores e um gráfico que mostra o crescimento dos usuários.



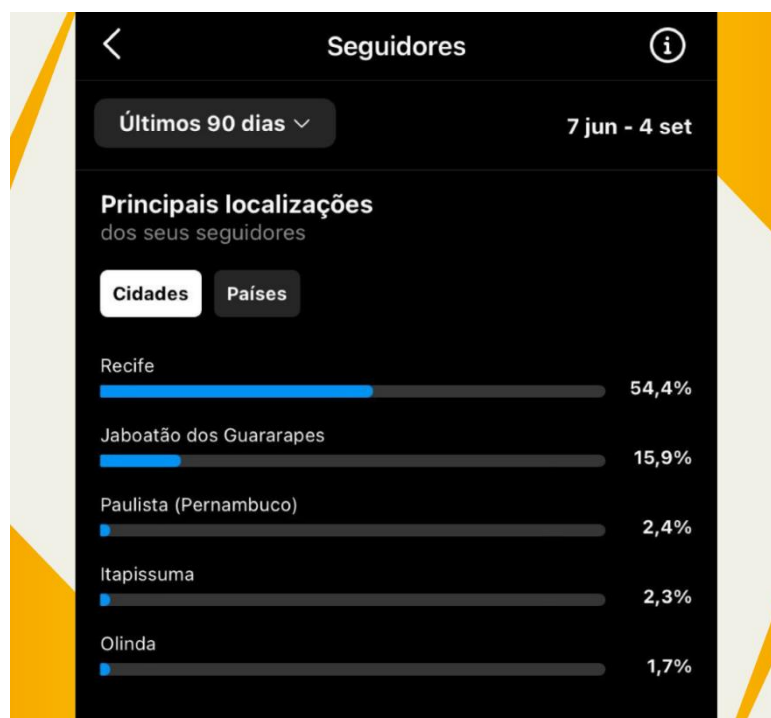
Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Figura 8 - Faixa Etária dos seguidores predominando 35 a 44 anos e 25 a 34 anos, respectivamente. Aqui pode-se ver uma similaridade com as respostas da survey.



Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Figura 9 - Principais localidades que os seguidores se encontram. Destacando Recife e Jaboatão dos Guararapes como as que sobressaem-se.



Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Figura 10 - Gênero que prevalece entre os seguidores são as mulheres, sendo mais da metade do público.



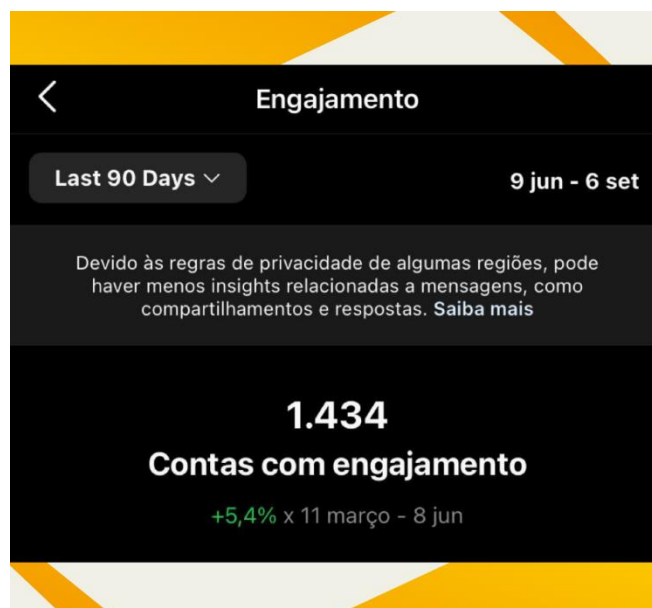
Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

7.2 SOBRE O ENGAJAMENTO

Engajamento é uma palavra que pode ser usada em vários contextos, porém vamos externar aqui, como ela é utilizada em relação ao Marketing Digital. Nessa área, ele ocorre quando um usuário realiza ativamente uma ação com um conteúdo em uma rede social. Essa ação pode ser um clique, um comentário e até uma curtida, entre outras. Em geral, é metrificado em relação ao alcance do post ou ao número de seguidores, em uma taxa de engajamento (RESULTADOS DIGITAIS, 2022).

Com uma breve observação das métricas do Instagram sobre o atual engajamento do perfil da igreja, percebe-se que apesar de conter 4000 seguidores, o engajamento não corresponde com esse número, mostrando a necessidade de ações para que essa taxa aumente. Desse modo, é necessário construir estratégias que estabeleçam uma comunidade engajada, que possui interesse pelos conteúdos os quais estão sendo postados e de fato contribuam ativamente com as postagens.

Figura 11 - Número de contas que estão ativamente engajadas com o perfil no período de 90 dias.

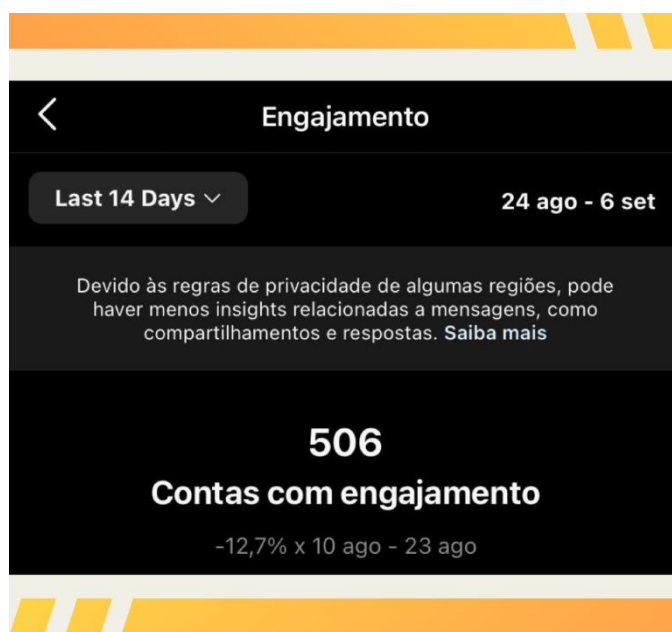


Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Essas métricas foram observadas em um período de 90 dias (09/06/22 a 06/09/22), apesar de parecer um número alto, pela quantidade de seguidores que o perfil da IABV IPSEP possui, o engajamento precisa de melhorias. Isso também é comprovado através dos dados analisados nos últimos 14 dias (24/08/22 a 06/09/22) na imagem a seguir, apenas 506

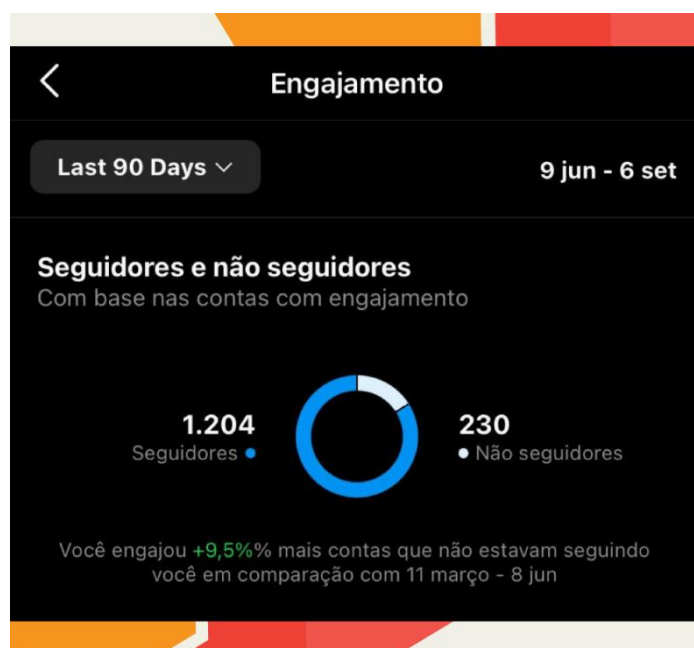
usuários estão correspondendo ativamente com a conta, um valor baixo, embora que praticamente todos os dias são postados conteúdos e igreja está atuante nas redes sociais, evidenciando aquilo que já foi dito antes, é essencial a aplicação de estratégias e ações certas para aprimorar a conta.

Figura 12 - Número de contas que estão ativamente engajadas com o perfil no período de 14 dias.



Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Figura 13 - Gráfico de seguidores e não seguidores engajados na conta da IABV IPSEP no período de 90 dias.



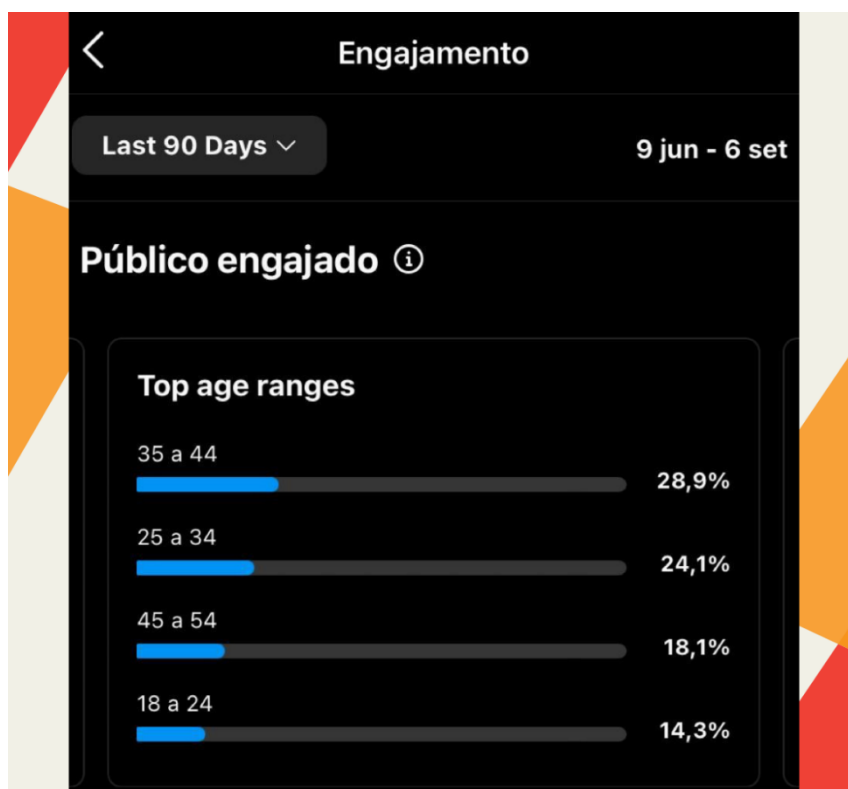
Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Figura 14 - Principais localidades que os seguidores se encontram.



Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

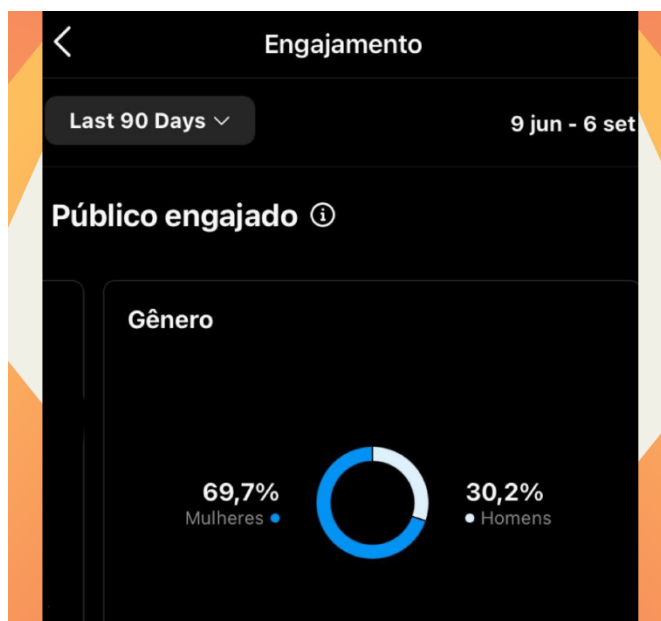
Figura 15 - Principais faixas etárias que estão ativamente correspondendo com as postagens.



Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Nota-se nesse ponto que há uma semelhança entre a faixa etária do público engajado no Instagram e os membros que participaram da pesquisa citada anteriormente. Com isso, traz uma facilidade para centralizar os conteúdos das redes sociais.

Figura 16 - Gênero que prevalece entre os seguidores engajados também são as mulheres.



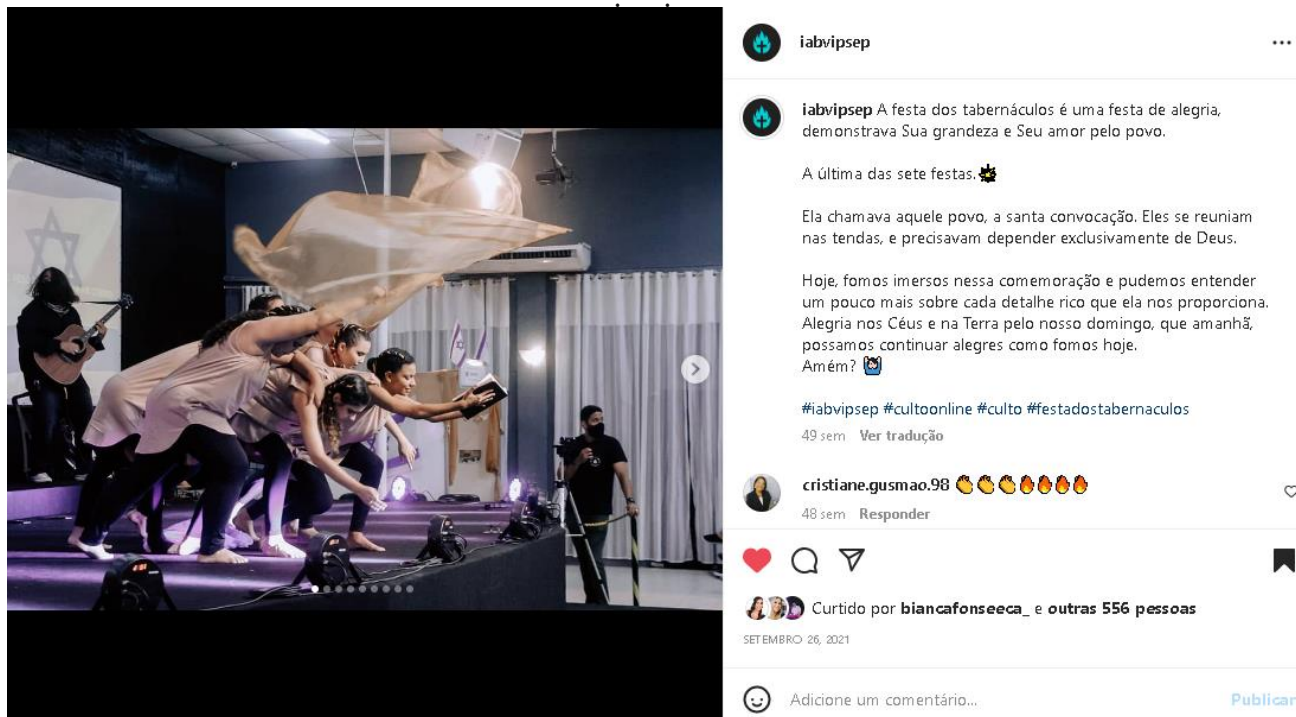
Fonte: Painel profissional do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Tal como na faixa etária, a categoria de gênero é similar a survey realizada, sobressaindo o público feminino, o que também colabora para a construção das ações no plano de comunicação, trazendo uma linguagem mais direcionada.

Além disso, foram selecionadas algumas postagens as quais tiveram como critério para serem escolhidas, aquelas com maior alcance. Ou seja, as que chegaram entre os seguidores e não seguidores com maior sucesso.

7.3 POSTAGENS NO ÚLTIMO ANO:

Figura 17 - Post da Festa dos Tabernáculos⁴, evento que ocorre anualmente na



Fonte: Feed do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Esse post alcançou 2322 contas, provavelmente por se tratar de um conteúdo festivo e com grande poder de adesão. Nessa noite ocorreu uma série de apresentações com danças, teatro, coral e foram convidadas algumas pessoas, sendo um evento grande auxiliou no engajamento e percebe-se que esse tipo de conteúdo é bem aceito entre o público.

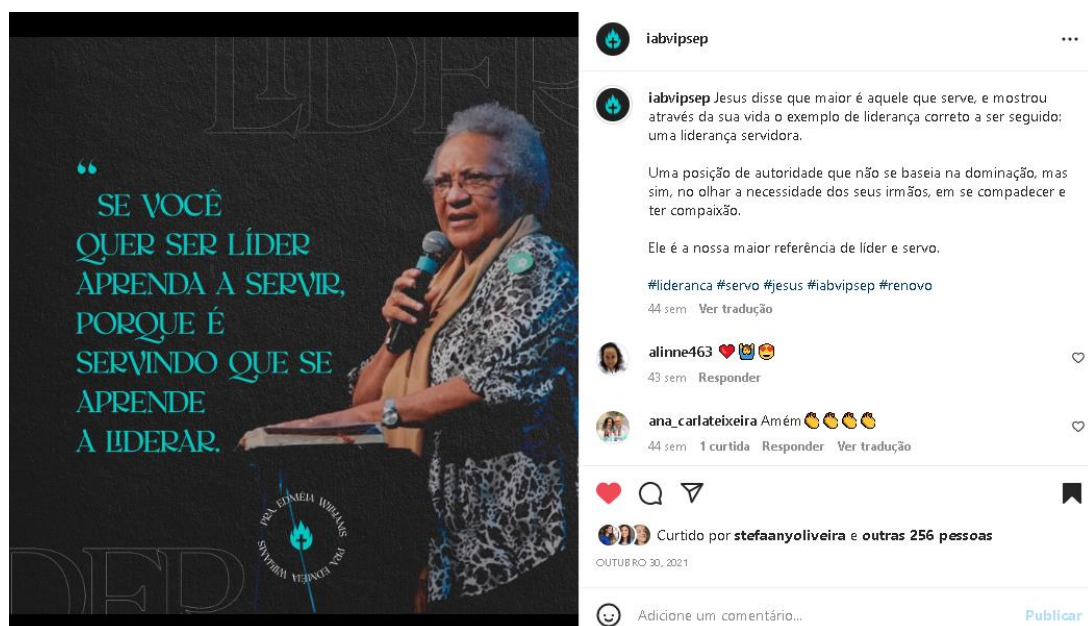
⁴ A Festa dos Tabernáculos também pode ser chamada de Festa das Cabanas ou Festa das Colheitas, é uma festa ordenada por Deus (Gênesis 23:14-17) comemorada no décimo quinto dia do mês de Tishri ou Tishrei (primeiro mês do calendário civil judaico), duas semanas após Rosh Hashaná (Ano Novo Judaico), e usualmente, cai no final do mês de setembro ou no início do mês de outubro. Uma festa que foi atribuída ao significado histórico para que o povo trouxesse à memória sua peregrinação pelo deserto e toda providência dada por Ele. Além disso, é a única festa que tem a ordem para se ter alegria.

Figura 18 - Post do culto de domingo.



