



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
ORIENTADORA ELEN CRISTINA GERALDES

VANESSA DE SOUZA LIMA VIEIRA

**Um novo olhar sobre a comunicação cristã *online*:  
A reformulação do *website* do  
Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé**

BRASÍLIA – DF, JULHO DE 2011  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

VANESSA DE SOUZA LIMA VIEIRA

**Um novo olhar sobre a comunicação cristã *online*:  
A reformulação do *website* do  
Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Examinadora do Curso de Comunicação Social da Universidade como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Elen Cristina Gerales

BRASÍLIA – DF, JULHO DE 2011

**UM NOVO OLHAR SOBRE A COMUNICAÇÃO CRISTÃ *ONLINE*:  
A REFORMULAÇÃO DO *WEBSITE* DO  
CENTRO DE ADORAÇÃO MINISTÉRIO NÚCLEO DA FÉ**

VANESSA DE SOUZA LIMA VIEIRA

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professora Elen Cristina Gerales  
Orientadora

---

Professor Edmundo Dantas Brandão

---

Professora Dione Oliveira Moura

---

Professora Gabriela Pereira de Freitas

BRASÍLIA-DF, JULHO DE 2011

*Dedico este trabalho Àquele que me amou primeiro, meu Senhor e Salvador, Jesus Cristo. Aos meus preciosos pais, Valdirene e Vladimir, por todo amor e empenho de suas vidas por mim. Aos meus amados pastores que sempre me inspiraram com sua conduta de fé e cuidado.*

## AGRADECIMENTOS

Por todas as vezes que não sabia por onde começar ou se simplesmente conseguiria cumprir com essa tarefa agradeço ao meu Senhor, pois sei que cada oração foi colhida por seus ouvidos.

Minha gratidão à professora Elen Geraldles pela orientação realizada, pela ajuda ao longo das tarefas e pelo carinho expresso em nossas conversas. Ao professor Edmundo Dantas pela atenção e tão bom grado em ajudar.

Agradeço a toda minha família, um apoio fundamental para que eu chegasse até aqui. Ao meu amado pai minha gratidão por todo esforço e incentivo para que eu pudesse superar minhas limitações e acreditar que a UnB seria possível para mim. Por isso sou grata a minha tia Valquíria também. À minha preciosa mãe, porque vejo sua vida empenhada por nós. Você é a maior pérola que tenho em minha vida! Todo o seu esforço e renúncia me ensinam um modo tão intenso de compreender o que é amor.

Minha gratidão e amor também aos meus amigos incríveis: Alexandre Bonfim, Cristiano Rodrigues, Érica Stábile, Gustavo Luszczynski, Juliana Zuany, Larissa Zuany, Mélodi Modesto, Raissa Ferreira, Valeska Vieira. Todos vocês coloreem minha vida e são expressão do cuidado de Deus para comigo. Cris, sua forma de amar e cuidar das pessoas que estão ao seu redor me encantam. Obrigada por cultivar nossa amizade e pela ajuda neste trabalho e em tantos outros momentos. Kande, sua amizade é muito preciosa para mim, fico feliz por crescermos juntos em tantos desafios vividos.

Com as minha amigas da UnB aprendi lições incríveis, como a de estar mais disposta a aprender do que querer ensinar. Aprendi a amar muito vocês! Valeu Alessandra Watanabe, Ana Carolina Seïça, Bruna Sousa, Mariana de Paula, Mariana Niederauer, Maria de Paula e Priscila Crispi.

Aos meus pastores e líderes pelo apoio dado ao longo desse caminho e pelas lições de fé e sabedoria ensinadas em cada reunião.

*Porque eu bem sei os pensamentos que tenho sobre vós, diz o Senhor; pensamentos de paz e não de mal, para vos dar o fim que desejais. Então me invocareis, e ireis, e orareis a mim, e eu vos ouvirei. E buscar-me-eis e me achareis quando me buscardes de todo o vosso coração.*

*Bíblia Sagrada  
Jeremias 29,11-13.*

## Sumário

<b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES .....</b>	<b>9</b>
<b>LISTA DE QUADROS.....</b>	<b>10</b>
<b>LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E SÍMBOLOS.....</b>	<b>11</b>
<b>RESUMO.....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1.1 Escolha e delimitação do tema .....	13
1.2 Problema de pesquisa .....	15
1.3 Justificativas .....	16
1.4 Objetivos .....	17
1.4.1 Geral .....	17
1.4.2 Específicos .....	17
<b>CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>Internet</i> .....	18
2.2 Webjornalismo .....	23
2.3 Redes Sociais .....	25
<b>CAPÍTULO 3 -METODOLOGIA DA PESQUISA .....</b>	<b>28</b>
3.1 Pesquisas e Metodologia .....	28
3.2.1 Entrevista aos dirigentes .....	29
3.2.2 Pesquisa Quantitativa .....	29
3.2.3 Pesquisa Líderes .....	35
3.2.4 Pesquisa Exploratória .....	36
3.2.5 Pesquisa Bibliográfica .....	36
<b>CAPÍTULO 4 – REGISTRO DA PRODUÇÃO DO PRODUTO .....</b>	<b>37</b>
4.1 Elaboração do Plano Simplificado de Comunicação .....	37
4.2 Pensando o <i>website</i> .....	44
4.2.1 Menus e Categorias do <i>site</i> .....	44
4.2.2 Funcionalidades .....	49
4.2.3 <i>Wireframe</i> .....	50
4.3.4 Escolha da empresa de criação do <i>website</i> .....	51

<b>CAPÍTULO 5 - RESULTADOS .....</b>	<b>54</b>
<b>Referencial Bibliográfico .....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXO 1 – Orçamento de empresas de criação .....</b>	<b>57</b>
<b>APÊNDICE 1 – Registro do <i>website</i> antigo .....</b>	<b>62</b>
<b>APÊNDICE 2 – <i>Wireframes, Briefing</i> e Mapa do <i>site</i> .....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICE 3 – Pesquisa 1 com dirigentes.....</b>	<b>90</b>
<b>APÊNDICE 4 – Pesquisa 2 com dirigentes.....</b>	<b>100</b>
<b>APÊNDICE 5 – Pesquisa de público – .....</b>	<b>107</b>
<b>APÊNDICE 6 – Pesquisa exploratória de <i>websites</i> .....</b>	<b>111</b>
<b>APÊNDICE 7 – Plano de Comunicação Simplificado .....</b>	<b>115</b>

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Perfil da amostra

Gráfico 2 - Frequência de acesso à *Internet*

Gráfico 3 - Redes sociais que o usuário acessa com maior frequência

Gráfico 4 - Funcionalidades mais solicitadas

Gráfico 5- Acesso ao *site* da igreja

Gráfico 6 - Publicidade no *site*

Gráfico 7- Tipo de publicidade que gostariam de encontrar

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais demandas para o novo *website*

Quadro 2 - Insatisfações quanto ao antigo *site*

Quadro 3 -Sugestões adicionais - pergunta aberta

Quadro 4 -Pesquisa sobre empresas de criação de *sites*

## **LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E SÍMBOLOS**

TICs: Tecnologias da Informação e Comunicação

ITU: International Telecommunication Union

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Cetic: Centro de Estudos Sobre Tecnologias da Informação e da Comunicação

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo elaborar uma proposta de um novo modelo de *website* para o Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé. Para isso foi realizado um Plano de Comunicação Simplificado com o intuito de conhecer detalhadamente esta instituição religiosa, fornecendo, assim, informações suficientes para embasar as escolhas do projeto do novo *website*. Parte da metodologia deste trabalho envolveu a realização de entrevistas aos dirigentes e membros da instituição. Como principal resultado chegou-se ao novo modelo de *website*. Também foi possível identificar os motivos pelos quais o antigo *site* não atendia mais à demanda da igreja e, assim, sugerir o que deve ser modificado em relação ao novo portal para que a instituição obtenha êxito em sua comunicação *online*.

**Palavras-chave:** *website*, plano de comunicação, comunicação *online*

## CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

### 1.1 Escolha e delimitação do tema

Ter uma mídia virtual não é mais um mero capricho de organizações que buscam estar um passo à frente das demais. Por outro lado, estar ausente do ciberespaço pode sim significar um grande retrocesso para qualquer instituição. A consolidação da cultura digital, o progressivo surgimento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e o número crescente de usuários da *Internet* fazem com que a denominada “rede” seja consolidada como canal eficaz de comunicação entre empresas e seu público alvo.

Como integrante do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé sempre percebi a necessidade da instituição de aperfeiçoar suas estratégias de comunicação *online*. Em consonância, a organização também entende que a presença na *Internet* tem papel estratégico não apenas para o seu crescimento, mas também para um efetivo diálogo com seu público interno.

Por atuar dentro da igreja em suas diversas atividades, percebi que poderia contribuir melhor me dedicando ao departamento de comunicação, setor que apresenta várias demandas latentes. Pelo contato com a liderança da igreja soube que havia a intenção de reformular o *website* da instituição, e logo identifiquei na situação uma oportunidade única: dedicar o meu Trabalho de Conclusão de Curso à formulação de um novo *site*. A ideia parecia ser a oportunidade ideal, afinal para desenvolver um bom *site* seria necessária muita pesquisa e a devida orientação.

Foi assim, que apresentei aos representantes da organização o desejo de estar à frente da reformulação do *website* e de torná-lo o produto de minha conclusão de curso. Expus as condições de prazo que seriam necessárias para a construção de um embasamento teórico, bem como as condições e os prazos que fazem parte do desenvolvimento de um produto acadêmico. A resposta foi a melhor possível: os representantes se mostraram favoráveis à ideia, estavam dispostos a aguardar os prazos e também se comprometeram em investir os recursos necessários para a contratação da empresa que desenvolveria o novo portal.

Estar à frente da elaboração desse produto, significou para mim um grande desafio. Naquele momento, minha experiência com mídias virtuais se resumia à produção de conteúdos escritos para *sites* de empresas nas quais trabalhei. Ter sucesso nessa empreitada exigiria de mim a busca por conhecer melhor o ambiente virtual, principalmente no que se refere a *sites* de instituições religiosas.

Mesmo após definir que trabalharia na reformulação do *site*, nem tudo estava tão claro. Faltava identificar com precisão qual era o problema de pesquisa, estabelecer os objetivos gerais e específicos do trabalho e identificar quais seriam as leituras e pesquisas necessárias nesse processo. Outro fator preponderante se apresentava no caminho: o tempo hábil para desenvolver as etapas de pesquisa e de produção. Impôs-se, dessa forma, o questionamento de por onde começar a trabalhar.

Esse processo de questionamentos logo revelou que o problema de pesquisa estava claro: Qual o *site* adequado para a Igreja considerando os objetivos da liderança em relação aos públicos e a demanda de seus membros? Para responder a essa inquirição seria necessário realizar entrevistas que apontassem com exatidão os motivos de insatisfação da igreja em relação ao *site* existente e os anseios para o novo portal. Também seria necessário aprofundar-se em um estudo sobre *website*, Internet, comunicação nas organizações, redes sociais e os demais temas que são abordados neste trabalho.

## 1.2 Problema de pesquisa

Qual o modelo de *site* mais apropriado para o Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé considerando-se os objetivos dos dirigentes em relação aos públicos e considerando-se as demandas de seus líderes e membros?

O questionamento acima é o problema central do presente trabalho e se desdobra em outros questionamentos: Por que o *site* já existente não atende às demandas da instituição? Qual a tendência atual dos *sites* de igrejas evangélicas brasileiras? O que os membros da Igreja gostariam de encontrar no *site* da instituição?

### 1.3 Justificativas

O Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé existe desde julho de 1988 e nesses 23 anos de história tem experimentado um amplo crescimento em seu quadro de membros e em sua estrutura física. Desde 2001, a instituição encontra-se sediada em seu templo próprio, localizado no Setor de Indústrias Bernardo Sayão, no Núcleo Bandeirante, conquista que marcou uma nova fase em sua história.

Nesses últimos dez anos, portanto, a igreja conseguiu se estruturar melhor em diversos setores, inclusive na comunicação. Não obstante esses avanços, pontos centrais da comunicação dessa instituição sinalizavam uma necessidade urgente de mudança, como era o caso de sua comunicação *web*.

Desde a criação de seu *website*, realizada em junho de 2003, a organização não investiu mais nesse canal. Ao longo desse período, o trabalho realizado no portal resumia-se quase exclusivamente à atualização de páginas de notícias. Ainda assim, nem mesmo essa tarefa funcionava rigorosamente. Isso porque todo o trabalho executado era voluntário, realizado por um jornalista pertencente à instituição que colabora em suas horas livres.

Além disso, ao longo desses anos o ambiente *web* sofreu transformações constantes, como o fortalecimento das redes sociais que se tornaram recursos estratégicos quando o assunto é comunicação *online*. Apesar disso, não foi desenvolvido nenhum tipo de integração entre o *site* da igreja e as redes sociais.

O despertar da instituição para a necessidade de ter um maior investimento em suas estratégias *online* possibilitou a realização desse trabalho. Afinal, a criação do novo *website* não poderia ser executada sem um estudo prévio. Caso contrário, cair-se-ia no risco de mais uma vez ter um canal que em pouco tempo não atenderia às reais necessidades da instituição, seja pelo atraso quanto às tendências no espaço *web*, seja pela falta de planejamento dos recursos humanos para esse setor.

O presente trabalho justifica-se, portanto, pela importância de um estudo que identifique as necessidades da igreja quanto ao novo *website*, resultando em uma proposta concreta de um portal que atenda às expectativas dos dirigentes da instituição.

