

**10° ENCONTRO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL
ESPÍRITA | FEP PR**

**Vós sois as
cartas vivas.**

04. PÚBLICO



Comunicação Espírita

PARA QUEM?

Todos necessitamos de luz renovadora.

**Imperioso saber conduzi-la, através das
tempestades que sacodem o mundo de hoje,
em todos os distritos da opinião.**

Público	Necessidades	Mensagem Espírita
Público em Geral	- Conhecimento sobre a vida após a morte - Consolo diante das dores e aflições da vida - Orientação moral e espiritual - Compreensão das leis que regem a vida	Apresentação dos princípios básicos do Espiritismo de forma clara e acessível - Ênfase na imortalidade da alma, na reencarnação e na comunicação com os espíritos - Mensagens de esperança, fé e caridade - Incentivo ao estudo, à prática do bem e ao desenvolvimento moral
Jovens	- Identificação com valores éticos e morais - Respostas para questionamentos existenciais - Sentido para a vida e propósito para o futuro	Abordagem de temas como amizade, amor, sexualidade, drogas e futuro à luz do Espiritismo - Utilização de linguagem moderna e recursos audiovisuais atrativos - Criação de espaços de diálogo e interação - Incentivo à participação em atividades e grupos
Famílias	- Harmonia e compreensão no lar - Educação dos filhos - Superação de conflitos e desafios familiares	Orientação sobre o papel da família no contexto da evolução espiritual - Valorização do diálogo, do respeito mútuo e da compreensão - Esclarecimento sobre as causas espirituais dos problemas familiares - Apoio e orientação para pais e filhos
Trabalhadores Espíritas	- Aperfeiçoamento moral e intelectual - Conhecimento aprofundado da Doutrina Espírita - Preparo para o exercício da caridade e da divulgação do Espiritismo	Estudo sistematizado das obras básicas e complementares do Espiritismo - Participação em cursos, seminários e congressos - Reflexão sobre a ética e a postura do trabalhador espírita - Incentivo à união, à fraternidade e ao trabalho em equipe

Pontos de destaque



A mensagem espírita deve ser transmitida com respeito à liberdade de consciência e sem qualquer tipo de imposição.



É fundamental adaptar a linguagem, os recursos e os métodos de divulgação aos diferentes públicos, utilizando-se de criatividade e bom senso.



A prática do Evangelho de Jesus, com base no amor, na caridade e na fraternidade, é o alicerce da mensagem espírita e deve ser o objetivo principal de sua divulgação.



Sobre o público

Em todo mecanismo que favoreça a ação comunicativa, seja verbal e/ou não verbal, três elementos se apresentam na produção de toda e qualquer mensagem: a) **a intenção** – dialogar, informar, interagir, emocionar etc.; b) **a situação** – quem é o receptor da mensagem, onde se encontra e qual a forma adequada para transmitir a mensagem; c) **o contexto** – clara identificação do momento histórico em que a mensagem será transmitida ao destinatário. Observados esses fatores, a elaboração da mensagem fluirá de maneira clara e objetiva.

FEDERAÇÃO ESPÍRITA BRASILEIRA. Conselho Federativo Nacional **Orientação à comunicação social** [coordenação e organização Merhy Seba]. – 2. ed. 1. imp. – Brasília: FEB, 2013. Cap. 3, A predominância da Palavra. pg. 29.

Adequação da mensagem ao público

- O esforço de comunicação concentra-se na seleção de conteúdos a serem compartilhados com um público específico e por meio de instrumentos adequados, reduzindo ao máximo a possibilidade de ruídos.
- É indispensável conhecer o público a ser alcançado, suas características e necessidades para então compor os elementos adequados à comunicação.
- É preciso estar atento ao público que terá acesso à comunicação e urge capacitar as equipes da Área de Comunicação Social Espírita para desenvolverem uma empatia comunicativa, aprimorando linguagens, ampliando conhecimentos sobre culturas diferentes, cuidados com a simplicidade na comunicação etc.



A equipe de comunicação deve perguntar:



a) **qual o principal aspecto de educação moral será tratado?** Para desenvolver mensagens alinhadas a tal aspecto sob a forma de imagens, textos, cores etc.



b) **O que se pretende com a divulgação?** Para que a peça de comunicação possa ter utilidade à finalidade pretendida.



c) **Que informações são essenciais para que o público conheça?** Para que se garanta que não haverá perdas de informações importantes.