Fonte: Feed do Instagram – Conta: @iabvipsep.

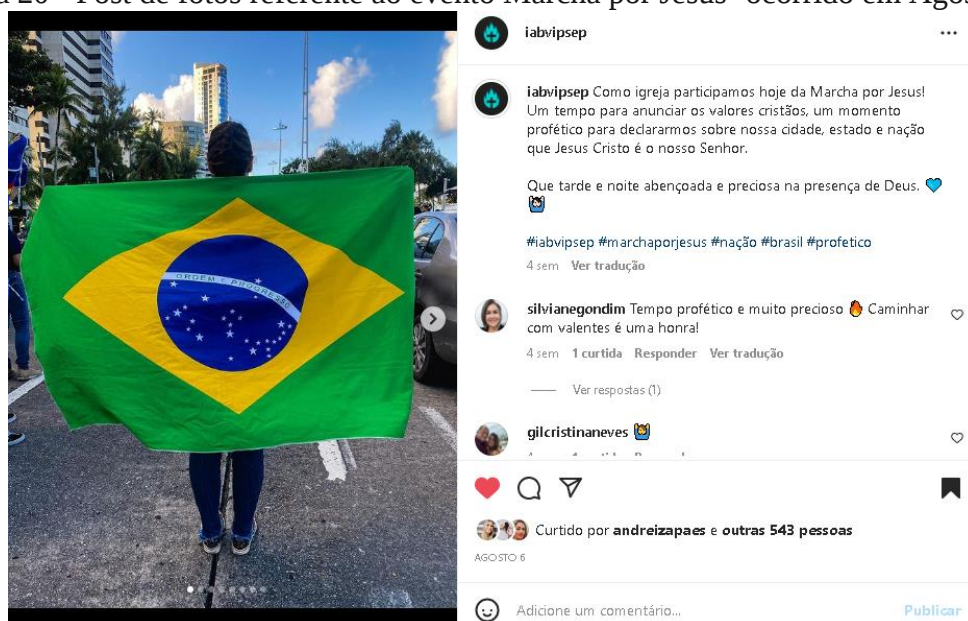
Essa é uma postagem típica na conta da igreja, todas as quartas e aos domingos são postadas fotos referente a noite dos cultos. Essa em específico foi de um culto de domingo, alcançando 1619 pessoas.

Figura 19 - Post flyer com frase da Missionária Edméia Williams.⁵

Fonte: Feed do Instagram – Conta: @iabvipsep.

⁵ Edméia Williams é uma missionária brasileira, conferencista de renome internacional, formada em Pedagogia, Filosofia, Psicologia e Música, atualmente viaja o mundo pregando o evangelho. Também casou, teve uma filha, foi morar no Rio de Janeiro e depois no Iraque. Mas após perder a filha e o marido, ela retornou ao Brasil e seguiu o seu chamado missionário a qual Deus a designou. Ela já participou de vários eventos na IABV IPSEP e tem contribuído com a edificação dos membros e ensinamento da Bíblia.

Figura 20 - Post de fotos referente ao evento Marcha por Jesus⁶ ocorrido em Agosto de 2022.

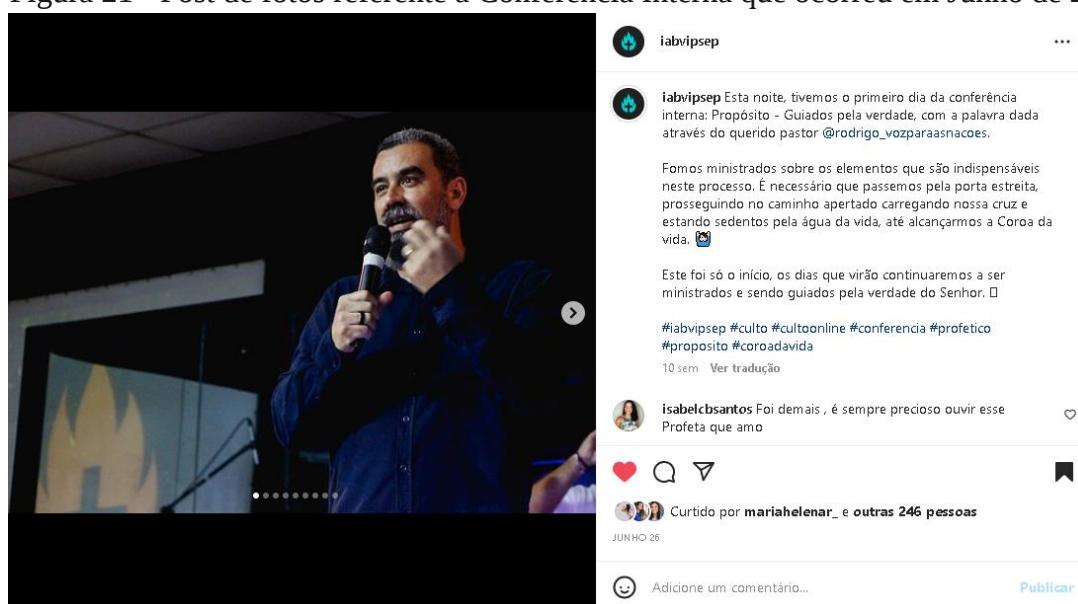


Fonte: Feed do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Da mesma maneira que em alguns posts, esse também pode-se concluir que teve um alto alcance por ter sido de um evento e ainda maior que outros, visto que reúne várias igrejas cristãs na cidade e é aberto para toda a população. 2298 foi o número de contas atingidas.

7.4 POSTAGENS NOS ÚLTIMOS 90 DIAS (09/06/22 a 06/09/22):

Figura 21 - Post de fotos referente a Conferência Interna que ocorreu em Junho de 2022.



Fonte: Feed do Instagram – Conta: @iabvipsep.

⁶ É um evento que reúne igrejas cristãs do país e do mundo, além de ser aberto para a participação de toda a população. A Marcha representa a união das pessoas, a comunhão de todos que acreditam em Jesus Cristo.

Esse post atingiu 1372 contas, outra vez observa-se que teve um grande número em virtude de ter sido outra reunião importante e ainda mais, ter comparecido pastores que são de outras comunidades, todavia já envolveram-se com a igreja.

Figura 22 - Post flyer em comemoração ao “aniversário” ministerial da Pastora Ana Dácia esposa do Pastor Presidente.



Fonte: Feed do Instagram – Conta: @iabvipsep.

Essa publicação alcançou 1018 contas, é provável que teve esse engajamento por ser uma data comemorativa e significativa para os membros da igreja.

7.5 YOUTUBE

Criado em 2005 por Chad Hurley, Jawed Karim e Steve Chen, na época, funcionários do PayPal, o Youtube é uma plataforma que permite produzir e consumir conteúdo em formato de vídeo via streaming. De acordo com o relatório de pesquisa da Hootsuite feito em janeiro de 2022, a plataforma tem 1,7 bilhão de visitantes únicos mensais, no total o site recebe 14,3 bilhões de visitas por mês, sendo mais popular que o Facebook, Wikipédia, Amazon e Instagram.

Analisando que é uma ferramenta que também deve estar presente, entre as instituições, seja qual for o tipo, pelo motivo da sua popularidade, a IABV IPSEP também possui um canal na mídia social. Atualmente, o principal conteúdo que é postado pela igreja são as transmissões dos cultos, anteriormente já teve a publicação de outros tipos de vídeos, com o objetivo de trazer conhecimento sobre alguns estudos e princípios da igreja e do evangelho, mas não foi dada a continuidade devido à falta de mão de obra. O canal da IABV IPSEP conta com aproximadamente 3410 inscritos, prevalecendo a faixa etária dos 35 aos 44 anos e grande parte do público é mulher. Assim como no Instagram, também precisa melhorar no desenvolvimento do engajamento, tanto nas próprias ferramentas que a plataforma oferece, como na educação das pessoas para que possam corresponder mais sobre o que está sendo postado. Por fim, com a volta total dos cultos presenciais, cessando a pandemia, houve uma queda no número de visualizações dos vídeos e também nos espectadores simultâneos quando estão acontecendo as transmissões ao vivo. Vejamos alguns resultados das métricas na plataforma do YouTube, no período dos últimos 28 dias (13 de ago. – 9 de set. de 2022).

Figura 23 - Número atual (10/09/22) de inscritos no canal da IABV IPSEP.



Fonte: YouTube Analytics – Canal IABV IPSEP OFICAL.