## 1.4 Objetivos

### 1.4.1 Geral

- Identificar quais os objetivos dos dirigentes do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé em relação aos seus públicos, bem como as demandas de seus líderes e membros, e elaborar a proposta de um novo *website* que atenda a esses pressupostos.

### 1.4.2 Específicos

- Elaborar um Plano de Comunicação Simplificado que permita conhecer detalhadamente a instituição, constando sua identidade, seu modo de funcionamento e sua história, e, assim, embasar as escolhas do projeto do novo *website*.
- Realizar pesquisa que trace o perfil dos públicos da instituição de forma a elaborar uma proposta de mídia *online* que dialogue com esse público.
- Identificar as demandas e expectativas que dirigentes e membros da igreja possuem para o novo *site*.
- Realizar pesquisa com dirigentes e membros da instituição para identificar o que gera insatisfação em relação ao *site* já existente.
- Identificar a tendência dos atuais *websites* de igrejas evangélicas por meio de pesquisa exploratória nesses portais.

## CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 *Internet*

Inaugurada em 1969 a partir de uma conexão entre dois locais para uma simples troca de dados sem sentido de um teste da Arpanet, a *Internet* foi sendo rapidamente aprimorada e 40 anos depois já atingiu a marca de mais de 1,5 bilhão usuários interagindo em rede<sup>1</sup>. O jornal *Folha.com* em matéria comemorativa dos 40 anos da rede denominou esse avanço tecnológico como “Revolução da humanidade”<sup>2</sup>.

De fato, as transformações ocasionadas pelo advento da *Internet* impactaram a forma como se dão os fluxos comunicacionais da sociedade contemporânea modificando, também, a formação das redes sociais interativas, como será detalhado mais adiante.

Recuero (2000) traça um panorama dos avanços que determinam diferentes estágios na comunicação ao longo dos séculos. A primeira revolução, de acordo com a autora, ocorreu quando o homem desenvolveu a linguagem como forma de se comunicar. Alguns séculos mais tarde a linguagem tem seus sons codificados em símbolos e depois em alfabetos, quando acontece a invenção da escrita.

Esta última conquista, como pontua a autora, impactou fortemente a vida humana, oferecendo novas possibilidades de organização e transmissão do conhecimento científico e da cultura dos povos. Anos mais tarde, o surgimento da *Internet* marca mais um estágio na comunicação humana. Para Recuero, esse avanço tem repercussões tão profundas que pode ser comparado à invenção da escrita.

O impacto da escrita na vida do homem foi tão forte que até hoje os historiadores determinam o fim da Pré-história e o início da História, ou seja, da civilização e do desenvolvimento pela provável data da invenção da escrita.

Tamanha reviravolta está sendo revivida neste final de século. Com o surgimento de um novo meio de comunicação, o mais completo já concebido pela tecnologia humana: a *Internet*. (Recuero, 2000)

---

<sup>1</sup> Publicado no Jornal *Folha.com* em 2 de setembro de 2009. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informartica/ult124u618330.shtml>>. Acesso em: 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> *Ibidem*

Castells (2003) desenvolve outra linha comparativa, também na intenção de dimensionar as mudanças ocasionadas pelo advento da *Internet* e pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Sendo assim, enquanto a escrita marca a transição para a Era da História, a rede e as TICs são responsáveis por inaugurar um novo período, a “Era da Informação”.

Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a *Internet* poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. Ademais, à medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, **a *Internet* passou a ser base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede.** (CASTELLS, 2003, p.7, grifo nosso).

Já McLuhan vai afirmar que se a palavra escrita mudou a forma de adquirir conhecimento, o surgimento dos meios eletrônicos tornou a comunicação um ato capaz de reproduzir a simultaneidade plural dos pensamentos (SANTOS, 2003, p.101). O teórico vai dividir a evolução humana em três estágios: o primeiro refere-se à fase pré-tecnológica, onde o ser humano precisava utilizar todos os seus sentidos para sobreviver; o segundo estágio acontece com a invenção da imprensa e o uso da visão para realizar a leitura; e por fim, a terceira etapa refere-se ao desenvolvimento tecnológico que resulta nos meios eletrônicos de comunicação. (Ibid., p.99,100).

Assim na Era da Informação, os processos de comunicação são constantemente transformados pelo uso e avanço das TICs. Nas organizações esse processo não é diferente. Os fluxos comunicacionais são impactados pelo uso das tecnologias digitais, instalam-se novas formas de se comunicar, o que exige que a organização tenha uma visão estratégica e tecnológica para a escolha de suas políticas comunicacionais.

A comunicação corporativa contemporânea, não só pelos aspectos tecnológicos mas, fundamentalmente, pela mudança social que as TICs aportaram para as ações de informar e comunicar, tem sido considerada área estratégica em uma quantidade cada vez mais significativa de organizações e diferentes tipos de agrupamentos sociais. (CORRÊA, 2009, p.320)

Corrêa (2009) sintetiza que a função da comunicação organizacional é estabelecer os canais de comunicação e as respectivas ferramentas para que a empresa realize, da forma mais efetiva, a comunicação com seus diferentes públicos. A autora explica que a comunicação digital dentro das empresas deve ser implementada estrategicamente e integrada ao composto comunicacional da organização. Isso significa dizer que a escolha das mídias digitais que farão parte da estratégia de comunicação da organização precisam ser pensadas juntamente com suas demais mídias e estratégias e também pensadas de acordo com o público que se deseja atingir.

Com isso, nem todo processo de comunicacional de uma organização é digital ou digitalizável e nem toda TIC é adequada à proposta de comunicação integrada de uma dada organização. A comunicação digital se configura no ambiente corporativo na medida e na oportunidade em que a combinação entre proposta comunicacional e características do público tiver mais eficiência se realizada em ambiência digital. (CORRÊA, 2009, p. 321,322).

A transposição das estratégias comunicacionais para o ambiente digital, portanto, devem ser bem estudadas antes de serem implementadas na organização. Corrêa propõe um modelo de posicionamento estratégico em ambiente digitais que dispõe de critérios para que as organizações avaliem o quanto estão preparadas para o ambiente digital e quão profundamente deve ser feitas as transposições de suas mídias para esse ambiente. O modelo da autora envolve as seguintes instâncias da vida corporativa: a cultura e a imagem organizacionais; os propósitos e as intenções pretendidas com ações de comunicação digital; os públicos ou *stakeholders* com os quais dialoga, e as mensagens que refletem esse organização, simultaneamente, para todo esse público. (Corrêa, 2009, p.328).

Dessa forma, os critérios fornecidos pelo modelo da autora serão utilizados para analisar o nível de ambiência digital que o Ministério Núcleo da Fé possui, e assim, pensar como deve ser feita a utilização de suas mídias virtuais.

O primeiro critério refere-se à cultura da empresa e sua imagem organizacional. Neste primeiro ponto a autora explica que deve ser avaliado na organização seus “quesitos de inovação, tecnologia, uso de computadores e de *Internet*, entre outros”. (Ibid., 329). Conforme apontado no Plano de Comunicação contido deste trabalho, o Ministério Núcleo da Fé pode ser considerado como uma organização inovadora, jovem, dinâmica. Características que favorecem o sucesso

de seus canais digitais, uma vez que esse espaço é também bastante dinâmico e passa constantemente por inovações. Os processos administrativos da instituição também estão bastante integrados com o uso de tecnologias da informação. Assim, boa parcela dos profissionais da instituição desenvolve seu trabalho com auxílio de computadores, sendo que a instituição está intensificando ainda mais sua inserção digital, com a implantação de um novo banco de dados digital, que será utilizado em parcela considerável de seus procedimentos administrativos.

Quanto ao segundo critério, referente aos propósitos e intenções pretendidos com ações digitais, o primeiro objetivo da presença web é fornecer informações básicas, como contato, endereço, horário de cultos, a qualquer pessoa que busque conhecer a instituição. O objetivo seguinte é aprimora o contato com seu público interno, tanto de líderes quanto de membros. Por ser uma instituição bastante dinâmica, a igreja possui muitas atividades e é preciso um canal que informe seu público das atividades que estão sendo realizadas. Além disso, o objetivo da presença web é também alcançar novas pessoas, divulgando o trabalho da instituição.

Esses propósitos dialogam com o público da instituição, que se caracteriza por sua familiarização com o espaço digital. Seus membros possuem um alto nível de acesso à *Internet*, o que implica no uso de constante de computadores. Além disso, os dirigentes da instituição também possuem forte presença o ambiente web. Grande parcela desses líderes não apenas utilizam a *Internet*, mas também possuem contas pessoas em redes sociais, blogs e outros canais.

Corrêa ainda afirma que todas as essas instâncias são “mediadas pelo que denominamos ferramentas de comunicação digital, as quais dão forma aos conteúdos e às mensagens explorando, conforme o caso, recursos de hipermídia, *design* e arquitetura da informação.” (Ibid., p.328). Esses aspectos referem-se a coerência na identidade visual do *website* com a imagem da organização; nas forma como conteúdo apresentado, seus recursos multimídias; na hierarquização dos menus, entre outros aspectos. Toda essa avaliação foi realizada ao longo da construção da proposta do novo *website* e será esboçada adiante.

Portanto, pela análise desse modelo proposto por Corrêa é possível afirmar que o Ministério Núcleo da Fé encontra-se em um estágio de ambiência digital que favorece a transposição de suas mídias para o espaço digital. Esse cenário aponta

que o composto da comunicação organizacional dessa instituição deve otimizar a potencialidade que a organização possui no ambiente digital, fortalecendo sua presença com canais digitais que reflitam sua imagem e atendam seus propósitos.

É importante ressaltar que com o advento da *Internet* há uma reconfiguração do espaço, passando a existir o denominado ciberespaço: “o ciberespaço é um não-lugar. Não concreto, não físico, mas real.” (Recuero, 2000). Este espaço virtual, como aponta a autora, “é o cerne da revolução desta virada de século.” Recuero aponta duas características importantes fazem da *Internet* o meio de comunicação mais completo já concebido: a interatividade e massividade. O primeiro refere-se à possibilidade de que todos sejam, simultaneamente, receptores e emissores da mensagem. O segundo remete ao potencial de alcance dessa mídia, fazendo com que a mensagem pode ser vista por uma quantidade ilimitada de receptores.

É a aldeia global de MacLuhan concretizada muito além do que ele havia previsto. Uma aldeia repleta de vias duplas de comunicação, onde todos podem construir, dizer, escrever, falar e serem ouvidos, vistos, lidos. (RECUERO, 2000).

Sobre essa idéia de aldeia global, Santos (2003) afirma que os avanços tecnológicos culminaram no surgimento de mídias informatizadas que atuam fortalecendo o processo de globalização, gerando um espaço desterritorializado, sem fronteiras culturais ou ideológicas, o denominado ciberespaço.

Portanto, é possível concluir que os processos de comunicação tem se intensificado a partir do avanço das TICs e da integração de seus usuários na rede. Assim, os usuários da tecnologia digital, conectados à rede mundial de computadores, criam novas formas de socialização. Diferentes maneiras de perceber o mundo e obter conhecimento são criadas a partir da utilização das mídias informatizadas.

Concretizando a utopia imaginada na década de 1920 pelo pensador francês Pierre Teilhard de Chardin, a rede mundial de computadores criou uma extensa e complexa via de acesso à informação que envolve o globo. Por essa teia de cabos transita velozmente uma quantidade enorme de dados, renováveis e disponíveis a qualquer pessoa o tempo todo. (SANTOS, 2003, p. 73)

## 2.2 Webjornalismo

Para elaborar um projeto de *website* é importante conhecer as características que devem fazer parte desse meio de comunicação. Segundo definição disponível na *Wikipedia*, webjornalismo, jornalismo *online*, ciberjornalismo, jornalismo eletrônico ou jornalismo digital é o jornalismo dos meios digitais, como CD-ROM e *Internet*<sup>3</sup>.

Prado (2011) faz um panorama do surgimento do jornalismo *online*.

O webjornalismo foi sendo implementado a partir da segunda metade dos anos 1990; porém apenas no final da década é que se estabeleceu de forma abrangente, detectando um verdadeiro *boom* [...] período que também marca a bolha ocorrida na virada de 1999 para 2000, quando a *web* foi, de forma precipitada, superestimada economicamente. Era chamada de Nova Economia, ou seja, economia gerada pela *Internet*. O webjornalismo e seus portais eram considerados um novo tipo de negócio. (PRADO, 2011, p.31).

A transposição do jornalismo para esse meio foi sendo feita aos poucos. Prado registra que no início da produção do jornalismo *online*, o *design* dos portais era muito simples e o *layout* feio. Além disso, a autora destaca que “ainda não atualizavam informações ao longo do dia, que é a definição maior do webjornalismo, ou seja, aquele que publica notícias em tempo real.” (Ibidem, p.31).

Palacios (2004) aponta cinco características do jornalismo desenvolvido para a *Web*, são elas: Multimídia/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização e Memória. Essas características são expostas como potencialidade que o jornalismo *web* pode explorar e não como obrigatoriedade de coexistirem em um mesmo canal *web*.

O autor define à Multimídia como “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”. Isso significa que a informação será disponibilizada em múltiplas plataformas e suportes, como um vídeo ou um texto escrito. Para Prado (2011, p.125) “A multimídia é elemento fundante da era do webjornalismo.” A autora enfatiza que o repórter de *Internet* precisa pensar a partir dessa característica do jornalismo *online*.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo\\_online](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_online)>. Acesso em 17 de junho de 2011.