A partir desses aspectos a equipe passa a desenvolver as peças de comunicação adequadas para a divulgação

Na propaganda – André Luiz



"Escudar-se na humildade constante, ao desenvolver qualquer atividade de propaganda doutrinária, evitando alarde, sensacionalismo, demonstrações publicitárias pretensiosas ou métodos de ação suscetíveis de perturbar a tranquilidade pública.

Sem orientação segura, não há propaganda produtiva.

Com critério e temperança, estender a propaganda libertadora dos postulados espíritas até ao recesso das penitenciárias e das colônias de isolamento sanitário, sem depreciar crenças ou sentimentos.



Os mais doentes requerem maior ajuda. Incentivar o intercâmbio fraterno entre as pessoas e as organizações doutrinárias, através de cartas e publicações, livros e mensagens, visitas e certames especializados, buscando a unificação das tarefas e o esclarecimento comum.

A permuta de experiências equilibra o progresso geral.

Pelo rádio ou pela imprensa leiga, não se estender demasiadamente, a fim de não afastar o aprendiz incipiente.

A Doutrina deve ser ministrada em pequenas porções.

Para não se desviar das finalidades espíritas, selecionar, com ponderação e bom senso, os meios usados na propaganda, mormente aqueles que se relacionem com atividades comerciais ou mundanas.

Torna-se inútil a elevação dos objetivos, sempre que haja rebaixamento moral nos meios.



Usar com prudência ou substituir toda expressão verbal que indique costumes, práticas, ideias políticas, sociais ou religiosas, contrárias ao pensamento espírita, quais sejam sorte, acaso, sobrenatural, milagre e outras, preferindo-se, em qualquer circunstância, o uso da terminologia doutrinária pura.

Uma palavra inadequada pode macular a bandeira mais nobre.



Arredar de si qualquer ansiedade, no tocante à modificação rápida do ponto de vista dos companheiros.

A fé significa um prêmio da experiência.

Conquanto precisemos batalhar incansavelmente no esclarecimento geral, usando processos justos e honestos, não esquecer que a propaganda principal é sempre aquela desenvolvida pelos próprios atos da criatura, através da exemplificação eloquente de nossa reforma íntima, nos padrões do Evangelho.

A Doutrina Espírita prescinde do proselitismo de ocasião.

"É necessário que Ele cresça e que eu diminua." — João Batista. (JOÃO, 3:30.)

VIEIRA, Waldo. Conduta Espírita. Pelo Espírito André Luiz. 21. ed. Brasília: Federação Espírita Brasileira, 1998.



***A divulgação do Espiritismo exige
sensibilidade e estratégia para
alcançar diferentes públicos de
maneira eficaz.***



Considerações Gerais:

Princípios Éticos:

- A mensagem deve refletir o amor e a verdade, buscando o entendimento fraterno.
- Priorizar o esclarecimento e a consolação, respeitando a liberdade de consciência.
- Simplicidade, clareza e objetividade na comunicação.
- A mensagem deve se sobrepor ao mensageiro, evitando personalismos.
- Utilizar veículos e recursos adequados aos princípios éticos e legais.

Planejamento Estratégico:

- Definir objetivos, público-alvo e recursos disponíveis.
- Elaborar um plano de comunicação abrangente e detalhado.
- Avaliar os resultados e realizar ajustes quando necessário.

Adaptação da Mensagem e dos Métodos

Público em Geral:

- **Meios de Comunicação de Massa:** Jornais, revistas, rádio, televisão, internet (sites, redes sociais).
- **Conteúdo:**
 - Princípios básicos do Espiritismo: Deus, imortalidade da alma, reencarnação, mediunidade, pluralidade dos mundos habitados.
 - Temas que despertem o interesse e a reflexão: vida após a morte, propósito da vida, superação das dificuldades.
- **Linguagem:** Clara, objetiva e acessível.
- **Recursos:** Campanhas publicitárias, programas informativos, entrevistas, artigos, vídeos curtos.

Adaptação da Mensagem e dos Métodos

Jovens:

Meios de Comunicação:

- Redes sociais, internet (sites, vídeos, podcasts), eventos culturais, grupos de jovens espíritas.

Conteúdo:

- Temas relevantes para a juventude: amizade, amor, sexualidade, drogas, futuro, propósito de vida etc.
- Abordagem dinâmica e interativa.

Linguagem:

- Moderna, informal e próxima à realidade dos jovens.

Recursos:

- Vídeos curtos, podcasts, músicas, filmes, peças teatrais, atividades culturais e recreativas.



Adaptação da Mensagem e dos Métodos

Famílias:

Meios de Comunicação:

- Palestras públicas, livros, revistas, programas de rádio e televisão, sites, grupos familiares etc.