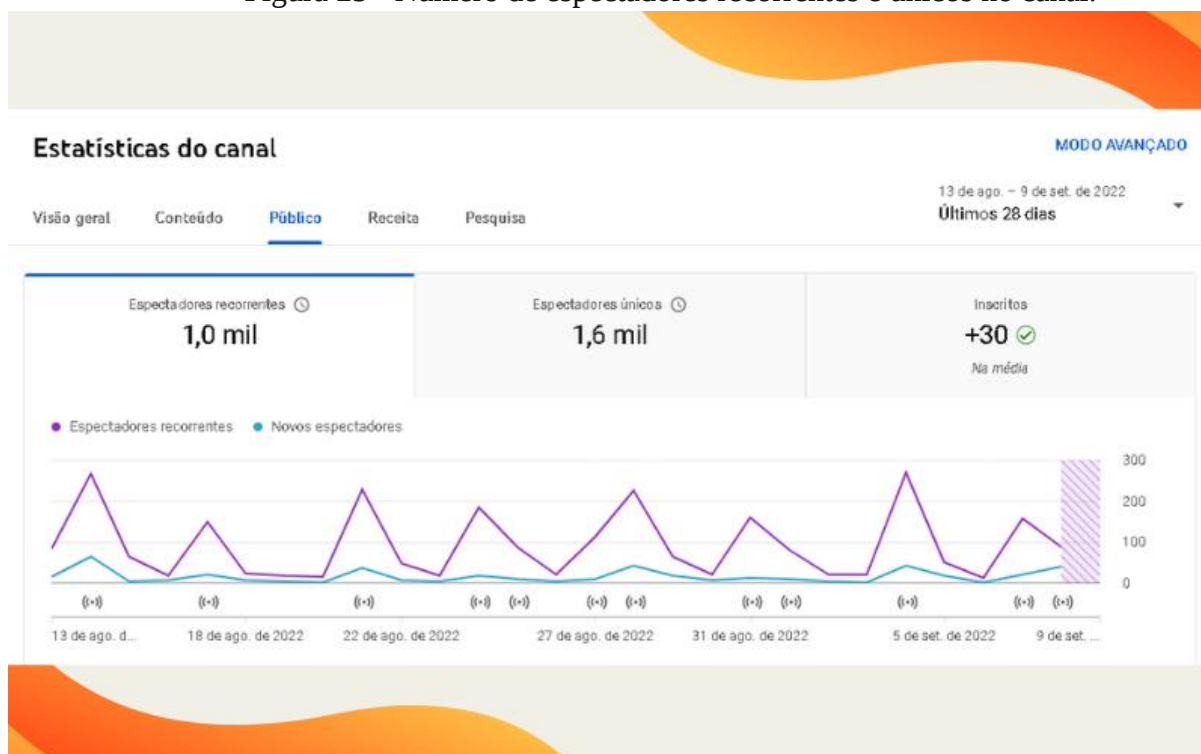
Figura 24 - Gráfico do desenvolvimento do número de inscritos.



Fonte: YouTube Analytics – Canal IABV IPSEP OFICAL.

Foi observado que em meados do mês de agosto para o mês de setembro houve um aumento na taxa de usuários no canal. Especificamente no dia 13/08/22 a o dia 09/09/22, o crescimento foi de 28 inscritos, provando a necessidade de estratégias que a conta da IABV IPSEP precisa aprimorar para o alcance de novas pessoas e aquelas que já são inscritas se tornarem usuários ativos nos conteúdos que são publicados.

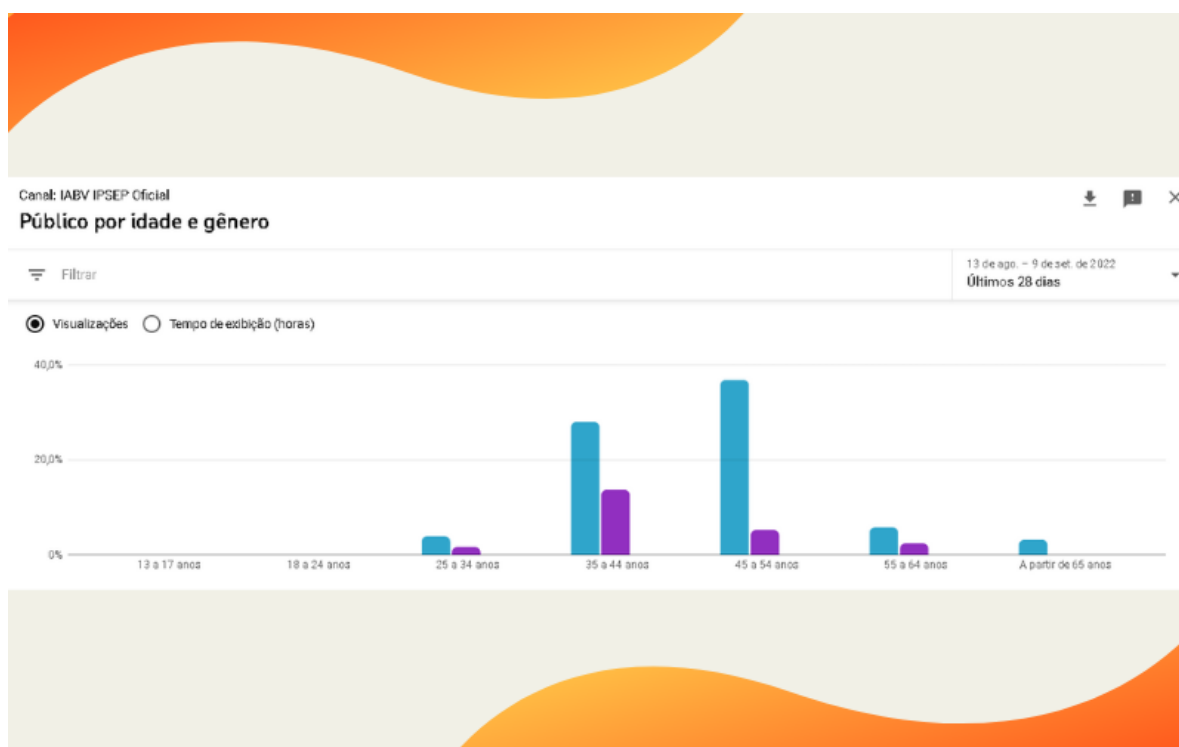
Figura 25 - Número de espectadores recorrentes e únicos no canal.



Fonte: YouTube Analytics – Canal IABV IPSEP OFICAL

Esse gráfico mostra os espectadores presentes no canal da igreja. O YouTube separa em dois grupos, os espectadores recorrentes e únicos. Quando fala sobre os recorrentes, são aqueles que já assistiram algum vídeo no canal e voltam para ver mais vezes, e os únicos são aqueles que descobriram o canal pela primeira vez no período selecionado como mostra a figura acima. Sendo assim, de acordo com a quantidade de inscritos as estatísticas estão baixas.

Figura 26 - Gráfico da faixa etária e gênero que mais assistem ao conteúdo da igreja. Em azul são as mulheres e em roxo os homens.



Fonte: YouTube Analytics – Canal IABV IPSEP OFICAL.

Assim como no Instagram, o gênero que predomina no canal do youtube são as mulheres, e vale ressaltar que acima dos 65 anos, não possui nenhum homem que esteja acompanhando o canal. Além disso, a faixa etária se assemelha tanto com o Instagram quanto com a pesquisa realizada entre os membros da igreja, confirmando mais uma vez que o público adulto dos 35 aos 54 anos, são as pessoas mais assíduas e participantes das atividades.

7.6 WHATSAPP

Em 2009 o Whatsapp foi criado por Jan Koum e Brian Acton, dupla que passou quase 20 anos no Yahoo, produziu esse aplicativo o qual tem como finalidade construir um

serviço de mensagens instantâneas e chamadas de voz em qualquer lugar do mundo, os usuários também pode enviar fotos, vídeos, documentos, áudios e outras utilidades. Porém, no ano de 2014 juntou-se ao Facebook, continuando com o mesmo objetivo inicial e mais de dois bilhões de pessoas, em mais de 180 países usam o Whatsapp, dados diretamente do site do aplicativo⁷.

Essa é outra rede social muito aproveitada pela igreja, a qual conta com essa ferramenta para falar especificamente com os membros, pois se torna mais particular e direciona melhor a mensagem. Cada ministério tem um grupo no aplicativo, auxilia também na divulgação dos eventos e para tratar de assuntos particulares da IABV IPSEP. Ainda assim, existe um grupo exclusivo para as pessoas que lideram uma célula com a intenção de compartilhar estudos que podem ser tratados nesse pequeno grupo, todos os dias o pastor envia uma devocional, que é uma pequena reflexão de determinado livro da bíblia e contem qual a leitura do determinado dia, melhor dizendo qual livro e capítulos irão ser lidos naquele dia. Outro ponto, é que a igreja possui salas de oração online, através da plataforma Zoom, e nesses grupos são publicados os links nos devidos horários da sala. Dessa forma, vemos que essa é outra mídia social que apresenta grande valor para a instituição.

⁷ Informações obtidas no site: https://www.whatsapp.com/about/?lang=pt_br , Acesso em 26 de agosto de 2022.

8. PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

O ato de planejar está presente nas mais diversas e corriqueiras atividades do dia a dia. Pode-se dizer que, é o ponto de partida para definir objetivos, estratégias, táticas e alcançar um ponto final estabelecido. Também é plausível dizer, que ele gerencia ações que levarão ao consumidor efetuar algum comportamento, exemplificando o ato de comprar algum produto. Logo, planejar é “... tentar, previamente, orientar os acontecimentos no sentido que desejamos para obter os resultados que desejamos” (MARTINS, 1999, p. 72 apud PANNEBECKER, 2007, p.03). Na bíblia por exemplo, quando fala sobre a criação do mundo⁸ observa-se que Deus criou cada coisa no seu devido tempo, determinando os objetivos do que ia ser criado em cada dia, as estratégias que ele usou para produzir e como Ele colocou tudo em ação. Identifica-se também, tudo o que Deus ordenava que alguém fizesse havia um planejamento, cada ação tinha o seu tempo, e se fosse para construir algum objeto existiam todas as medidas bem definidas até se chegar ao resultado. Portanto, eram necessárias essas orientações com o intuito de obter aquilo que o Senhor desejava como produto final, se não poderia ser feito de qualquer forma e não atingir o esperado.

Por essa razão, além de o planejamento ser primordial para o processo de comunicação, sendo bem feito, ele trará resultados eficientes. Isto é, “não adianta ter um plano perfeito na mão se o mesmo não for executado. A execução eficiente e talentosa do plano é que garante o resultado da empresa” (ADVERTISING, dez./2000, p.33 apud PANNEBECKER, 2007, p.03). À vista disso, elaborar um plano de comunicação para a IABV IPSEP, é essencial nesse momento com o objetivo de trazer melhorias para a comunicação da igreja. Como é uma área que começou recentemente a atuar com mais eficiência na instituição, ainda precisa de reparos para que se possa conquistar resoluções mais efetivas. Isto significa que a execução do trabalho que está sendo feito nas redes sociais, carece de um plano para que possa nortear a aplicação das ferramentas de modo assertivo e garantir novos resultados para a igreja.