“[...] O repórter de *Internet* é isso: tem de ir além da apuração, precisa pensar a imagem, o vídeo, tudo o que pode agregar informação ao texto e atrair o leitor. E na *Internet* dá para colocar vídeo, enquete, fórum etc. Não importa se a pessoa começou agora ou se está no topo da carreira, tem de pensar o que dá para fazer com a pauta. Precisa pensar em interatividade, em animação, em infografia [...]”. (PRADO, 2011, p.128 apud ALINE SORDILI apud FLORESTA E BRASLAUSKAS, 2009).

O recurso da interatividade, como pontua Palacios, faz com que o leitor se sinta mais participante do processo jornalístico, interagindo por meio de fóruns de discussões, *emails* entre leitores e jornalistas, entre outros recursos. Falar em interatividade, e também em colaboração, significa dizer que “Os fluxos de transmissão de informação, outrora unidirecionais, passaram para bidirecionais (no telefone) e hoje são multidirecionais, com uma forte capacidade de articulação.”. (PRADO, 2011, p. 198).

Já o hipertexto ou a hipertextualidade refere-se à interconexão de textos por meio de *links*. Sendo assim, a partir de um texto é possível “apontar-se (fazer *links*) para ‘várias pirâmides invertidas da notícia’, bem como para outros textos complementares (fotos, sons, vídeos, animações, etc), outros *sites* relacionados ao assunto [...]”, define Palacios. De acordo com Prados (2011, p.48) a prática de escrever em hipertextos demorou a se instalar, mas aos poucos se tornou corriqueiro fazer *links*, o que torna o texto bem mais rico.

Por customização do conteúdo, Palacios entende a possibilidade de que o leitor configure parte do produto de acordo com seu interesse pessoal. Assim, torna-se possível, por exemplo, pré-selecionar os assuntos desejados ou escolher o formato de apresentação visual.

Por sua vez, a memória, importante característica apontada pelo autor, refere-se à acumulação de informações, com um potencial muito maior de acumulação nos canais *web*, do que nas demais mídias. Isso significa que o volume de informações produzidas e diretamente disponível para o leitor possui um potencial muito maior no jornalismo *web*. Prado (2011, p.48) sustenta que o ambiente aberto da ciberesfera modifica a idéia de falta de espaço para as informações, assim “Já faz parte da criação de reportagens na *web* explorar inúmeras possibilidades de alargar a informação [...]”.

Além dessas cinco características, Palacios aponta que pode ser acrescentada a Instantaneidade. Esta se refere à “rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas [...]”. O caráter instantâneo do webjornalismo pode ser explicado pelas ferramentas da *web* que tornam cada vez mais fácil gerar e atualizar conteúdo, mesmo de forma remota.

Prado (2011, p.51) acrescenta que uma novidade no webjornalismo é uma forte presença da transparência no ato da escrita, com uma atualização contínua que corrige os eventuais erros, apontado essa modificação, característica comum nos veículos *online*, uma vez que o jornalista vai publicando enquanto apura.

### **2.3 Redes Sociais**

De acordo com o recorte teórico adotado por Aguiar (2006, p.7), os conceitos básicos sobre redes sociais “remontam a estudos desenvolvidos entre as décadas de 1930 e 80, no âmbito da Antropologia e da Sociologia, bem antes das TICs assumirem papel significativo na intermediação das relações interpessoais e sociais.”

A autora aponta que a abordagem acadêmica sobre as redes sociais passa por quatro etapas diferentes (2006, p.11). O marco inicial é entre as décadas de 1930 e 70, principalmente nos Estados Unidos, sendo objeto de estudo da Antropologia, Sociologia e Psicologia Social.

A fase seguinte refere-se ao período entre as décadas de 1970 e 90, como uma especialidade de pesquisa nas Ciências Sociais, observando a intercessão entre as redes sociais e os programas de computador, ainda com linguagem altamente técnica e por isso restrito aos pesquisadores familiarizados com os códigos. Posteriormente, as redes sociais passam a ser objeto de pesquisas multidisciplinares, em meados dos anos 1980, motivados pelo aumento da complexidade da vida urbana e pela mediação dos computadores nos processos de comunicação.

A quarta fase refere-se ao estágio atual, momento em que as redes sociais tornarem-se sofisticadas devido às variadas técnicas e ferramentas computacionais, acessíveis a usuários que não dominam códigos específicos. Deve-se observar que

o desenvolvimento das TICs e com o desenvolvimento da *Internet* e o aumento de seus usuários, as redes sociais ganham uma dimensão bem mais ampla do que a abordada nos estudos iniciais. Sobre essa mudança, Aguiar destaca que:

Embora as pesquisas sobre redes sociais tenham nascido da preocupação de sociólogos, antropólogos e psicólogos sociais com as relações do indivíduo em sociedade, em comunidade e grupos de afinidade – que continuam pertinentes -, essas abordagens não dão conta do papel estratégico que as redes vêm assumindo nas relações sociais contemporâneas. (AGUIAR, 2006, p.20)

Recuero (2000) afirma que todas essas mudanças nas relações sociais, advindas da interação entre o humano e o ciberespaço, acabam por resultar na instauração de um novo paradigma.

A mudança de paradigmas que o surgimento da Rede trouxe para o mundo acabou por trair os conceitos de comunidades tradicionais. Não há interação física. Não há proximidade geográfica: estas comunidades estruturam-se fundamentalmente sobre um único aspecto: o interesse comum de seus membros. A partir deste interesse, as pessoas conseguiriam criar entre si relações sociais independentes do fator físico, e com o tempo essas relações tornar-se-iam de tal forma poderosas que poderiam ser classificadas como laços comunitários. (RECUERO, 2000).

No Brasil, as redes sociais começam a ser objeto de estudos acadêmicos na década de 1990. Nas Ciências Sociais Aplicadas, a Comunicação e a Ciência da Informação abordam o assunto principalmente focando a *Internet*, o ciberespaço e a cibercultura. Os estudos das redes sociais passam a ser vinculados às denominadas “redes virtuais”, como enfatiza Aguiar.

Neste contexto, as “redes sociais” tornam-se indissociáveis das “redes digitais” ou “redes virtuais”, e nomeiam as novas relações interpessoais estabelecidas em ambientes de comunidades virtuais como o Orkut, os *weblogs* e os *fatologs*. (AGUIAR, 2006, p.23).

Com a evolução da *Internet* passando da *web 1.0* para a *web 2.0*, a cultura das redes virtuais também é alterada. “Se, nos anos 1980 e 1990, predominava o conceito de digitalização, e, com isso, a abstração dos dados, na cultura das redes o foco são os grupos, as comunidades e os *links*.” (PRADO, 2011, p.183, apud LEÃO, 2007, p.70).

Assim, as possibilidades de compartilhamento e de interação são radicalmente ampliadas, o que colabora para que a formação das redes virtuais seja

intensificada. Telles aponta que as mídias sociais têm apresentado crescimento duas vezes maior que os outros setores digitais, como a busca, os portais, os *softwares* em geral e o *email* (TELLES 2010, p. 82, apud NIELSEN *ONLINE*).

Telles faz distinção entre os termos “redes sociais” e “mídias sociais”, afirmando que o primeiro é uma categoria do último. Telles (2010, p. 78) declara que “a maioria das redes sociais possuem o conceito de um grupo – um conjunto de pessoas unidas com um interesse comum.” Sobre essas redes, o autor traz a seguinte definição:

Os *sites* de relacionamento ou as redes sociais são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades. (TELLES, 2010, p.78).

## CAPÍTULO 3 -METODOLOGIA DA PESQUISA

### 3.1 Pesquisas e Metodologia

É muito sedutor fazer um site “bonitinho”, movendo-se exclusivamente pela intuição, pelos “achismos”, pelas experiências anteriores. No entanto, aprende-se durante o curso que a Comunicação deve ter, além de uma vertente técnica, um cunho teórico que permita realizar um planejamento eficaz e viável, justificar escolhas, situar os produtos e processos em discussões maiores, buscar uma atuação estratégica para além do imediatismo do *deadline* e avaliar os resultados alcançados. Diante desse desafio de aprofundamento, acredita-se que é necessária muita leitura, muita observação e também muito método.

Os procedimentos metodológicos adotados para a realização do projeto foram divididos em quatro etapas:

- a) Pesquisa bibliográfica – Envolveu basicamente a busca de artigos e livros sobre o tema cibercultura, comunicação organizacional e *sites*. Para realizá-la, utilizou-se a biblioteca da UnB, os portais de artigos de Comunicação e acompanhou-se – com cautela, sempre em busca da legitimidade das fontes – o material disponível na Rede. Nesse processo de pesquisa, acolheram-se as referências de professores e amigos que já estudaram o tema e também se procedeu a uma leitura em árvore, isto é, cada artigo ou livro “ramificava” em novas referências.
- b) Entrevistas com dirigentes e figuras-chave da organização – Por meio de entrevistas semiestruturadas, obtiveram-se dados históricos sobre a Igreja, acompanhou-se o seu crescimento e verificaram-se os objetivos dos líderes sobre a Comunicação Digital da Organização. Foram utilizados os conhecimentos adquiridos no curso sobre entrevista, proximidade, distanciamento para obter respostas claras e úteis ao andamento do trabalho.
- c) Questionários – Foram aplicados questionários em aproximadamente 300 membros da Igreja para verificar a utilização da *Internet*, os hábitos de navegabilidade e também as expectativas sobre um *site* da Igreja.

Monitoramento de *sites* com temáticas afins- Mergulhou-se no ambiente virtual para buscar os *sites* de grupos religiosos, sobretudo os evangélicos, com os

objetivos de verificar os *layouts*, os conteúdos, os *links* e foram observados os erros mais frequentes para evitar-se repeti-los. Foram constatados, de forma geral, a falta de criatividade no material disponível, a baixa interatividade, os *layouts* monótonos. Diante desses exemplos, buscou-se construir um *site* mais alegre, organizado e vivaz.

Abaixo seguem detalhadas essas pesquisas.

### **3.2.1 Entrevista aos dirigentes**

A primeira fase de pesquisa envolveu a entrevista a dirigentes da instituição. Essa entrevista teve como objetivo registrar a história do Ministério Núcleo da Fé e identificar suas características, valores e diferenciais. Para isso foram entrevistados os casais de pastores Wilbert e Alice Batista, fundadores e presidentes da igreja; e Alex e Anne Reis, genro e filha do casal de pastores presidentes e líderes de jovens da instituição.

Nessa mesma entrevista esses dois casais de pastores foram questionados sobre aspectos diretamente ligados ao *site*. Como é possível ser conferida na transcrição da entrevista, os dirigentes responderam seus objetivos em relação aos públicos *website* por meio da especificação de demandas e expectativas; bem como expuseram a avaliação que possuem sobre o *site* já existente.

### **3.2.2 Pesquisa Quantitativa**

Para identificar as demandas e registrar as sugestões dos membros em relação ao portal da igreja, foi realizada a aplicação de questionários a esse público. Abaixo está detalhada a validação da pesquisa elaborada pelo professor Edmundo Brandão Dantas.

#### **Validação da pesquisa**

O Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé possui uma população aproximada de 2000 fiéis. Foram distribuídos questionários a todos os fiéis que participaram do culto do domingo de páscoa de 2011. Desses, 335 responderam à pesquisa, o que equivale a 16,8% do universo. Submetidas essas informações a um aplicativo desenvolvido pelo professor Edmundo Brandão Dantas, verificou-se que a amostra pesquisada equivale a uma margem de erro de  $\pm 5\%$  com um grau de

confiança de 96%. É o mesmo que admitir um erro de 5% para mais ou para menos e que, com esta precisão, pode-se inferir, com 96% de chance, que o que vale para a amostra é válido para o universo.

Antes de ter sido aplicado para o público geral, o formulário foi submetido a uma pré-testagem, no dia 21 de abril de 2011, sendo aplicado a nove pessoas. Essa etapa permitiu que algumas perguntas fossem mais bem elaboradas e permitiu verificar se o comando dos itens estava suficientemente claro para que entrevistado pudesse preencher o formulário sem maiores dificuldades em sua interpretação.

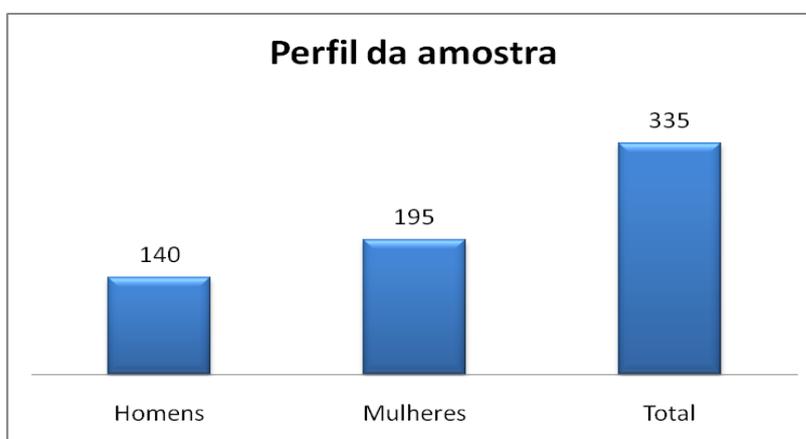
Uma observação a ser feita é que por ter sido aplicada no culto de domingo de páscoa, única reunião no ano que é iniciada às 6h da manhã, observou-se que a frequência do público jovem foi menor. Isso pode ter interferido, por exemplo, no comportamento em relação às redes sociais, bem como à frequência de acesso à *Internet*. Destaca-se, contudo, que essa interferência é algo bem pontual e não prejudica o resultado concluído na pesquisa.