Conteúdo:

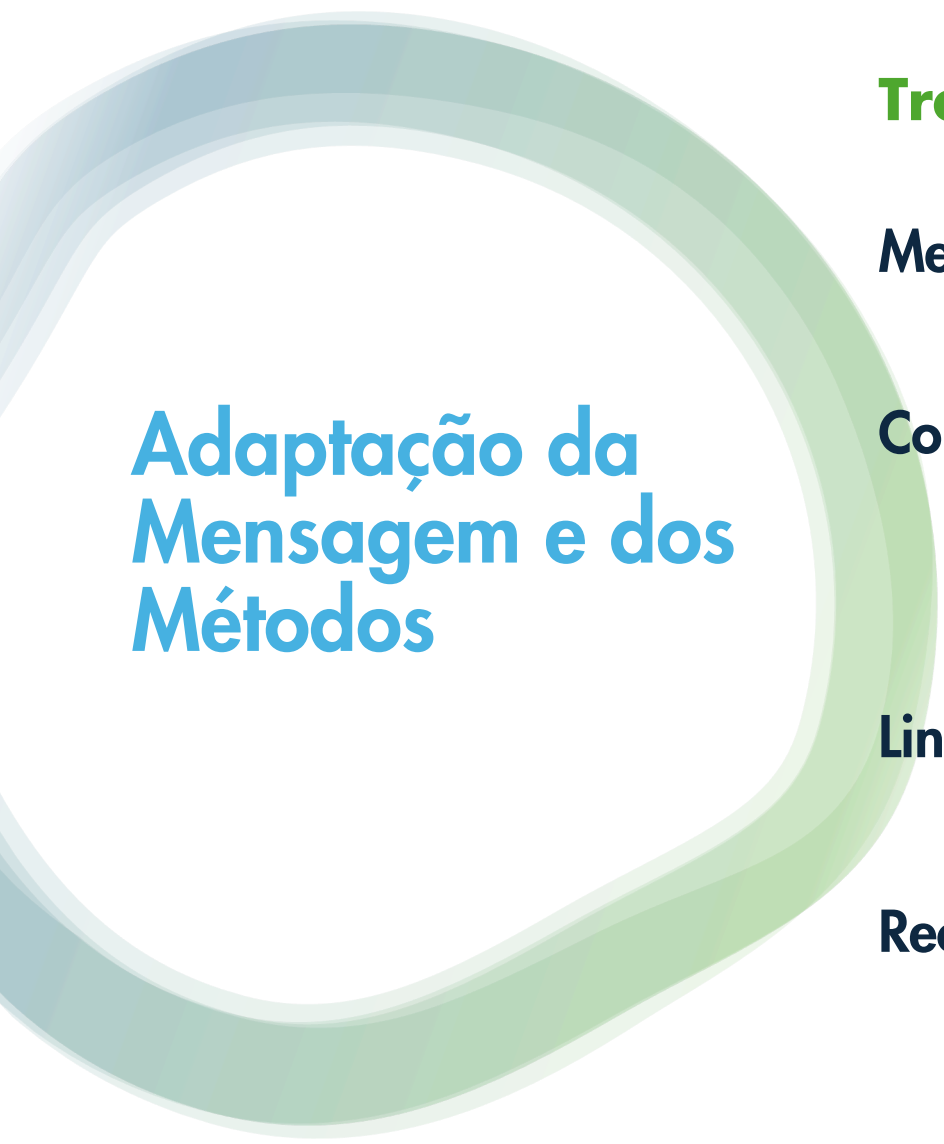
- Harmonia familiar: diálogo, respeito, compreensão.
- Educação dos filhos: valores éticos e morais, desenvolvimento espiritual.
- Superação de desafios: conflitos familiares, perdas, doenças etc.

Linguagem:

- Simples, acolhedora e inspiradora.

Recursos:

- Palestras, livros, filmes, atividades para pais e filhos etc.



Adaptação da Mensagem e dos Métodos

Trabalhadores Espíritas:

Meios de Comunicação:

- Reuniões de estudo, cursos, seminários, congressos, livros, revistas especializadas.