8.1 TOM DE VOZ

Um elemento tão importante para qualquer marca ou instituição é o tom de voz. Mas o que seria isso? De acordo com Camila Renaux, consultora, professora, palestrante e eleita

⁸ Localizado no primeiro livro da bíblia, o livro de Gênesis no capítulo 1 e 2.

por duas vezes a Melhor Profissional de Marketing do Brasil em uma entrevista realizada para o Resultados Digitais, ela afirma que o tom de voz “*é justamente a transposição adaptada do jeito de uma marca se comunicar a partir de quem é, na vida real, para sua comunicação, inclusive a Digital – na qual os diálogos e o relacionamento são potencializados e se tornam muito mais marcantes e presentes.*” Dessa forma, estabelecer o tom para a igreja auxilia na construção da forma como ela irá se comunicar nas redes sociais e com o seu público, criando uma identidade própria na maneira como fala e se relaciona.

Com isso, o tom de voz da IABV IPSEP é definido como útil, informativo e claro. Além de ser formal, mas adaptando se necessário ao modo como as pessoas falam nas redes sociais. Sendo assim tem o intuito de anunciar a bíblia, trazendo ensinamentos para o público que está na igreja ou não, de modo que traga clareza e utilidade para aplicar na vida.

Dito isso, segue abaixo o planejamento elaborado para a IABV IPSEP.

OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	TÁTICAS
Estimular a Equipe de Comunicação para oferecer um serviço com mais eficácia.	Capacitar os voluntários.	Criar cartilhas falando sobre cada função existente na equipe para que cada um saiba como exercer bem sua função; Treinamento geral para equipe sobre como funciona a mídia em todo, tanto para membros antigos, como para novatos, trazendo ideias e novas ferramentas; Fazer ações individuais para cada GT, ou seja o líder ficar responsável por criar essas ações, podem ser reuniões, treinamentos em dias de culto, novidades para manter sempre a inovação no serviço; Realizar <i>benchmarking</i>⁹ com outras igrejas, para que nesse processo, possa ser discutido o que pode ser melhorado como equipe geral e as individuais, além de compartilhar experiências e conhecimento cooperando para o crescimento da equipe.

⁹ “É um processo de estudo de concorrência, podendo ser uma análise profunda das melhores práticas usadas por empresas de um mesmo setor que o seu e que podem ser replicadas no seu empreendimento. Entre seus benefícios estão a redução de custos, aumento na produtividade e ampliação na margem de lucro.” Informações obtidas no site: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/benchmarking/>, Acesso em 13 de outubro de 2022.

Estratégias de conteúdo mais assertivas no Instagram para aumentar o engajamento do público.	Aumentar a visibilidade e engajamento nas mídias sociais, elaborando um planejamento mais estratégico.	Criar posts mais interativos, conteúdos que as plataformas estão mais focadas em entregar. Como por exemplo, vídeos em formato Reels com assuntos que a igreja está discutindo ou sobre eventos; posts que apresentem frases que estimulem a ação de comentar, compartilhar, salvar; Através da ferramenta <i>story</i> ensinar ao público como ativar as notificações do perfil e postagens para que eles recebam sempre em primeira mão o que está sendo postado. Além de falar, não de forma tão específica, sobre a importância de salvar uma postagem, que para a rede social é sinalizado como um conteúdo de alta relevância e entrega ainda mais posts do perfil; Criar quadros para conta, que possam ser postados tanto no <i>feed</i> como no <i>story</i> quinzenalmente ou mensalmente, com dicas de livros, leituras da bíblia, momento de tirar dúvidas sobre assuntos de teologia e afins, como fazer devocional, dicas de músicas; Todos os cultos e eventos são tiradas fotos, para ficar como registro e também ser usadas nas postagens, porém na maioria das vezes só as fotos dos eventos são liberadas para os membros. Com isso, pode ser criado uma galeria com todas as fotos, temos por exemplo a plataforma SmugMug que é excelente para a divulgação desse material, tendo como o objetivo, disponibilizar para o público e assim, eles podem publicar em seus perfis pessoais, marcando a conta da IABV IPSEP, auxiliando na divulgação orgânica do perfil no Instagram aumentando a visibilidade e conhecimento da igreja; Link da plataforma: https://www.smugmug.com/promo/pro-motion Realizar mensalmente um relatório dos resultados que o perfil alcançou, fazendo essa análise através do painel profissional que o própria ferramenta apresenta, com o intuito de melhorar o que não esteja obtendo um bom resultado e continuar investindo nas estratégias que estão dando certo; Fazer pesquisa com o público através de enquetes, caixas de perguntas, para que possamos gerar relacionamento e também conhecer melhor sobre
---	---	---

		suas preferências dentro das plataforma, ou seja horários de postagens, se estão gostando dos quadros que estamos apresentando e até sugestões para melhorias; Criar gifs para o story no Instagram com logo, frases que identifiquem a igreja, e assim o público pode usar em suas publicações auxiliando na publicidade orgânica; Outro recurso acessível para todos os usuários no Instagram são os filtros. Desse modo, produzir esses filtros com molduras e frases sobre os cultos ou que mostrem a ID da igreja, com o objetivo dos membros utilizarem nas suas postagens dos stories, contribuindo para o conhecimento do perfil da IABV IPSEP, visto que você pode dar um nome ao filtro, colocar a pessoa que criou e isso gera um link que pode direcionar para o perfil.
Acelerar e aumentar a visibilidade do canal no YouTube da IABV IPSEP.	Produzir conteúdos nas diversas ferramentas que o YouTube proporciona, para ter mais engajamento.	Instalar e utilizar a ferramenta <i>TubeBuddy</i>, a qual vai auxiliar na otimização do canal, ou seja ele mostra se os títulos, descrições <i>thumbnails</i>¹⁰ estão de acordo com o que o YouTube valida como ótimo. Também serve como um guia para as práticas recomendadas pela rede social e garante que os vídeos postados sejam configurados com sucesso; Fazer o uso da ferramenta <i>Google Keyword Planner</i> o qual apresenta as palavras-chave mais buscadas entre os usuários, e assim usá-las nos títulos dos vídeos e das descrições para que estes apareçam melhor posicionados nas buscas por assuntos relacionados ao canal da igreja; Usar o <i>shorts</i>, ferramenta do aplicativo do YouTube em que pode ser criados vídeos de até 60s pelo celular, a fim de que dessa forma possa se conectar melhor com o público, trazendo informações rápidas sobre eventos da igreja, sobre algum assunto específico, e ainda gerar uma aproximação com os irmãos, pois podem ser gravados com os pastores e líderes dos ministérios;

¹⁰ Segundo Neil Patel *thumbnail* “é uma imagem em miniatura e comprimida usada na internet para prever a imagem original. A palavra thumbnail vem da palavra “Thumb” que significa polegar e “nail” que significa unha. Ou seja, unha do polegar. Mas no meio digital as thumbnails são utilizadas como sinônimo de miniaturas.” No YouTube elas são identificadas como as capas que os vídeos apresentam.

		Aplicar os títulos com um padrão estabelecido contendo todas as informações necessárias que auxiliem os usuários na busca para assistir ao conteúdo, além de descrições que obtenham os dados completos, atendendo o que o Youtube deseja; Padrão para títulos: Tema do Culto (checar palavras-chaves) - Nome do pregador - IABV IPSEP Ex: Seguindo para o Propósito - Pr. Isaltino Luna - IABV IPSEP Padrão para títulos de eventos: Tema do evento (checar palavras-chaves) - Nome do pregador - IABV IPSEP - Ministério que está fazendo o evento Ex: Como Flechas - Pra. Ana Dácia Luna - IABV IPSEP - Rede de Mulheres Padrão para descrição: Escrever um breve resumo sobre o que foi ministrado no culto, com as referências bíblicas. Colocar o link para aqueles que desejaram aceitar Jesus¹¹. Falar sobre a IABV IPSEP em poucas palavras. Convidar para se inscrever no canal e ativar as notificações. Colocar os demais links das redes sociais que a igreja está. Inserir os dados para oferta, deixando-os bem à vontade para fazer isso. Ex: Olá, seja bem-vindo a Família IABV IPSEP! Um prazer ter você aqui em nossa experiência online. Nessa mensagem do culto de domingo (09/10) o Senhor nos exortou sobre andarmos de acordo com o que sua palavra diz... Referências Bíblicas: Se você acabou de tomar a decisão por Cristo, clique neste link: (inserir link)
--	--	--

¹¹ Quando uma pessoa deseja seguir o evangelho, confessando os seus pecados e vivendo uma nova vida para Deus, em começa a frequentar também a igreja e suas atividades.