### Resultados da pesquisa

Por meio dessa pesquisa foi possível chegar a importantes diagnósticos: identificação do comportamento *online* dos membros; registro das demandas e expectativas desse público em relação ao novo *site*; avaliação que esse público do *site* já existente.

Quanto ao perfil, a amostra foi composta de 195 mulheres e 140 homens, o que significa dizer que as mulheres formaram a maioria, correspondendo a 58% dos entrevistados, como indica o gráfico abaixo.

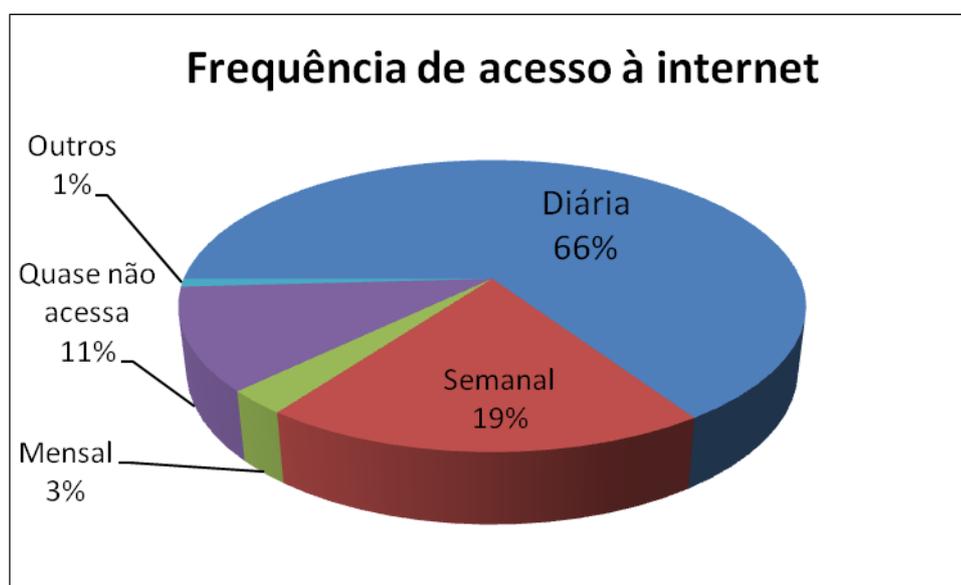
**Gráfico 1 – Perfil da Amostra**



**Fonte:** Elaborado pela autora.

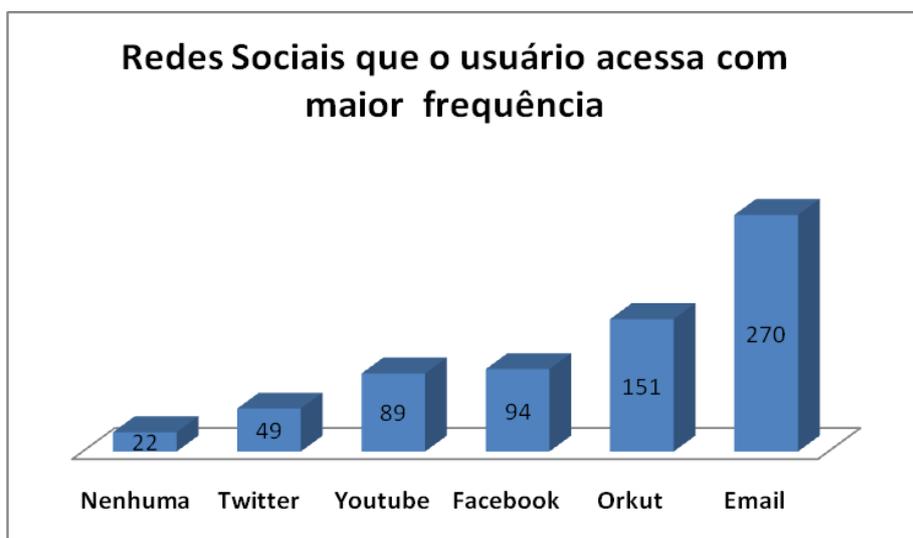
O dado seguinte refere-se ao acesso desse público à *Internet*. Pelo resultado é possível concluir que as mídias *online* podem ser um recurso estratégico na comunicação da igreja com seus membros. Isso porque 66% dos entrevistados afirmaram que acessam a *Internet* diariamente, enquanto 19% acessam a rede pelo menos uma vez por semana. Somando-se as duas porcentagens, conclui-se que 85% do público total acessam a *Internet* semanalmente, o que indica uma forte presença desse público nessa mídia. O gráfico abaixo detalha a frequência de acesso à *Internet* desse público.

**Gráfico 2 – Frequência de acesso à *Internet***



**Fonte:** Elaborado pela autora.

O perfil desse público fica ainda mais claro com a constatação das mídias sociais que são mais recorridas por esses usuários, como define o gráfico abaixo. Ele é resultado do item 4 do questionário, que direcionava o entrevistado a marcar as mídias por ele acessadas com maior frequência. Assim, uma mesma pessoa poderia marcar mais de uma mídia, como o *email* e Orkut, desde que esses canais fossem visitados constantemente.

**Gráfico 3 – Redes sociais que o usuário acessa com maior frequência**

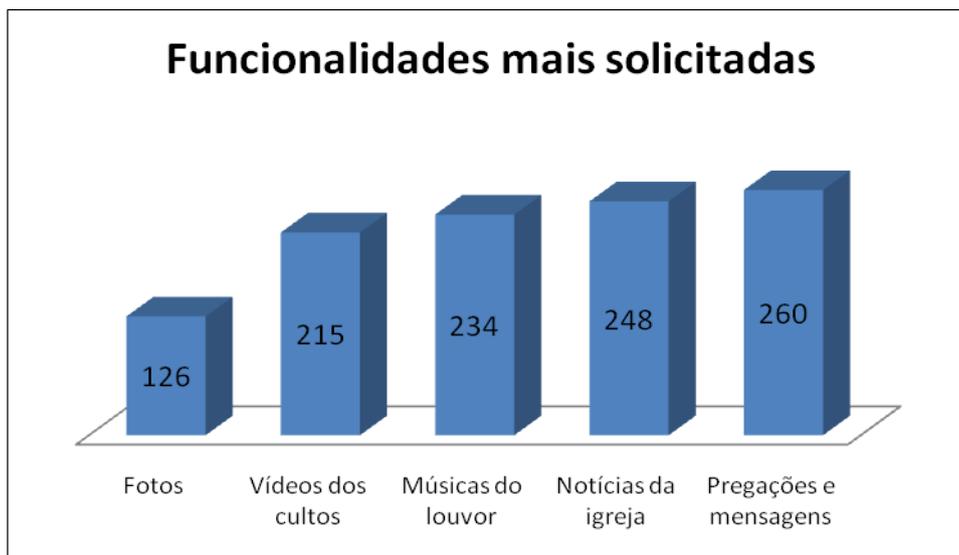
**Fonte:** Elaborado pela autora.

Conclui-se que o *email* ainda é, em termos quantitativos, o melhor canal para efetivar a comunicação entre a igreja e seus membros. Isso porque 260 pessoas marcaram o item como uma mídia acessada com frequência. Em seguida está o Orkut e depois outras redes sociais.

Apesar de as redes sociais não terem obtidos números tão expressivos, acredita-se que haja uma tendência de crescimento dos usuários nesses espaços virtuais devido ao próprio comportamento dos internautas em relação às redes sociais, como foi detalhado no capítulo anterior deste trabalho. Além disso, o Ministério Núcleo da Fé pode se apropriar da grande frequência de acesso à *Internet* de seu público para estimular que os usuários se insiram nesses espaços. Essa cultura pode ser estimulada por meio do convite das lideranças para que os membros se insiram nesse espaço web, bem como pela divulgação dos canais da instituição em *flyers*, jornal impresso e jornal mural, sempre convidando o leitor a ser um amigo/seguidor da instituição nas redes em que ela se fizer presente.

Os entrevistados também foram indagados sobre suas preferências de funcionalidades para o novo *website* da instituição. Os dados do gráfico sintetizam o resultado da resposta dos entrevistados ao item 5, que solicitava a marcação de até quatro opções que o usuário mais gostaria de ter no novo portal.

Gráfico 4 – Funcionalidades mais solicitadas



**Fonte:** Elaborado pela autora.

Como é possível observar, os dois itens mais solicitados referem-se à disponibilização no portal de informações como pregações, mensagens, e notícias da igreja. Em seguida, estão as funcionalidades multimídia, com os arquivos de áudio ficando em primeiro lugar na demanda.

Também foi registrado o percentual de entrevistados que já acessaram o portal que a instituição possui, é curioso observar que 38% desse universo afirmaram ter costume de acessar o *site*, um percentual elevado tendo em vista que o portal não vem sendo atualizado.

Gráfico 5 – Acesso ao site da igreja



**Fonte:** Elaborado pela autora.

O percentual de 44% dos entrevistados que não costumam acessar à página, pode ser explicado também pela falta de atualização. Como define Prado (2011,p. 31) a atualização de informações ao longo do dia é a maior definição de webjornalismo, ou seja, aquele que publica em tempo real. No caso específico da igreja, por não se tratar de um veículo como um jornal, a atualização não precisa ser, necessariamente, ao longo do dia; mas deve, entretanto, pelo menos acompanhar o calendário de suas atividades.

Outro questionamento realizado foi quanto à veiculação de publicidade no portal, constatando que a maioria dos entrevistados gostaria de ver publicidade no *site*, como detalha o gráfico seguinte.

**Gráfico 6 – Publicidade no site**



**Fonte:** Elaborado pela autora

A pergunta seguinte do questionário especificava qual seria esse tipo de publicidade, dando como possibilidade anúncios de empresas e serviços de membros da igreja ou anúncios de produtos e serviços cristãos. 52% do público marcou preferência pela última opção mencionada. Conseqüentemente, os outros 48% sugeriram que fosse realizados anúncios de empresas e serviços dos membros. Ainda neste item do questionário, havia a possibilidade de que o entrevistado sugerisse um tipo de publicidade diferente das duas opções listadas, contudo não houve contribuição significativa, com o percentual de respostas não alcançando nem 5% da amostra.

**Gráfico 7 – Tipo de publicidade que gostariam de encontrar**



**Fonte:** Elaborado pela autora

Apesar de 75% do público ter sido favorável à veiculação publicidade no portal, a instituição ainda não adotará nenhuma política nesse sentido por agora. De qualquer forma, o questionamento foi importante detectar como o público interno se posiciona em relação ao assunto.

Por fim, o último item do questionário tratou-se de uma pergunta aberta e opcional para que o entrevistado pudesse adicionar alguma sugestão. O resultado desse item está detalhado no próximo capítulo deste trabalho.

### **3.2.3 Pesquisa Líderes**

Também foi aplicado um questionário a mais dez líderes da instituição com o objetivo de verificar se suas demandas já haviam sido identificadas nas etapas anteriores. Participaram dessa pesquisa as seguintes pessoas<sup>4</sup>: Bruno Telles, administrador da igreja; Jane Cleide, secretaria administrativa da igreja; Adriana Alves Pereira, líder de dança; Alan Clei, líder de louvor; Cristiano Mendes Rodrigues, líder de evangelismo; Rodrigo Salgado, líder de Pequenos Núcleos; Paulo e Cinária,

<sup>4</sup> Nessa etapa de entrevista aos demais dirigentes, foram entregues questionários a 14 líderes, mas somente dez devolveram a pesquisa preenchida dentro do prazo estipulado. Por esse motivo, apenas essas dez pessoas estão mencionadas entre os entrevistados.

pastores; Rodrigo e Clarice Tenório, pastores. O resultado o detalhamento desta pesquisa encontra-se no próximo capítulo deste trabalho.

### **3.2.4 Pesquisa Exploratória**

Para realizar uma análise dos *sites* já existentes de instituições religiosas foi realizada uma pesquisa exploratória<sup>5</sup> em 45 portais diferentes: 17 *sites* de igrejas evangélicas, 13 *sites* de igrejas evangélicas estrangeiras, 8 *sites* de grupos de louvor, 3 *sites* de igrejas católicas, 3 *sites* de organizações e 3 *sites* de empresas.

Por meio dessa pesquisa foram registrados modelos de funcionalidades e de *layout* que serviram de inspiração para o projeto do *website* do Ministério Núcleo da Fé. As idéias extraídas dessa pesquisa são apresentadas no próximo capítulo deste trabalho.

### **3.2.5 Pesquisa Bibliográfica**

Já para a realização da análise *SWOT*, a pesquisa foi baseada em dados extraídos de estudos de institutos como o *Internacional Telecommunication Union* (ITU); o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); e o Centro de Estudos Sobre Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic). Outras publicações e estudos também foram utilizadas ao longo do desenvolvimento do Plano de Comunicação e são citadas ao longo desse documento, bom como no referencial bibliográfico.

---

<sup>5</sup> A lista que contém o endereço dos *sites* pesquisados encontra-se no Apêndice 6 deste trabalho.

## CAPÍTULO 4 – REGISTRO DA PRODUÇÃO DO PRODUTO

### 4.1 Elaboração do Plano Simplificado de Comunicação

A proposta para o novo *website* do Ministério Núcleo da Fé não poderia surgir de uma simples vontade exposta. Para ter um canal *online* que dialogasse diretamente com as necessidades da igreja, com as tendências e inovações no mundo *online* e com as expectativas de seus membros, seria preciso sustentar essa proposta em um estudo aprofundado.