Conteúdo:

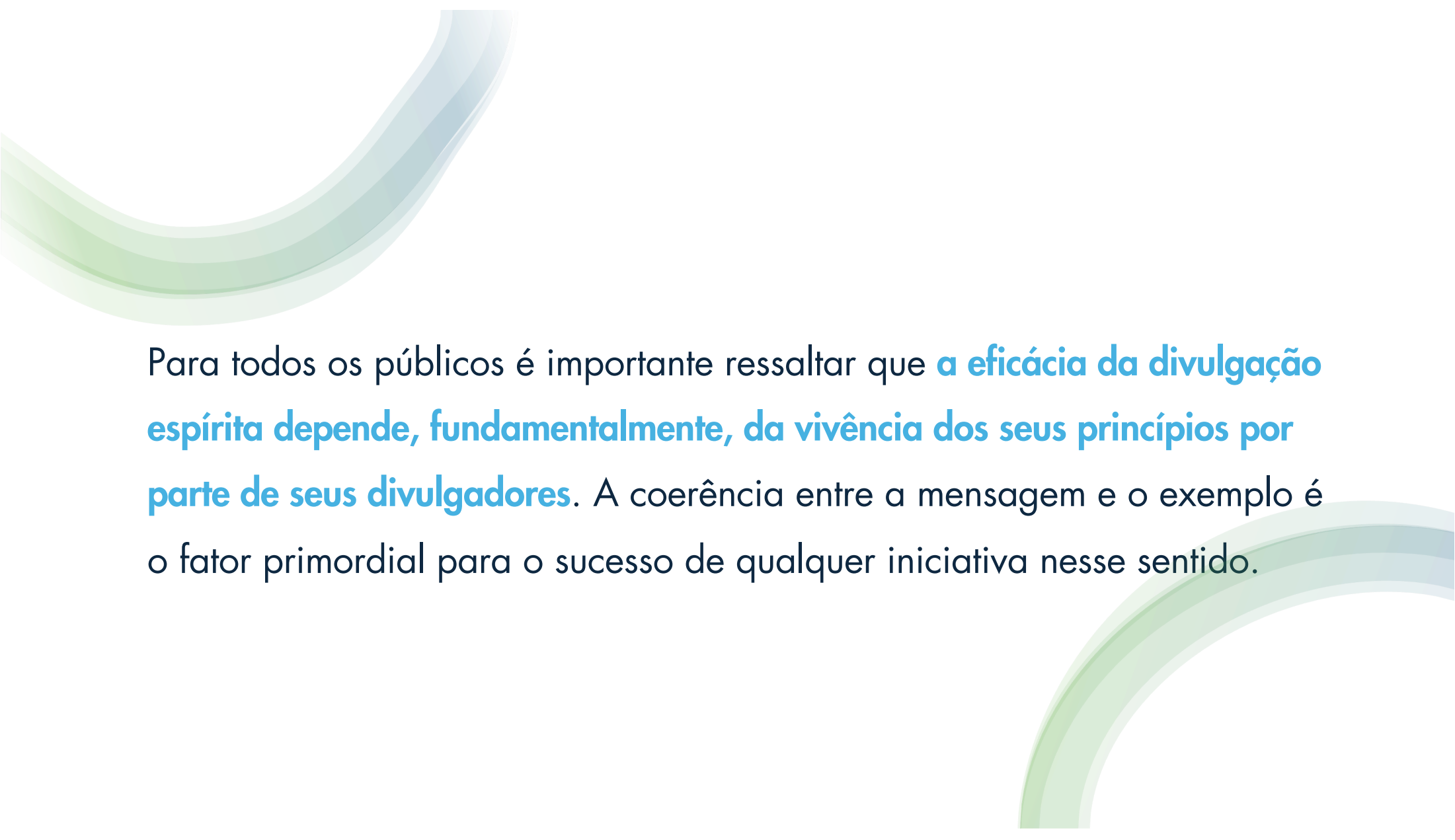
- Estudo aprofundado da Doutrina Espírita.
- Ética e postura do trabalhador espírita.
- Técnicas de comunicação e divulgação.
- Integração e trabalho em equipe.

Linguagem:

- Objetiva, clara e respeitosa.

Recursos:

- Estudo das obras básicas e complementares, cursos, palestras, workshops etc.



Para todos os públicos é importante ressaltar que **a eficácia da divulgação espírita depende, fundamentalmente, da vivência dos seus princípios por parte de seus divulgadores**. A coerência entre a mensagem e o exemplo é o fator primordial para o sucesso de qualquer iniciativa nesse sentido.

Comunicação Espírita

PARA QUEM?

Todos necessitamos de luz renovadora.

**Imperioso saber conduzi-la, através das
tempestades que sacodem o mundo de hoje,
em todos os distritos da opinião.**

**10° ENCONTRO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL
ESPÍRITA | FEP PR**

**Vós sois as
cartas vivas.**

04. PÚBLICO