		Somos a Família IABV IPSEP há 8 anos experimentando o poder do Espírito Santo sobre nossa comunidade, nos fundamentando na palavra de Deus e sendo guiados pela verdade em todo tempo. Se inscreva em nosso canal e ative as notificações para ficar por dentro de tudo: (LINK) Nos acompanhe também no Instagram: (Inserir os links) Para apoiar com dízimos, primícias e ofertas: Chave PIX: 41.582.060.0001/47 Bradesco Ag. 0289 CC. 40435-7 Criar dois quadros sobre assuntos ligados à igreja, estabelecendo dias e horários, com o intuito de trazer mais estudos e ensinamentos para os membros e automaticamente visto que mais postagens no canal, potencialmente aumenta o engajamento. Os quadros podem trazer assuntos sobre princípios bíblicos, teologia, fundamentação na Bíblia. Ou até mesmo, estabelecer um dia em cada semana para trazer algum assunto para determinado grupo, por exemplo na terça-feira da primeira semana traz algo para as mulheres, na quinta da segunda semana algum assunto para os jovens e assim sucessivamente; Começar a usar o YouTube Analytics, analisando mensalmente as métricas que o canal alcançou no mês, para que assim possa ver os pontos que estão dando certo e os de melhorias com o objetivo de trazer crescimento para o canal; Referências de canais que podem auxiliar em ideias para o canal da igreja: Dois dedos de teologia, Bibotalk, Antônio Carlos Costa, Igreja do Amor, Zion Church, JesusCopy, Orvalho, Luciano Subirá, Fhop, Josué Gonçalves, entre outras.
Expandir o reconhecimento da IABV IPSEP	Inserir a igreja em outras plataformas que o público alvo normalmente utiliza	Realizar uma pesquisa entre os membros da igreja, através do Instagram por exemplo, perguntando quais são as plataformas de música que eles acessam, e assim criar contas da IABV IPSEP nesses canais;

		Fazer podcasts com assuntos relacionados a igreja, bíblia, algo que as pessoas estejam interessadas em conhecer mais, temas que estão sendo bastante discutidos na sociedade, convidando pessoas que são do ciclo de relacionamento da IABV IPSEP, para assim expandir a rede e gerar reconhecimento da igreja. REF's para auxiliar nos podcasts: JesusCopy, Fhop, Dunamis Movement.
Estabelecer uma comunicação mais centralizada das atividades da IABV IPSEP.	Comunicar e transmitir por meio das redes sociais as diversas atividades extras da igreja, (escolas, cursos, sala de oração, ação social, consolidação) e o trabalho que faz através dos ministérios.	Realizar trimestralmente um <i>Workshop</i> com todos os ministérios, mas especificamente com as pessoas que estão inseridas na mídia de cada grupo, com o objetivo de ensinar como gerenciar o perfil do ministério, ideias de quadros para o feed, dicas para os <i>stories</i> e as coberturas dos seus devidos cultos e eventos, edição de fotos e vídeos básicos, a relevância de possuírem uma identidade visual que ao mesmo tempo corresponda com a ID da igreja, entre outros. A ideia de fazer de três em três meses, é pelo fato das mídias sociais sempre estarem se atualizando e também, para receber um feedback de como está o andamento de cada ministério e o que pode melhorar; Montar um PDF mostrando como devem produzir um planejamento de conteúdo para as redes sociais, com as datas comemorativas da/para a igreja, postagens de fotos e conteúdos relacionados ao ministério.
Estabelecer uma comunicação mais centralizada das atividades da IABV IPSEP.	Comunicar e transmitir por meio das redes sociais as diversas atividades extras da igreja, (escolas, cursos, sala de oração, ação social, consolidação) e o trabalho que faz através dos ministérios.	Criar um plano de ação entre os ministérios determinando o prazo que eles devem mandar, o tipo do material que desejam, as informações sobre o que desejam produzir, para a divulgação das atividades ou eventos que vão realizar. Assim auxilia na montagem do briefing para a equipe de mídia executar da melhor forma; Formulário para solicitações: https://forms.gle/LvRQY61fp2uAPrTc7 Postar no <i>story</i> da IABV IPSEP, uma arte por dia ou semanal, como se fosse um calendário, mostrando a programação para que todas as pessoas saibam o que estará acontecendo na igreja;

		Criar um site que fale sobre quem é a IABV IPSEP, com blog sobre estudos, devocionais e assim ser outro canal que traga os detalhes sobre cada evento, programação da igreja, além de explicar melhor sobre cada ministério, as células, entre outros pontos; Referências para o site: https://zionchurch.org.br/eventos https://www.igrejadoamor.com.br/devotionals/ http://www.mir12.com.br/2016/ O perfil da igreja já investe em fotos, mas também é necessário produzir postagens que mostrem os ministérios servindo e realizando as demais atividades. Por isso, podem ser elaboradas publicações que falem sobre cada serviço que é realizado.
Despertar nas pessoas o desejo de ajudar o ministério de Ação Social e Projetos	Criar campanhas de conscientização sobre essa área e apresentar como ela funciona.	Produzir vídeos que mostrem os projetos e atividades que o ministério de ação social realiza, com a finalidade de mostrar para os membros e novos membros como tudo funciona e assim incentivando a doação de alimentos e outros itens necessários; Criar um infográfico que apresente as áreas e famílias que a igreja apoia atualmente com as doações que são realizadas; Estabelecer uma pessoa que possa estar gerenciando de maneira integral a conta no Instagram do ministério que se chama @nossas.maos.solidarias, para que seja mais um meio de divulgar e trazer para as pessoas o que a igreja tem feito; Todas as vezes que alguma família recebe uma cesta básica são tiradas fotos para a contabilização, com isso pode usar esses dados em um infográfico e todo final do mês ser apresentado a igreja, servindo como um feedback, para que assim vejam o quanto está sendo útil e como é necessário sempre ter as doações.
Estabelecer e publicizar uma comunicação nos conteúdos, que revelem a identidade da igreja.	Evidenciar através das postagens nas redes sociais a identidade de serviço ao Reino que a igreja possui,	Criar publicações de fotos e vídeos que apresentem os membros servindo na igreja ou realizando alguma atividade, exibindo um dos valores que a igreja tem que é o serviço;

		Trazer nos stories os bastidores da preparação dos cultos, eventos como cada área se prepara e age em sua função, assim traz mais clareza dos trabalhos feitos.
Reconhecer os novos membros na IABV IPSEP	Realizar ações que proporcionem a igreja a identificar os membros	Fazer um cadastro para novos membros e após isso, realizar jantar de boas-vindas, explicando como a IABV IPSEP funciona, direcionando-os para alguma célula, apresentando os ministérios que podem servir e já estabelecer laços entre as pessoas, pois é uma igreja que tem muitas pessoas; Fazer placas de PVC com mensagens de boas-vindas para a recepção e assim todos que estiveram chegando na igreja se sentirem bem recepcionados.
Desenvolver um relacionamento mais próximo com os visitantes	Criar elementos adicionais na acolhida para ser entregues aos visitantes	Solicitar aos visitantes, se eles desejarem, o número do whatsapp, deixando-os bem à vontade para realizar esse cadastro. Para que no dia seguinte, seja enviado uma mensagem de boas-vindas, mantendo o contato para que eles possam voltar mais vezes, participarem de algum evento e assim se tornar membro futuramente; Montar um mini presskit para dar aos visitantes alguma lembrança do dia que participaram do culto. Pode ser um marca página com informações da igreja, contatos, mídias sociais, os ministérios que existem, complementando com algum doce, chocolate desejando-os as boas-vindas, criando outra oportunidade de contato.

APÊNDICES

Figura 27 - Cronograma com ideias de temas para serem discutidos no Workshop para os ministérios.



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Figura 28 - Modelo de como pode ser criado o planejamento de conteúdo para as redes sociais. Esse em específico é para o Instagram.

PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO

MÊS:

MÍDIA SOCIAL:

00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)	00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)	00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)
00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)	00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)	00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)
00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)	00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)	00/00 - DIA DA SEMANA FEED: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA LEGENDA: (NOME) RESPONSÁVEL POR POSTAR E REPOSTAR: (NOME) STORY: HORÁRIO DA POSTAGEM - TIPO E ASSUNTO DA POSTAGEM RESPONSÁVEL PELA CRIAÇÃO E POSTAGEM: (NOME)



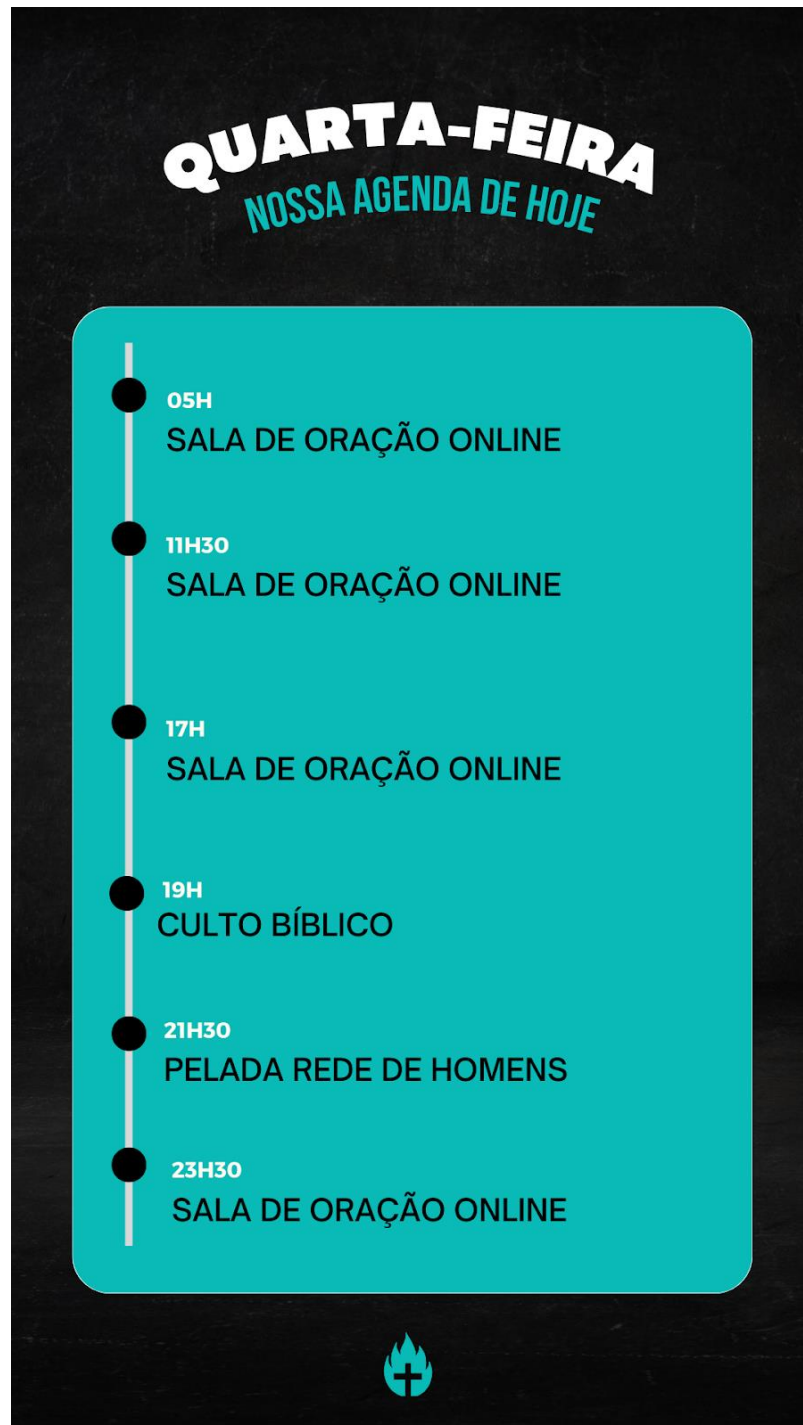
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Figura 29 - Calendário Anual de datas comemorativas para a IABV IPSEP.