Sendo assim, impôs-se a necessidade de elaborar um Plano Simplificado de Comunicação<sup>6</sup> que contivesse todo o subsídio de informações necessárias para a proposta para o novo *site*. Para tanto, o Plano deveria conter as seguintes informações: 1) registro sobre história da igreja e sobre suas características e diferenciais; 2) levantamento de suas principais atividades, de quando e de como acontecem - de modo a resultar na definição do calendário de comunicação e da matriz de comunicação, onde cada evento tem sua data e seu gestor; 3) análise dos públicos da instituição, dividindo-os em dirigentes, membros e não membros; 4) contexto social em que ela se insere e uma breve análise *SWOT*; 5) e, finalmente, o posicionamento da instituição e seus objetivos e estratégias de mídia.

Primeiramente, coube, portanto registrar a história da instituição desde o seu surgimento até os dias atuais. Como não havia em seus arquivos nenhuma documentação específica que agregasse toda essa biografia, o relato foi construído por meio de entrevista a dois casais de pastores: Wilbert e Alice Batista; e Alex e Anne Reis.

Foi nesse primeiro momento que aconteceu o registro da doutrina da igreja; de suas características, valores e diferenciais; além de sua história. Todas essas informações dispostas no Plano de Comunicação são resultado da entrevista com os pastores. A exceção cabe aos documentos que fazem parte da identidade institucional, a saber, sua missão, visão, valores e declaração de fé. Essas declarações já estavam prontas e foram apenas transcritas para o presente trabalho.

---

<sup>6</sup> O Plano de Comunicação Simplificado compõe o Apêndice 7 deste trabalho.

Nessa etapa foi possível delinear com exatidão a identidade da igreja, o que foi apropriado na proposta do novo *website*, de tal maneira que o portal comunique essa imagem ao público. Isso resultou no *briefing* do *website* especificado que o estilo de arte deve ser dinâmico, contemporâneo, alegre e jovem. Todos esses adjetivos foram extraídos das características da instituição, que se encontram detalhadas no Plano de Comunicação.

O segundo ponto, relativo ao registro de suas atividades, culminou na definição do Calendário de Comunicação<sup>7</sup> e na elaboração da Matriz de Comunicação<sup>8</sup>, em que cada evento tem sua data e seu gestor. Esses dois documentos são essenciais para o pleno funcionamento do novo *website*. No Calendário de Comunicação anual estão previstos os tipos de cobertura a serem realizadas de acordo com cada evento. Esse calendário funciona como um alerta aos profissionais de comunicação, uma vez que se a atividade acontece no mês de fevereiro, por exemplo, o evento é registrado com dias ou meses de antecedência, para que seja possível realizar a campanha do evento.

A matriz de comunicação é complementar ao calendário do setor. Conforme identificado nas pesquisas de avaliação do *site* anterior, o maior problema apontado foi a falta de atualização do canal. Dessa forma, não basta ter um novo *website* com todas as funcionalidades que atenda aos públicos, é preciso registrar com precisão as tarefas necessárias ao funcionamento e à atualização desse canal, bem como destinar um profissional para a execução dessa demanda. A matriz de comunicação, portanto, faz exatamente isso, listando todas as tarefas a serem feitas para a devida alimentação e manutenção do *website* e identificando a mão-de-obra necessária para a realização dessas tarefas.

A terceira etapa referente à análise dos públicos da instituição é determinante para estabelecer estratégias de comunicação e de marketing efetivas, identificando as melhores formas de utilizar o *website* e as redes sociais e de como divulgar essas mídias para o público. Optou-se em dividir esse público em dirigentes, membros e não membros. Isso porque se entende que cada uma dessas categorias apresenta uma demanda de comunicação particular.

---

<sup>7</sup> O Calendário de Comunicação encontra-se no Apêndice 7 deste trabalho

<sup>8</sup> A Matriz de Comunicação encontra-se no Apêndice 7 deste trabalho

Para conhecer a demanda dos dirigentes, foram realizadas diferentes pesquisas<sup>9</sup>, conforme detalhado no capítulo de pesquisa e metodologia. O resultado encontra-se sintetizado no quadro seguinte.

**Quadro 1 – Principais demandas para o novo *website***

ENTREVISTADOS	ESPECIFICAÇÃO
Prs. Wilbert e Alice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notícias atualizadas e pregações</li> <li>• Disponibilizar os arquivos do Programa de TV Espaço Núcleo da Fé</li> <li>• Informações da instituição bem visível;</li> <li>• Campo com informações para quem não é cristão ou para novos na fé que desejam saber mais sobre a salvação;</li> <li>• Enquetes;</li> <li>• Destaque para funcionalidades multimídia, como fotos e vídeos.</li> <li>• Mapa sobre como chegar na igreja sede, em Arniqueira e na chácara da igreja</li> </ul>
Prs. Alex e Anne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadastro <i>online</i> para atividades, sendo gerado o boleto no momento da inscrição (para atividades pagas) – envio dessas informações para a secretária;</li> <li>• Busca por informações sobre <i>Pequenos Núcleos</i></li> <li>• Campo com informações para quem não é cristão ou para novos na fé, com o Plano de Salvação em destaque;</li> <li>• Informações sobre todas as atividades da Igreja, como as reuniões, quais são os ministérios e como fazer parte;</li> <li>• Espaço <i>intranet</i> para comunicados internos.</li> </ul>
Prs. Rodrigo e Clarice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notícias, estudos e pregações</li> <li>• Espaço destinado para que os ministérios divulguem suas atividades</li> <li>• Cursos à distância (<i>online</i>)</li> <li>• Área com jogos bíblicos eletrônicos</li> <li>• Transmissão do culto ao vivo com qualidade</li> </ul>

\* Continua na próxima página

<sup>9</sup> As entrevistas e os questionários encontram-se nos Apêndices 3 e 4 deste trabalho

**Quadro 1, continuação – Principais demandas para o novo *website***

ENTREVISTADOS	ESPECIFICAÇÃO
Prs. Paulo e Cinária	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campo de busca por célula</li> <li>• Notícias e informações atualizadas sobre as atividades da igreja</li> <li>• Devocional diário</li> <li>• Transmissão do culto ao vivo com qualidade</li> </ul>
Bruno Telles, administrador da Igreja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novo visual, refletindo a “cara” da igreja</li> <li>• Ser interativo e dinâmico</li> <li>• Cadastro de atividades <i>online</i></li> <li>• Cadastro e atualização de Pequenos Núcleos <i>online</i></li> <li>• Destaque para funcionalidades multimídia, como fotos.</li> </ul>
Jane Cleide, secretaria administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadastro de membros pelo <i>site</i></li> <li>• Campo de busca por Pequenos Núcleos, dispondo de informações como horário, local e contato do líder</li> <li>• Cadastro <i>online</i> para eventos</li> </ul>
Adriana Alves, líder de dança	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agenda atualizada com a programação do mês</li> </ul>
Alan Clei, líder de louvor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informações e notícias sobre a igreja atualizadas</li> <li>• Informações sobre os Ministérios</li> <li>• Arquivos de vídeo/áudio das pregações</li> <li>• Vídeos</li> <li>• Músicas que tocam nos cultos</li> <li>• Intranet para que a liderança tenha acesso a informações restritas</li> </ul>
Cristiano Rodrigues	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campo de busca por Pequenos Núcleos</li> <li>• Agenda de eventos</li> </ul>
Rodrigo Salgado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informações e notícias atualizadas</li> <li>• Agenda de eventos</li> <li>• Campo de busca por Pequenos Núcleos</li> <li>• Cursos <i>online</i>, oferta de serviços (emprego, classificado)</li> <li>• Pregações, devocionais e testemunhos</li> <li>• Músicas e vídeos</li> </ul>

**Fonte:** Elaborado pela autora

Esses mesmos dirigentes quando indagados sobre quais seriam os maiores problemas do *site* existente posicionaram-se da seguinte forma:

**Quadro 2 – Insatisfações quanto ao *site* antigo**

ENTREVISTADOS	ESPECIFICAÇÃO
Prs. Wilbert e Alice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pobre em termos de conteúdo e Desatualizado</li> <li>• Não é dinâmico</li> <li>• Faltam recursos multimídia</li> <li>• As enquetes não permitem que o leitor veja o andamento da votação</li> </ul>
Prs. Alex e Anne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de atualização</li> <li>• O <i>layout</i> não agrada</li> <li>• Nenhuma integração com as redes sociais</li> <li>• Falta de vídeos e fotos</li> </ul>
Prs. Rodrigo e Clarice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de atualização</li> <li>• Pouco interativo</li> <li>• Poucos recursos disponíveis</li> <li>• A qualidade da transmissão é ruim</li> </ul>
Prs. Paulo e Cinária	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de atualização</li> <li>• Conter mais estudos e palavras</li> </ul>
Bruno Telles, administrador da Igreja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desatualizado e com poucos recursos</li> <li>• Ultrapassado e feio quanto ao <i>layout</i></li> <li>• Não reflete a identidade da igreja</li> </ul>
Jane Cleide, secretária administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de atualização em todos os aspectos: agenda, eventos e informações</li> </ul>
Adriana Alves, líder de dança	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de atualização</li> <li>• Falta de entretenimento para o leitor</li> </ul>
Alan Clei, líder de louvor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de atualização</li> <li>• Estrutura ruim</li> <li>• Organização da informação ruim, prejudicando o acesso</li> </ul>
Cristiano Rodrigues	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouco informativo</li> <li>• Falta atualização</li> </ul>
Rodrigo Salgado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desatualizado</li> </ul>

**Fonte:** Elaborado pela autora

Também foi levantada a demanda dos membros em relação ao novo *website*, pela pesquisa de público aplicada em 24 de maio de 2011. As principais demandas deste público foram especificadas no gráfico 4 (ver página 33). Conforme detalhado no capítulo anterior, esse gráfico indica as funcionalidades mais solicitadas pelos membros da igreja, ficando no topo da lista as pregações e mensagens, seguidas pelas notícias da igreja. A demanda dos membros também foi avaliada por outro item do questionário. No item 9, pergunta do tipo aberta, o entrevistado pode registrar sugestões adicionais para o portal. O quadro abaixo lista as funcionalidades e demandas mais registradas por esse público.

### Quadro 3 – Sugestões Adicionais – Pergunta aberta

SELEÇÃO DAS FUNCIONALIDADES MAIS SOLICITADAS	
✓	Atualização
✓	Agenda de eventos
✓	Notícias da igreja
✓	Campo de busca pelos Pequenos Núcleos
✓	Cadastro em atividades
✓	Pregações dos cultos
✓	Músicas do louvor / rádio <i>web</i>
✓	Melhorar a qualidade da transmissão do culto ao vivo
✓	Vídeos dos cultos
✓	Formulário de pedido de oração
✓	Oportunidades de emprego / prestação de serviço social, como cursos <i>online</i>
✓	Fotos dos eventos
✓	Jogos eletrônicos infantis
✓	Enquete
✓	Bíblia <i>Online</i>

**Fonte:** Elaborado pela autora

Para o público de não membros, não foi aplicada nenhuma pesquisa destinada a identificar sua demanda, devido à limitação de tempo e também por não ser o foco deste trabalho. No entanto, o projeto do *website* também foi elaborado

pensando neste público, inclusive para ter conteúdo evangelístico em espaço privilegiado e de fácil visualização.

O Plano de Comunicação também foi importante para levantar outras informações que interferem diretamente na comunicação dessa organização, como informações sobre o cenário em que a igreja está inserida, por meio de uma análise *SWOT*. Assim, outras sugestões e detecções estão listadas ao longo do Plano.

## 4.2 Pensando o *website*

### 4.2.1 Menus e Categorias do *site*<sup>10</sup>

A escolha do conteúdo, das funcionalidades e do layout do novo portal foi totalmente baseada no Plano de Comunicação e nas demais entrevistas realizadas com os dirigentes e com os membros. Portanto, é importante ressaltar que para o pleno entendimento das categorias que são detalhadas abaixo, é necessário o ter conhecido do Plano de Comunicação<sup>11</sup>. Um exemplo disso é a escolha do nome *Pequenos Núcleos* para uma das categorias que serão mencionadas. Sem a leitura prévia do Plano, não haverá entendimento sobre a importância e o objetivo de categoria.

Do quadro de demandas, seja dos dirigentes ou dos membros, detalhado anteriormente foi realizada uma síntese das solicitações dividindo-as em prioritárias, importantes, complementares.

As demandas prioritárias dizem respeito às necessidades administrativas da instituição e às principais necessidades dos dirigentes. Sendo assim, abaixo elas estão detalhadas da maneira como foram projetadas para o *site*.

- **Demandas Prioritárias:**

1ª) Cadastro *Online* de atividades – O cadastro *online* é a funcionalidade que irá permitir aos membros que se inscrevam em atividades da igreja pelo próprio *site*. Assim, quando houver eventos da instituição, isso será destacado no Banner rotativo contido na página inicial do *site*, que quando clicado levará ao formulário de cadastro. Uma vez efetuada a inscrição, esses dados chegam à secretaria da igreja, que se apropria das informações para seu devido controle e gera um boleto de pagamento a ser encaminhado para o *email* do solicitante.

Havia também a opção de que esse boleto fosse gerado pelo sistema *Pag Seguro*, uma maneira mais fácil de administrar essas inscrições, uma vez que esse próprio sistema já disponibiliza as formas de pagamento e faz o contrato direto com o usuário. Contudo, esse sistema não se encaixaria perfeitamente no modo de

---

<sup>10</sup> A síntese dessas categorias encontra-se no mapa do *site*, documento enviado à empresa de criação do portal, e que se encontra no Apêndice 2 deste trabalho.