 CALENDÁRIO ANUAL	
JANEIRO 06/01 - DIA DA GRATIDÃO 08/01 - DIA DO FOTÓGRAFO	FEVEREIRO 07/02 - ANIVERSÁRIO DA PRA. ANA
MARÇO 06/03 - ANIVERSÁRIO DA PRA. ANDREIZA 13/03 - ANIVERSÁRIO DA APA. ELIANE PRIMEIRA SEXTA DO MÊS - DIA MUNDIAL DA ORAÇÃO 08/03 - DIA DA MULHER 27/03 - DIA MUNDIAL DO TEATRO	ABRIL 20/04 - ANIVERSÁRIO DO PR. ISALTINO 22/04 - ANIVERSÁRIO DO PR. GILSON CONFERIR DE ACORDO COM O ANO - PÁSCOA 29/04 - DIA INTERNACIONAL DA DANÇA
MAIO 07/05 - ANIVERSÁRIO DA PRA. ESTELITA SEGUNDO DOMINGO DO MÊS - DIA DAS MÃES MÊS DE EVANGELIZAÇÃO GLOBAL	JUNHO PENTECOSTES MÊS DE ANIVERSÁRIO DA IGREJA 12/12 - DIA DOS NAMORADOS SEGUNDO DOMINGO DO MÊS - DIA DO PASTOR 21/06 - DIA DA MÍDIA
JULHO 13/07 - DIA DO CANTOR 20/07 - DIA DO AMIGO 26/07 - DIA DOS AVÓS	AGOSTO 15/08 - ANIVERSÁRIO DE MINISTÉRIO PASTORAL - PRA. ANA SEGUNDO DOMINGO DO MÊS - DIA DOS PAIS 28/08 - DIA DO VOLUNTARIADO
SETEMBRO 01/09 - ANIVERSÁRIO DO AP. EBENÉZER 07/09 - DIA DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL SEGUNDO DOMINGO DO MÊS - DIA NACIONAL DE MISSÕES	OUTUBRO 01/10 - ANIVERSÁRIO DA PRA. ADRIANA 01/10 - DIA INTERNACIONAL DO IDOSO 08/10 - DIA DO NORDESTE 12/10 - DIA DAS CRIANÇAS 15/10 - DIA DO PROFESSOR 31/10 - DIA DA REFORMA PROTESTANTE
NOVEMBRO 15/11 - DIA DA PROCLAMAÇÃO DA REPÚBLICA 16/11 - ANIVERSÁRIO DE MINISTÉRIO PASTORAL - PR. ISALTINO 17/11 - DIA DA CRIATIVIDADE 22/11 - DIA DO MÚSICO ÚLTIMA QUINTA DO MÊS - DIA DE AÇÕES DE GRAÇAS 30/11 - DIA DO TEÓLOGO	DEZEMBRO 05/12 - DIA DO VOLUNTÁRIO 08/12 - DIA DA FAMÍLIA SEGUNDO DOMINGO DO MÊS - DIA DA BÍBLIA 12/12 - DIA DO DISCIPULADOR 15/12 - ORDENAÇÃO PASTORAL - PRS. ANDREIZA, GILSON E ADRIANA 25/12 - NATAL 31/12 - ANO NOVO

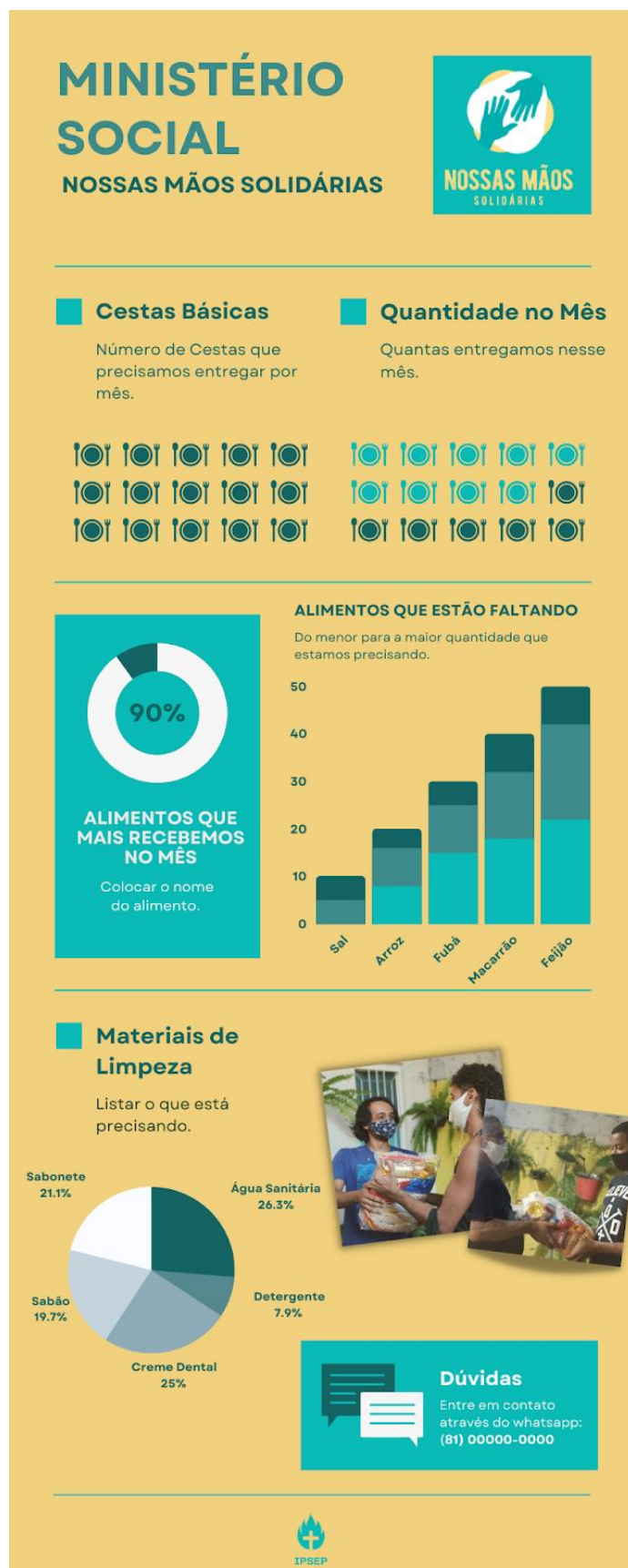
Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Figura 30 - Exemplo de arte para o Story referente a programação diária da igreja.



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

Figura 31 - Infográfico sobre o ministério de ação social como feedback para os membros da igreja, estimulando as doações.



Fonte: elaborado pela autora, 2022.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo buscado neste trabalho foi desenvolver um planejamento de comunicação para auxiliar as ações que já são desenvolvidas pela IABV IPSEP nas mídias sociais e também no meio off, que estivesse alinhada com a identidade da igreja, seus membros e o público que deseja atingir.

Ao realizar a pesquisa e o diagnóstico, foi constatado que de fato a instituição necessita dessas melhorias para poder apresentar e oferecer melhores resultados para as pessoas que já estão inseridas na igreja e aquelas que irão participar futuramente. Além disso, investir mais em suas mídias sociais, pois elas apontam grande potencial para crescimento.

Foram feitas pesquisas para saber as tendências que estão sendo utilizadas no momento, com o intuito de trazer as propostas mais assertivas para o cenário atual que a igreja apresenta. Além de sondar o que outras instituições estão conquistando como grandes resultados, adequando a personalidade da igreja. Portanto, foi levado em consideração o público alvo, as diretrizes da igreja e como ela já se posiciona, a fim de ter um planejamento que seja certamente aplicável na IABV IPSEP.

REFERÊNCIAS

BLACK FLAG PUBLICIDADE. **Redes sociais: porque criar filtros no Instagram é bom para o seu negócio?**. Black Flag Publicidade, 11 dez. 2020. Disponível em: <https://blackflag.com.br/filtros-no-instagram/>. Acesso em: 13 out. 2022.