<sup>11</sup> Conforme mencionado anteriormente, o Plano de Comunicação compõe o Apêndice 7 deste trabalho.

funcionamento da igreja, que por ser uma instituição religiosa, diversas vezes faz concessões aos inscritos quando estes não conseguiram efetuar todo o pagamento. Pelo Pag seguro isso não seria possível. Outros motivos somaram-se a esse, e por isso a decisão final foi a de que a própria secretaria irá gerar os boletos por meio de um sistema fornecido pelo banco.

2 <sup>a</sup>) Acesso ao banco de dados da instituição via *site* – Paralelo ao desenvolvimento do *site*, a instituição contratou um profissional para elaborar um banco de dados que atendesse suas necessidades, como o cadastro de membros, o controle financeiro, a gestão de patrimônio. A proposta é que o banco de dados pudesse ser acessado via *site*. Atendendo a essa demanda, o *site* deverá conter um espaço para que o usuário autorizado informe seu *login* e senha e automaticamente tenha acesso ao banco de dados. Deve ser observado que o *site* e o banco de dados são sistemas diferentes. O que acontece é uma integração entre os dois, assim, através do *site*, o usuário consegue acessar o sistema de dados e visualizá-lo, bem como alterar seus dados – desde que tenha senha com liberação para isso.

O profissional responsável pelo banco de dados é o Lucas Felipe Borges Lopes. Antes de ser fechado o contrato com a empresa criadora do *website*, ele participou de uma reunião que realizei via *Skype*<sup>12</sup> para certificarmos que seria possível a integração desses sistemas. Assim, foi conversado a respeito da plataforma que o *site* seria desenvolvido e sobre a linguagem de programação que seria utilizada. O acordado atendeu a essa demanda e, dessa forma, o *website* propiciará que usuários acessem o banco de dados da instituição.

Essa integração é algo muito importante também pelo fato de que hoje uma das grandes dificuldades da instituição é fazer o acompanhamento e controle de seu quadro de membros. Por meio desse sistema, o líder de Pequenos Núcleos poderá cadastrar seus liderados e atualizar dados de pessoas que entraram ou saíram do grupo de acompanhamento. Assim, ficará bem fácil da instituição sanar essa deficiência.

3 <sup>a</sup>) Cadastro de membros – Por meio dessa funcionalidade, que será um simples formulário, o usuário poderá preencher os campos disponíveis e fazer seu cadastro na instituição ou atualizar seus dados. Uma vez preenchido, basta clicar no botão enviar e essas informações vão para o *email* da secretaria. Deve-se observar

---

<sup>12</sup> O *Skype* é um ferramenta para realizar chamadas de voz e de vídeo à distância.

que esses dados não vão direto para o banco de dados para que não haja informações impertinentes nesse sistema. Assim, o cadastro de dados no banco da instituição só poderá ser feito pela secretaria ou por um líder que tenha o devido acesso. De qualquer forma, isso agiliza bastante a atualização desses dados, uma vez que não será mais preciso fazê-lo via formulários impressos durante os cultos da instituição.

4<sup>a</sup>) Transmissão do culto ao vivo – essa não é uma funcionalidade administrativa, mas é uma importante demandas dos líderes. Para isso, será destinado um espaço específico para transmissões ao vivo. Assim como é feito atualmente, o único requisito será colocar o *link* gerado pelo *Live Streaming* na funcionalidade de transmissão e assim o vídeo será transmitido via *site*.

- **Demandas importantes**

1<sup>a</sup>) Informações sobre a instituição – categoria básica para organizações, e que foi denominada *Quem somos*. Para atender ao Ministério Núcleo da Fé, essa categoria será subdivida em: *A Igreja; Missão; Declaração de Fé; Equipe Pastoral; Unidades*.

2<sup>a</sup>) Informações para quem não é cristão ou não é membro – solicitação recorrente e que faz parte da missão evangelística da igreja. Essa categoria foi denominada *Sou Novo Aqui*. A escolha desse nome segue uma tendência verificada nos *sites* estrangeiros, que identificam esse espaço como *I'm new here*<sup>13</sup>. Essa categoria subdivide-se em: *Seja bem-vindo; 4 leis espirituais; Cultos; Faça Parte*.

3<sup>a</sup>) Notícias e pregações – essa categoria engloba várias subcategorias, primordialmente compostas de informações textuais e será denominada de *Notícias*. São elas: *Destaques; Pregações; Estudos bíblicos; Devocional; Testemunhos*.

4<sup>a</sup>) Agenda de eventos – essa é uma importante categoria para a instituição. Ela permite que o público da instituição mantenha-se informado sobre a atividades realizadas. Devido a sua importante estará presente na página inicial do *site*, limitando-se nesse espaço a informar os três próximos eventos que acontecerão.

---

<sup>13</sup> Conforme aponta a pesquisa exploratória em *sites*, contida no Apêndice 6 deste trabalho. Essa tendência está presente, por exemplo, no *site* da igreja *Champion Foreste*. Disponível em: <<http://www.championforest.org/>> - Acesso em: 23 de março de 2011.

Para detalhamentos sobre o evento, ou para informações sobre a agenda completa da instituição, o usuário deve acessar a página interna dedicada à Agenda.

5ª) Funcionalidades multimídia – uma solicitação recorrente era de que o *site* contivesse mais fotos, vídeos, músicas. Sendo assim, um espaço importante no portal será a categoria *Multimídia*. Ela irá conter as seguintes subcategorias: *Culto ao Vivo*; *Tv Web*; *Rádio Web*; *Fotos*; *Jornal O Verbo*.

Os termos *TV Web* são apenas expressões escolhidas para nomear a categoria, pois não haverá uma grade de programação como acontece nas TVs, apenas será disponibilizados alguns arquivos de vídeo e de áudio para que o usuário escolha entre as opções. A categoria *TV Web* irá contar com os arquivos de vídeo do *Espaço Núcleo da Fé*, programa televisivo que a instituição já possui. Já para a *Rádio Web*, serão inseridos arquivos de áudio do louvor realizado nos cultos, bem como faixa de músicas de CDs que a instituição já possui.

A transmissão do culto ao vivo continuará sendo feita pelo *Live Streaming*, mesma forma de transmissão utilizada no *site* já existente. Por isso, apenas será destinado uma página específica do *site* com player de vídeo que vai reconhecer o *IP* gerado ao iniciar a transmissão.

A página inicial irá contar com *Slideshow*, também chamado de *Banner Móvel*, funcionalidade que permitem a colocação de imagens em movimento, fazendo *link* dessas imagens com as páginas de texto correspondentes. As páginas internas também contarão com banners de imagens, contudo, nessas páginas os banners serão fixos. Isso porque as páginas internas dispõem de maior conteúdo escrito e, se houver muito movimento, a leitura pode ficar prejudicada ou resultar em um cansaço visual maior para o leitor.

A página inicial também irá dispor de uma mini-galeria móvel de fotografia. Essa funcionalidade será uma prévia das fotos contida na categoria fotos dentro da página multimídia. Assim, o usuário clica em uma das fotos e a visualiza em um tamanho maior. As fotos dessa galeria na página inicial terão quantidade limitada e para visualizar todas as fotos postadas, o usuário deverá se dirigir à respectiva página interna.

6ª) Busca pelos Pequenos Núcleos – A categoria Pequenos Núcleos também é relevante para a instituição e deve ser facilmente acessada pelos usuários que quiserem se informar sobre os grupos de acompanhamento existentes. Ela será uma

subcategoria do Menu *Conecte-se*. Apesar disso, será destacada em um dos banners fixos da página inicial do *site*. O mecanismo de busca por esses núcleos foi inspirado no modelo utilizado pela igreja Bola de Neve<sup>14</sup>, mas teve as devidas adaptações para atender ao Ministério Núcleo da Fé. Assim, esta página deve exibir uma ferramenta de busca contendo os seguintes campos: Cidades (lista as cidades onde existem grupos funcionando); Categorias (crianças, adolescentes, jovens mulheres, jovens homens, mulheres, homens, casais, master). Ao selecionar uma opção em cada categoria, o usuário é direcionado a uma página com as informações dos grupos disponíveis dentro do seu critério de busca.

7<sup>a</sup>) Informações sobre como se integrar na igreja – essa solicitação será atendida principalmente por duas categorias: *Ministérios* e *Núcleos*, que são páginas com predominância de informações textuais sobre áreas de atuação e grupos de acompanhamento dentro da igreja.

A categoria Ministério será subdividida em: louvor, dança, teatro, evangelismo, comunicação, intercessão e recepção. Assim, cada ministério terá uma página própria detalhando quando acontecem suas atividades, como é possível fazer parte do grupo, quem são os líderes dessa atividade e como entrar em contato etc. A categoria Núcleos funciona pela mesma lógica da categoria Ministério. Suas subcategorias são: crianças, jovens, família, homens, mulheres, master.

#### • Demandas Complementares

É importante ressaltar, antes de listar as demandas complementares, que estas não são necessariamente de menor importância. Contudo, são itens que podem ser incluídos no *website* posteriormente. Isso porque existem algumas demandas que são essenciais a níveis de informação do público ou de exigências administrativas da igreja. Já as demandas complementares, apesar de muitas delas serem enriquecedoras para o portal da instituição, são avaliadas como itens que podem ser desenvolvidos em um segundo momento.

1<sup>a</sup>) Jogos eletrônicos – esta foi uma solicitação de algumas crianças que participaram da pesquisa de público aplicada na instituição. Foi também a solicitação

---

<sup>14</sup> Mecanismos de busca de células da igreja Bola de Neve. Disponível em: <<http://www.boladeneve.com/celulas>>. Acesso em 6 de abril de 2011.

da líder do Ministério Infantil. Apesar de ser algo muito interessante para atrair esse público, no momento é de inviável execução.

2<sup>a</sup>) Portal Educativo *online* – com o objetivo de oferecer cursos via *Internet*, essa também é uma solicitação interessante, mas que também não apresenta viabilidade no momento.

3<sup>a</sup>) Ação social junto ao público – esta solicitação foi realizada por alguns dos entrevistados. Refere-se à possibilidade de dedicar um espaço do *site* para disponibilizar informações sobre ofertas de emprego, cursos gratuitos e outros. Apesar de não haver um espaço específico no *site* para isso, essas notícias podem ser postadas dentro da categoria destaques, sem nenhum prejuízo à informação.

4<sup>a</sup>) Intranet – funcionalidade sugerida por alguns dirigentes da instituição, contudo, para esse primeiro momento não será implementada no portal. Contudo, o *website* está sendo pensado para que isso seja possível de ser incluído futuramente.

Além disso, dentro do banco de dados da igreja está sendo desenvolvido um espaço que vai registrar os profissionais voluntários, os serviços que eles ofertam, entre outras opções. Isso ainda está sendo desenvolvido e passará a integrar o *site* também, com a disponibilização de simples formulários de cadastro para quem deseja oferecer ou solicitar ajuda. Assim, a área social também está sendo contemplada no projeto do *website*.

#### **4.2.2 Funcionalidades**

Além das funcionalidades que integrarão as categorias acima, e por isso já mencionadas, outros recursos farão parte do portal. Entre eles o mais importante são as ferramentas que vão possibilitar o compartilhamento de conteúdo pelas redes sociais. Isso significa dizer que notícias, vídeos, eventos postados na agenda e outros conteúdos poderão ser compartilhados pelo usuário em suas redes sociais. Para isso, ao lado dos conteúdos publicados no *site*, existirão os ícones de redes sociais, que ao serem clicados possibilitam o compartilhamento.

O *site* também vai contar com um aplicativo de bíblia *online*. Essa funcionalidade permite que o usuário efetue pesquisa qualquer texto bíblico e faça sua leitura no próprio *site*.

Outra ferramenta importante é a *newsletter*. Por meio de informação do *email* pessoal, o usuário pode se cadastrar no serviço de *newsletter* do portal. Essa

ferramenta é muito útil para avisar ao público de importantes atualizações no portal ou de demais serviços e informações que a instituição queira prestar.

O *site* também vai contar com uma ferramenta de enquete. Isso torna o *site* mais interativo e constitui-se em uma forma fácil de fazer pesquisa de opinião sobre assuntos relevantes para a igreja.

Outro recurso será um aplicativo de *facebook* na página inicial do *site*. Essa ferramenta permite que todas as últimas mensagens postadas no *facebook* da igreja, seja replicadas simultaneamente nesse dispositivo contido no *site*.

#### 4.2.3 Wireframe<sup>15</sup>

Após a identificação de quais categorias e funcionalidades deveriam fazer parte do *website* do Ministério Núcleo da Fé, desenvolveu-se um *wireframe* amador<sup>16</sup> com o objetivo de fazer um esqueleto/desenho de forma a ilustrar o que era esperado para o *website*, tanto em termos de *layout* quanto em termos de hierarquização do conteúdo e das funcionalidades. O documento foi encaminhado ao *designer* gráfico da empresa de criação apenas para melhor orientar o trabalho a ser desenvolvido, juntamente com o mapa do *site* e com o formulário de *briefing*.

Cerca de um mês após o envio do *wireframe* amador e do mapa do *site*, a empresa contratada encaminhou os *wireframes* por ela elaborados. Esses documento encontram-se no Apêndice 2 deste trabalho e retratam claramente o padrão que o novo *site* deverá apresentar.

É importante ressaltar que o *wireframe* é um documento passado ao cliente para que este faça as observações do que gosta e do que não atende sua expectativa. Por esse motivo, os *wireframes* contidos no Apêndice estão com marcações do que a empresa deveria modificar<sup>17</sup>. Até o término deste trabalho, os novos *wireframes* com as modificações solicitadas não haviam sido recebidos, e por esse motivo não constam no Apêndice.

---

<sup>15</sup> Veja definição no *site* Tecmundo. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/976-o-que-e-wireframee-.htm>>. Acesso em 20 de junho de 2011>.

<sup>16</sup> Essa *wireframe* foi elaborado pela autora deste TCC e foi encaminhado para a empresa Quartel Design para que os profissionais de criação soubessem o que era objetivado para o portal.

<sup>17</sup> Até o término deste trabalho, os novos *wireframes* com as modificações não haviam sido recebidos.

#### 4.3.4 Escolha da empresa de criação do *website*

Para selecionar a empresa responsável por criar o *website* da Igreja foi levado em consideração os seguintes critérios: o portfólio da empresa; o preço e prazo que foram oferecidos e a identificação entre a igreja e a empresa.

A primeira tentativa envolveu o contato com um programador e um *designer* gráfico, ambos de Brasília e que atuam juntos no desenvolvimento de *sites*, criadores do portal iPródigo<sup>18</sup>. O preço ofertado foi de seis mil reais (R\$ 6.000,00) para finalizar dentro de 60 dias. Contudo, eles ainda não tinham em seu portfólio um projeto da grandeza que propúnhamos e, por isso, não tivemos segurança para fechar o contrato.

Essa primeira experiência nos levou à conclusão de que o ideal seria fechar o contrato com uma empresa, o que nos daria mais segurança ao longo do processo. A segunda etapa, portanto, foi a realização de uma pesquisa exploratória pela *Internet* para conhecer empresas que atuam nesse ramo. Foram pesquisadas nove empresas, conforme listado na tabela abaixo. Desse universo, escolhemos três empresas para realizar o orçamento: Conectando Pessoas – Agência Digital, Quartel *Design* e Nova Mídia Brasília.

#### Quadro 4 – Pesquisa sobre empresas de criação de *sites*

< <a href="http://www.conectandopessoas.com.br/">http://www.conectandopessoas.com.br/</a> >
< <a href="http://www.novamidiabrasilia.com">http://www.novamidiabrasilia.com</a> >
< <a href="http://www.adus.com.br/">http://www.adus.com.br/</a> >
< <a href="http://www.tecnowebsites.com.br/">http://www.tecnowebsites.com.br/</a> >
< <a href="http://jtg.com.br/site/">http://jtg.com.br/site/</a> >
< <a href="http://www.sitesbsb.com.br/">http://www.sitesbsb.com.br/</a> >
< <a href="http://www.qualitare.com.br/index.php">http://www.qualitare.com.br/index.php</a> >
< <a href="http://www.juarezneto.com.br/sites.php">http://www.juarezneto.com.br/sites.php</a> >
< <a href="http://www.quarteldesign.com/">http://www.quarteldesign.com/</a> >

**Fonte:** Elaborado pela autora

Com a empresa Conectando Pessoas, o primeiro contato foi estabelecido por telefone e depois encaminhamos uma solicitação de orçamento pelo *site* da empresa e ficamos aguardando uma proposta. Com a Nova Mídia Brasília, o primeiro contato também foi realizado por telefone, no dia 16 de maio, e optamos por

<sup>18</sup> O endereço eletrônico do portal é: <<http://iprodigio.com>>.

fazer o orçamento presencialmente, assim podíamos conhecer melhor a empresa e negociar quanto à proposta que fosse oferecida. Assim, marcamos a reunião presencial para o dia seguinte, na terça-feira 17 de maio.

Ainda no dia 16, realizou-se um orçamento *online* com uma empresa de Belo Horizonte, a Quartel *Design*. O trabalho que a Quartel realiza já era conhecido pois ao longo da pesquisa exploratória sobre funcionalidades e layouts e outros *sites*, os portais que mais se assemelharam ao que seria proposto para o portal do Ministério Núcleo da Fé eram portais que foram desenvolvidos por essa empresa.

Quando o gerente de novos projetos da Quartel *Design* respondeu à solicitação de orçamento, o preço apresentado foi de seis mil e quatrocentos reais (R\$ 6.400,00), o que pareceu excelente, uma vez que em conversas por telefone com outras empresas, o preço indicado por alto ficava em torno de dez mil reais (R\$10.000,00).

Outro ponto que foi determinante para a boa impressão em relação à Quartel, foi a velocidade em responder ao contato solicitado. Cerca de duas horas após encaminhar o orçamento pelo *site*, a empresa retornou com uma ligação pedindo uma explicação mais detalhada sobre alguns itens listados e confirmando o recebimento do email. A qualidade e agilidade no atendimento haviam superado qualquer expectativa. Ainda mais excitante foi saber que o preço estava dentro do orçamento que a Igreja Núcleo da Fé dispunha para o projeto.

No dia seguinte, foi a vez de fazer o orçamento com a empresa Nova Mídia Brasília, conforme tinha sido combinado por telefone. A empresa também prestou um ótimo atendimento, mas a atendente não soube dar um orçamento preciso, pois disse que o projeto era bastante complexo e que seria necessário submeter ao gerente de projetos. De antemão ela me afirmou que um *site* como o que projetamos não sairia por menos de dez mil (R\$ 10.000,00). Ao informá-la sobre o valor da proposta que a Quartel *Design* havia nos feito, ela disse que tentaria negociar com o gerente. No dia seguinte recebemos por *email* a proposta da Nova Mídia. Eles haviam aceitado cobrir a proposta da Quartel *Design* e desenvolver o *site* pelo mesmo valor. Quanto à empresa Conectando Pessoas, o retorno que eles nos deram é de que a proposta enviada era bastante complexa e por isso eles estavam fazendo uma melhor análise para definir o preço. Contudo, antes deles nos

encaminharem o orçamento, já havíamos definido que ficaríamos entre a Quartel e a Nova Mídia.

Dessa forma, chegou-se a duas propostas concretas de empresas que nos davam segurança para fechar um contrato. Após avaliar os prós e contras de cada uma das empresas optei, juntamente com o administrador da igreja e o pastor presidente, pela Quartel *Design*. Além dos motivos já citado acima que embasaram essa escolha, outro ponto determinante foi por encontrar no portfólio dessa agência vários *jobs* realizados que se assemelhavam à proposta idealizada para o Ministério Núcleo da Fé. Muitos dos clientes da Quartel são igrejas ou ministérios de louvor, isso facilitava o entendimento do que queríamos, uma vez que eles trabalham com públicos semelhantes ao nosso.

Após essa decisão, eu e o Lucas Felipe Borges Lopes, profissional de ciência da informação que está desenvolvendo o novo banco de dados do Ministério Núcleo da Fé, realizamos uma reunião por *Skype* com o gerente de projetos da Quartel. Nessa reunião especificamos melhor o que já havia sido citado na proposta de orçamento enviada por *email* com o objetivo de saber quais seriam as soluções propostas para o nossa demanda.

A presença do Lucas Lopes foi importante na reunião pois para atender às demandas da Igreja seria necessário integrar o novo banco de dados com o *website*. Dessa forma, foi discutida qual seria a linguagem de programação que eles utilizariam para desenvolver o *site* e em qual linguagem deveria estar banco de dados. Além disso, também foi discutido como seria a integração entre o banco de dados e o *site*.

A proposta da Quartel atendia ao que o Lucas precisava, e nesse instante tivemos a certeza de que já poderíamos fechar o contrato. Sendo assim, dentro de alguns dias o contrato oficial estava fechado. Também foram necessários mais alguns dias para que a igreja pudesse efetuar a primeira parte do pagamento, assim, no dia 1º de junho estávamos com tudo acertado e demos início à produção do *website*.

## CAPÍTULO 5 - RESULTADOS

As pesquisas e leituras que envolveram a elaboração desse trabalho serviram para comprovar que a *Internet* e as tecnologias de informação e comunicação revolucionaram a forma como se dá a comunicação e todas as esferas da sociedade contemporânea, o que inclui a comunicação dentro das organizações.

Estabelecer as mídias e as respectivas ferramentas que melhor vão efetuar a comunicação com os públicos da organização é essencial para êxito em sua política comunicacional. Instituições que possuem um público com um alto nível de ambientação no espaço digital precisam também estar presente nesse ambiente por meio de suas mídias *online*.

É exatamente nesse contexto que se enquadra o Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé. A igreja possui um enorme percentual de membros e líderes que são usuários freqüente da *Internet* e das mídias digitais. Sendo assim, é necessário que o composto comunicacional da organização da instituição seja pensado estrategicamente para incluir sua presença em mídias *online* que dialoguem com seu público.

A forte presença de seus membros e líderes no ambiente *web* indica que um *website* institucional constitui-se em um canal com um enorme potencial para efetivar e estreitar a comunicação entre a organização e seu público. Para isso, essa mídia deve oferecer funcionalidades e serviços que atendam ao que esse público busca no canal *online*.

O presente trabalho pôde identificar com significativa precisão o que deve ser oferecido para esse público, constatação resultante de entrevista a 335 fiéis da instituição ( o que corresponde a 16,8% do universo total de seus membros) e 14 líderes de seu quadro de dirigentes. As demandas e sugestões desse público foram analisadas e adequadamente apropriadas na elaboração dos itens, funcionalidades e categorias que compõem o novo *website*.

Este novo portal não foi finalizado juntamente com o término do presente trabalho, conforme já estava previsto dentro do prazo necessário à sua execução. Apesar disso, o objetivo deste trabalho foi alcançado uma vez que possível finalizar a proposta do novo modelo do *website*, detalhada nos capítulos anteriores e que pode ser visualizada no *wireframe* de minha elaboração e nos *wireframes*

encaminhados pela Quartel *Design*. Além disso, documentos como o *Briefing* e Mapa do *Site*, localizados no Apêndice 2, são parte integrante do modelo que compõe a proposta para o novo portal.

Uma das mais importantes conclusões resultantes deste trabalho refere-se à principal queixa dos integrantes da igreja quanto ao antigo *website*: a falta de atualização desse canal. Conforme foi possível identificar ao longo das entrevistas, havia insatisfações quanto ao *layout* do portal e suas ferramentas e funcionalidades. Contudo, o maior problema refere-se à falta de atualização dessa mídia.

Detectar esse problema é importante para que a instituição esteja consciente de sua existência e assim evite sua repetição no novo portal. Para sanar essa lacuna, sugere-se que o setor de comunicação da instituição seja estruturado, com a *designação* de profissionais responsáveis por executar as tarefas que são demandas prioritárias dentro do contexto organizacional vivido pela igreja.

Ressalta-se que a boa gestão de suas mídias virtuais é uma demanda real dentro do atual cenário de ambientação digital no qual a organização está inserida. Além disso, a instituição possui um enorme potencial de comunicação virtual, o que pode ser otimizado por meio do novo *website*, uma vez que este vai dispor de ferramentas que fazem integração entre o portal e as redes sociais. Por esse motivo, a instituição deve estar ainda mais atenta à imagem que vai passar por seus canais *web*, pois com as redes sociais a imagem da instituição ganha ainda maior repercussão no ciberespaço, já que essas ferramentas possibilitam maior interação entre quaisquer usuários que estejam conectados por esses canais.

Dessa forma, o modelo para o novo *website* contempla quase totalmente as demandas apresentadas pelos dirigentes e membros da organização, além de acrescentar outras funcionalidades e recursos no canal. Sendo assim, a proposta elaborada para atender à instituição apresenta os requisitos necessários para o sucesso de sua presença *online*, devendo ser aperfeiçoada a medida que surgirem novas demandas, visto que o cenário digital está em constante mudança.

## Referências

AGUIAR, S. **Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação. Relatório final de pesquisa.** NUPEF: Núcleo de Pesquisas, Estudos e Formação da Rede de Informações para o Terceiro Setor. Rio de Janeiro: 2006. Disponível em:

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da *Internet*: reflexões sobre a *Internet*, os negócios e a sociedade.** Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CORRÊA, E. S. In: KUNSCH, M. M. K., organizadora. **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos, e processos.** Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

LEMOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

PALACIOS, M. **Jornalismo *Online*, informação e memória: apontamentos para debate.** Trabalho apresentado no VII Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, da Associação Latinoamericana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIC), realizado na *Facultad de Periodismo y Comunicación da Universidad de Plata*, Argentina, de 11 a 16 de outubro de 2004. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4\\_f.htm](http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm)>. Acesso em: 16 de junho de 2011.

PRADO, M. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RECUERO, R. C. A ***Internet* e a nova revolução na comunicação mundial.** Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/revolucao.htm>>. Acesso em: 3 de junho de 2011. Não paginado.

SANTOS, R. E. dos. **As teorias da comunicação: da fala à *Internet*.** São Paulo: Paulinas, 2003.

TELLES, A. **A revolução das Mídias Sociais. Cases, Conceitos, Dicas e Ferramentas.** São Paulo: M. Books do Brasil, 2010.

## **ANEXO 1 – Orçamento de empresas de criação**

### **Empresas de Criação de *Website*:**

**Quartel *Design***

**Nova Mídia**

**iPródigo**

**Conectando Pessoas**

## Orçamento Quartel Design

Orçamento numero-1628  
 Quartel Design  
 www.quarteldesign.com



### ORÇAMENTO DO PROJETO

#### DADOS DO CLIENTE

Nome: Vanessa Vieira

Telefone: 6192133410

E-mail: vanvieira.jornalismo@gmail.com

#### 1 - SERVIÇOS WEB

##### SITE

- Agenda de Eventos
- Aplicativo Tweets
- Artigos
- Cultos
- Estudos
- Formulário de contato
- Galeria de fotos
- Galeria de vídeos
- Icones Redes Sociais
- Newsletter
- Notícias
- Player de Música
- Testemunhos

TOTAL HORAS  
 VALOR TOTAL

R\$ 80 HORAS  
 R\$ 6.400,00

#### 2 - VALORES E PRAZOS

##### VALORES

##### HORAS

TOTAL DE HORAS

80h

VALOR DA HORA

R\$80

VALOR TOTAL

R\$ 6.400,00

## Orçamento Nova Mídia Brasília



## Proposta Comercial

Cliente :

Prezado,

Apresento-lhe a Proposta Comercial para prestação de serviços de desenvolvimento de website. Caso necessite de esclarecimentos adicionais sobre esta proposta, solicitamos a gentileza de entrar em contato.