CASTELLANOS, César. **Manual para Células**. 1ª edição. São Paulo: G12, 2018.

CASTELLANOS, César. **O ABC da Visão**. 1ª edição. São Paulo: G12, 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **EBOOK - MISSÃO, VISÃO E VALORES | “Gestão de Pessoas – 3ª Edição”**, Elsevier. 2010, p. 62

DATA REPORTAL. **Digital 2022: Brazil. Data Reportal**. Data Reportal, 9 fev. 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil?rq=brazil>. Acesso em: 25 ago. 2022.

DATA REPORTAL. **Instagram Statistics And Trends**. Data Reportal, 15 ago. 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>. Acesso em: 25 ago. 2022.

EAD PLATAFORMA. **Como impulsionar seus conteúdos e promover uma gestão estratégica do seu canal com 10 ferramentas para YouTube**. EAD Plataforma, 31 jan. 2022. Disponível em: <https://blog.eadplataforma.com/empreendedor-ead/ferramentas-para-youtube/#>. Acesso em: 24 set. 2022.

FERREIRA, Elisandra Amâncio. **Mídias Sociais na Igreja: usando o meio digital para o Reino**. 1ª edição. Belo Horizonte: CPAD. 2021.

HOOTSUITE. **23 YouTube Stats That Matter to Marketers in 2022**. Hootsuite, 14 fev. 2022. Disponível em: https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/#YouTube_user_statistics. Acesso em: 26 ago. 2022.

INCHURCH. **O que muda na comunicação para igrejas pós-pandemia? Veja sete lições trazidas pela crise da Covid-19**. Inchurch, 2 dez. 2020. Disponível em: <https://inchurch.com.br/blog/comunicacao-para-igrejas-pos-pandemia/>. Acesso em: 02 mai. 2022.

KOTLER, Philip.. **Administração de marketing**/Philip Kotler, Kevin L. Keller. 12ª edição. São Paulo: Pearson Education, 2006.

KOTLER, Philip.. **Administração de Marketing**/Philip Kotler, Kevin L. Keller. 14ª edição. São Paulo: Pearson Education, 2012.

KOTLER, Philip. **Princípios do Marketing**/Philip Kotler, Gary Armstrong. 15ª edição. São Paulo: Pearson Education, 2014.

LEADS^{2b}. **Público alvo: o que é e como mapear o seu.** Leads^{2b}, 03 fev. 2021. Disponível em: <https://leads2b.com/blog/publico-alvo-no-mercado-b2b/>. Acesso em: 19 ago. 2022.

LOPES, Elba. **Jornal A Vida.** Recife. Uninter: Centro Universitário. 2020.

MARCHA PARA JESUS. **Marcha para Jesus - História.** Marcha para Jesus. Disponível em: <https://www.marchaparajesus.com.br/>. Acesso em: 04 out. 2022.

MINISTÉRIO INTERNACIONAL DA RESTAURAÇÃO. **Edméia Williams - Uma Admirável Mulher De Deus.** Ministério Internacional Da Restauração, 07 jul. 2015. Disponível em: <https://www.mir12.com.br/br/2016/noticias/253-edmeia-williams>. Acesso em: 17 set. 2022.

NEILPATEL. **O Que é Thumbnail: Para Que Serve, Onde é Usada e Como Criar.** Neilpatel. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/thumbnail-o-que-e/> . Acesso em: 05 out. 2022.

NUVEMSHOP. **YouTube: saiba tudo sobre a maior plataforma de vídeos do mundo.** Nuvemshop, Ago. 2022. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-youtube/>. Acesso em: 26 ago. 2022.

PANNEBECKER, Ana Paula. **O Processo de planejamento de Comunicação: uma análise da prática em agências de publicidade e propaganda.** VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Rio Grande do Sul. 2007.

RESULTADOS DIGITAIS. **Engajamento: o que é, como calcular e como melhorar nas redes sociais da sua empresa.** Resultados Digitais, 07 jul. 2022. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/engajamento/> . Acesso em: 07 set. 2022.

RESULTADOS DIGITAIS. **O que é o Tom de Voz da marca e como sua empresa pode desenvolvê-lo.** Resultados Digitais, 02 out. 2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/tom-de-voz-marca/>. Acesso em: 03 out. 2022.

RESULTADOS DIGITAIS. **Benchmarking: o que é, como fazer, dicas e material gratuito!.** Resultados Digitais, 09 mar. 2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/benchmarking/>. Acesso em: 13 out. 2022.

ROCK CONTENT. **Público-alvo: o que é e como dialogar com quem você precisa!.** Rock Content, 26 nov. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/publico-alvo/>. Acesso em: 19 ago. 2022.

VPI TURISMO. **Festa Dos Tabernáculos: Qual O Significado?**. VPI Turismo, 17 out. 2019. Disponível em: <https://www.viajeparaisrael.com.br/festa-dos-tabernaculos-qual-o-significado/>. Acesso em: 07 set. 2022.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth**. We are social, 26 jan. 2022. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>. Acesso em: 25 ago. 2022.

WHATSAPP. **Sobre o Whatsapp**. Whatsapp. Disponível em: https://www.whatsapp.com/about/?lang=pt_br. Acesso em: 26 ago. 2022.

YOUTUBE . **Gerenciando Nossos Relacionamentos | Série Alegrai-Vos | Thiago Marques**. YouTube, 11 out. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rQ0fHfyAIrQ&t=2s> . Acesso em: 12 out. 2022.

YOUTUBE . **Gerenciando Nossos Relacionamentos | Série Alegrai-Vos | Thiago Marques**. YouTube, 11 out. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rQ0fHfyAIrQ&t=2s> . Acesso em: 12 out. 2022.

YOUTUBE . **Amar A Deus Encarecidamente // Pra. Sarah Hayashi**. YouTube, 10 out. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TiRaxaGyiSk> . Acesso em: 12 out. 2022.

YOUTUBE . **Tudo Requer Visão - Pr. Arthur Pereira - Igreja Do Amor**. YouTube, 10 out. 2022. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=4Geo_PK-FtQ&t=13s . Acesso em: 12 out. 2022.

YOUTUBE . **Não Desperdice A Oportunidade De Creser - Pr. Odilon Oliveira**. YouTube, 10 out. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sIhWsv7PLJQ>. Acesso em: 12 out. 2022.

RELATÓRIO

Desde quando iniciei a graduação, eu já fazia parte da equipe de mídia na IABV IPSEP, porém, era a equipe direcionada para o ministério de jovens, ainda não existia uma equipe para a comunicação da igreja na totalidade, mas em alguns momentos eu realizava determinadas atividades em eventos e cultos que tivessem uma proporção maior. Com a chegada da pandemia, o “novo normal” se estabelecendo no mundo, e com o meio digital sendo o único que podíamos usar, alguns membros da igreja foram se disponibilizando e envolvendo-se para levar a igreja até a casa das pessoas, já que não podíamos sair de casa, e exatamente nesse momento começou a surgir e estruturar a equipe de mídia na IABV IPSEP.

No início tínhamos poucas pessoas disponíveis para servir nessa equipe, mas à medida que as necessidades foram aumentando e vimos que a pandemia duraria mais do que imaginávamos, outras pessoas foram se inserindo. Com a chegada dos novos membros, a pastora da nossa igreja, sentiu a necessidade de compartilharmos ideias e obtermos conhecimentos com outra igreja que já estava bem desenvolvida, a Igreja do Amor¹², pois atuava com o ministério de comunicação antes mesmo da pandemia. Após essa reunião, ajustamos alguns pontos na equipe, sendo um deles a definição de líderes nas determinadas áreas, com o intuito de entregarmos ainda mais excelência no serviço que estávamos executando.

No começo desse trabalho, pode-se ver o organograma da equipe de mídia, sendo assim, com a implantação dessa liderança, a pastora solicitou que além do GT que já estou coordenando, o grupo técnico do Instagram, eu também a auxiliasse nas demandas que chegasse da equipe em geral. Após um ano, iniciei meu trabalho remunerado na igreja, em que estou até a data presente, assim surgiu a ideia e o interesse por realizar o trabalho de conclusão de curso sobre a minha amada igreja.

Até então, pensei que realizaria uma pesquisa sobre como a pandemia afetou e de certo modo contribuiu para o nascimento do ministério de mídia, porém, após sugestões e analisar melhor, um planejamento de comunicação seria mais útil e aplicável para o dado momento que a igreja e equipe tem vivido. Desse modo, com o auxílio do pastor presidente conheci mais sobre a igreja e realizamos a definição da missão, visão e valores que a igreja carrega, o

¹² Igreja Batista Evangélica localizada em Paulista, liderada pelos pastores Arthur e Talitha Pereira, existente há 20 anos.

diagnóstico teve a contribuição de algumas pessoas que atuam no ministério, para que em seguida eu pudesse partir para a análise das mídias sociais e chegar ao planejamento.

Por já está inserida no objeto do trabalho, partilho das dores enfrentadas na área da comunicação, dessa forma criar o planejamento teve seus desafios para estabelecer objetivos que podem, sim, ser alcançados ao longo que o planejamento venha ser aplicado na igreja, a fim de tentarmos sanar essas dores.

Para a realização do plano lembrar o que foi estudado nas disciplinas de Planejamento de Comunicação, Planejamento de Campanha e Administração em Publicidade, colaboraram também para a construção, dessa maneira trouxe mais certeza e convicção de estar no caminho certo e ter feito um trabalho assertivo.

Portanto, foi uma jornada que teve seus desafios, mas uma experiência que carregou tranquilidade com a ajuda de cada um que se dispôs a oferecer, seu tempo, conhecimento, vivências e por também ser uma das áreas que pretendo seguir ao longo da minha carreira profissional.