CONTATO COMERCIAL:

Nome: Priscila Botão

E-mail: [priscila@novamidiabrasilia.com](mailto:priscila@novamidiabrasilia.com)

Telefones: (61) 3021-6763 (61)3021-6769

Agradecemos a atenção dispensada e ficamos à disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Cordialmente,

Priscila Botão



## Proposta Comercial

### Dados da Solicitação

Solicitação de Proposta:

- 1-Desenvolvimento de layout para web site
- 2-Desenvolvimento do Gerenciador de Conteúdo
- 3-Otimização
- 4- Hospedagem

### Escopo Técnico

1. **Desenvolvimento da web site.**  
Desenvolvimento da web site e integração com o Gerenciador de Conteúdo. Disposição na web site dos dados e imagens inseridos previamente.
2. **Desenvolvimento do Gerenciador de Conteúdo.**  
O Gerenciador de Conteúdo será desenvolvido a partir da linguagem de programação PHP interagindo com banco de dados MYSQL.
3. **Otimização**  
Será feito a otimização do *web site*, visando boa colocação no Google (A NOVA MÍDIA não garante posição exata no Google).

### Orçamento :

O valor orçado para o desenvolvimento do serviço apresentado nesta proposta é de R\$6.400,00 (seis mil e quatrocentos reais). Podendo ser pago em até 3 parcelas iguais no cheque, sendo a entrada de 50% do valor total e a vista. Caso o pagamento completo seja feito todo a vista, haverá 10% de desconto.

### Dos Prazos:

O prazo para o desenvolvimento do serviço prestado será de 60 dias úteis, e a previa será entregue em 30 dias úteis a partir do pagamento do valor orçado nesta proposta e da assinatura do contrato de prestação de serviços

**Validade da Proposta:** 3 dias úteis

### Orçamento Filipe Schulz – Site iPródigo

De: Filipe Schulz [fschulz88@gmail.com](mailto:fschulz88@gmail.com)

Para: [vanvieira.jornalismo@gmail.com](mailto:vanvieira.jornalismo@gmail.com)

Data: 9 de maio de 2011 16:39

Assunto: RE: contato inicial – *site* núcleo da fé

Olá Vanessa,

Conversei com meu sócio, e ficamos interessados em realizar esse projeto. Você tem noção do que vai querer no *site*, e isso facilita bastante o nosso trabalho.

Em relação à nossa proposta, levando em conta o número de funcionalidades que você listou (algumas mais simples, outras nem tanto) e o prazo bem apertado (considerando o tamanho do *site* e as funcionalidades requisitadas), o valor que pedimos é de R\$ 6000,00 (seis mil reais).

Não sei como ficaria essa parte do pagamento, já que é para a igreja, mas também é o seu TCC, mas de qualquer forma, o *site* é complexo e o tempo para executar um projeto desse tamanho é maior do que o tempo que teremos, e isso afeta o orçamento também.

Me coloco à disposição para mais esclarecimentos.

Atenciosamente,

Filipe Schulz

- **Contato Criação do Site – Empresa Conectando pessoas**

De: Leonardo Gurgel <[Leonardo@conectandopessoas.com.br](mailto:Leonardo@conectandopessoas.com.br)>

Para: [vanvieira.jornalismo@gmail.com](mailto:vanvieira.jornalismo@gmail.com)

Data: 19 de maio de 2011 14:29

Assunto: Proposta em estudo Conectando Pessoas

Boa tarde Vanessa,

Venho lhe dar uma satisfação em relação a sua solicitação de orçamento.

Realmente você tem um projeto complexo e interessante. Diante disso, o formulário preenchido por você esteve em estudo para apresentarmos as melhores soluções *online*.

Estou aguardando a aprovação do meu diretor para lhe enviar a proposta solicitada.

Atenciosamente, Leonardo Gurgel.

## **APÊNDICE 1 – Registro do *website* antigo**

As imagens contidas nas páginas seguintes são registros do *website* antigo do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé. Elas foram copiadas por meio da tecla *Print Screen*, que permite a cópia de telas visualizadas no computador. As imagens foram registradas no dia 4 de fevereiro de 2011, extraídas do endereço eletrônico da instituição, que pode ser acessado em <<http://www.nucleodafe.com.br>>.

**Ministério Núcleo da Fé**  
"Aqui você será amado"

Red. Soc

pesquisar...

INÍCIO | MAPA DO SITE | CONTATO | COMO CHEGAR

Sexta 24 Junho

**Ministrações**

- O que faz do dia da Trindade do Pai?
- Como vive acima da mídia
- Um homem mais doado e que mais fazemos o mundo
- Nos embalo da Espirita Santa
- É tempo de alar para o ano
- Quando vem o avivamento

**Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé**  
Aqui você será amado! Uma igreja viva, alegre e jovem, que ama a Jesus Cristo acima de todas as coisas! Obrigada por visitar nosso portal.

**Núcleo da Fé** Display 0 | 1 | 10 | 15 | Status

Top Story	Other Stories	Topica
<p><b>Encontro de Mulheres com Deus</b></p> <p>Um fim de semana para mudar sua história! É exatamente isso que testemunham as pessoas que já passaram pelo encontro com Deus... O dia se acontece no chácara do Ministério Núcleo da Fé, um ambiente...</p>	<p>Chá entre Amigas</p> <p>Dia do Bem</p> <p>22º Aniversário do Ministério Núcleo da Fé - Pr. Jân Batista</p> <p>22º Aniversário do Ministério Núcleo da Fé - Pr. Benê Gomes</p>	<p>Notícias</p>

**Transmissão**

Assista o culto ao vivo

**Menu Principal**

- Início
- Institucional
- Núcleo Jovem
- Multimídia
- Ministrações
- Notícias
- Agenda
- Biblioteca

**Notícias** Display 0 | 1 | 10 | 15 | Status

Top Story	Other Stories	Topica
<p><b>Novo Site Ministério Núcleo da Fé</b></p> <p>Nada mais, atualizada, dinâmica e interativa. Tudo isso em alguns dias, através que trabalham o novo portal do Ministério Núcleo da Fé. A previsão é que o novo site seja lançado no início de agosto....</p>	<p>A IMPORTANCIA DAS ORações NA VIDA DIÁRIA</p> <p>Jonathan Edwards e o legado de um pai.</p> <p>Pesquisas apontam que exercícios em grupo aumentam tolerância à dor</p> <p>Chá preto ajuda a controlar diabetes, diz estudo</p>	<p>Vida Cristã</p> <p>Saúde</p> <p>Mundo</p>

**Escola de Líderes**  
clique aqui para fazer a matrícula

**Regras de Casamento**  
Confira as regras para a realização de casamento, no site...

**Cérebros**  
Sabe onde funciona uma célula mas, porque de sua casa...

**Aniversariantes**  
Clique aqui e confira os aniversariantes da mês...

**Newsletter**

Nome

Email

Receba em HTML?

**Usuários Online**

Não temos usuários online

Imagem 1, Página inicial do website. Visualização da página completa.



Imagem 2, parte superior da página inicial do *website*, com o menu superior destacado.



Imagem 3, visualização maximizada do menu superior do *website* marcado na figurada anterior.

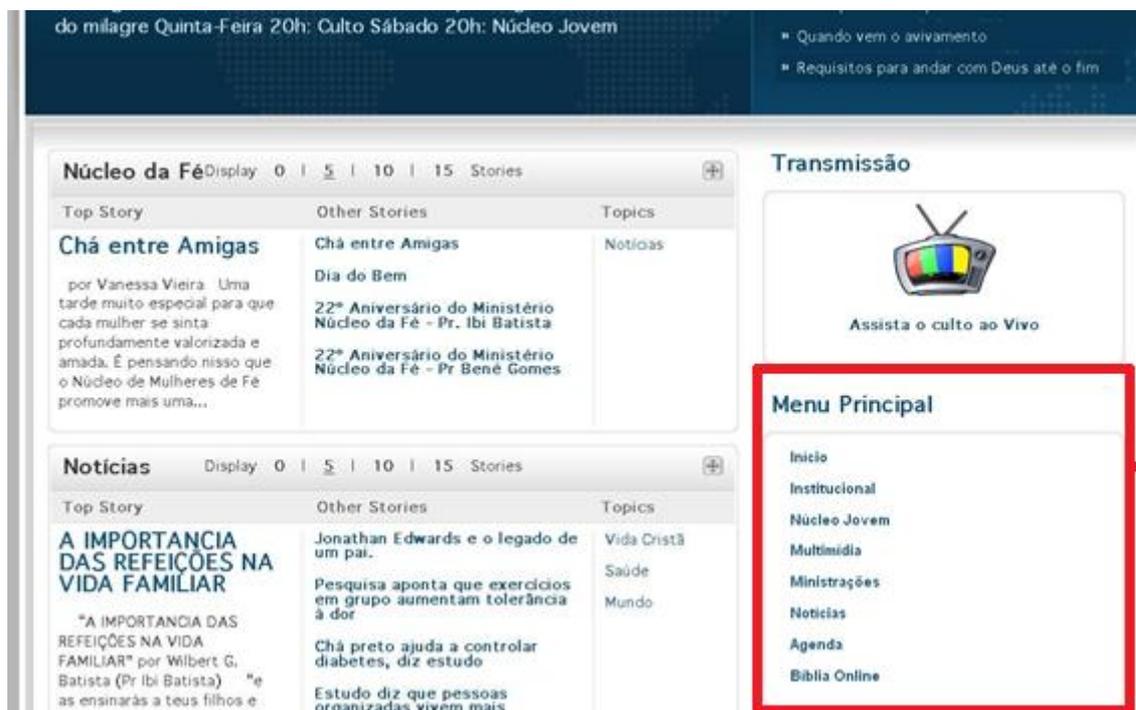


Imagem 4, parte central do *website* com o menu principal grifado.

## Menu Principal

[Início](#)  
[Institucional](#)  
[Núcleo Jovem](#)  
[Multimídia](#)  
[Ministrações](#)  
[Notícias](#)  
[Agenda](#)  
[Bíblia Online](#)

Imagem 5, visualização maximizada do menu principal do *website* marcado na figurada anterior.

**Notícias** Display 0 | 5 | 10 | 15 Stories
⊕

Top Story	Other Stories	Topics
<p><b>Novo Site Ministério Núcleo da Fé</b></p> <p>Moderno, atualizado, dinâmico e interativo. Esses são alguns dos adjetivos que traduzem o novo portal do Ministério Núcleo da Fé. A previsão é que o novo site seja lançado no início de agosto....</p>	<p><b>A IMPORTANCIA DAS REFEIÇÕES NA VIDA FAMILIAR</b></p> <p><b>Jonathan Edwards e o legado de um pai.</b></p> <p><b>Pesquisa aponta que exercícios em grupo aumentam tolerância à dor</b></p> <p><b>Chá preto ajuda a controlar diabetes, diz estudo</b></p>	<p>Vida Cristã</p> <p>Saúde</p> <p>Mundo</p>



**Escola de Líderes**  
clique aqui para fazer a matrícula

**Regras de Casamento**



Confira as regras para a realização de casamentos na igreja...

**Células**



Saiba aonde funciona uma célula mais próxima de sua casa...

**Aniversariantes**



Clique aqui e confira os aniversariantes do mês...

Ministrações

Notícias

Agenda

Bíblia Online

**Enquete**

**Newsletter**

Nome

E-mail

Receber em HTML?

**Usuários Online**

Nós temos 3 visitantes online

Imagem 5, parte inferior do *website*.

» Quando vem o avivamento

## Bíblia Online

TODA A BÍBLIA  Capítulo:  Versículo:   
 Palavra(s):

**1 Coríntios**

**13:1** AINDA que eu falasse as línguas dos homens e dos anjos, e não tivesse amor, seria como o metal que soa ou como o sino que tine.

**13:2** E ainda que tivesse o dom de profecia, e conhecesse todos os mistérios e toda a ciência, e ainda que tivesse toda a fé, de maneira tal que transportasse os montes, e não tivesse amor, nada seria.

**13:3** E ainda que distribuísse toda a minha fortuna para sustento dos pobres, e ainda que entregasse o meu corpo para ser queimado, e não tivesse amor, nada disso me aproveitaria.

**13:4** O amor é sofredor, é benigno; o amor não é invejoso; o amor não trata com leviandade, não se ensoberbece.

**13:5** Não se porta com indecência, não busca os seus interesses, não se irrita, não suspeita mal;

**13:6** Não folga com a injustiça, mas folga com a verdade;

**13:7** Tudo sofre, tudo crê, tudo espera, tudo suporta.

**13:8** O amor nunca falha; mas havendo profecias, serão aniquiladas; havendo línguas, cessarão; havendo ciência, desaparecerá;

**13:9** Porque, em parte, conhecemos, e em parte profetizamos;

### Transmissão

  
Assista o culto ao Vivo

### Menu Principal

- Início
- Institucional
- Núcleo Jovem
- Multimídia
- Ministrações
- Noticias
- Agenda
- Bíblia Online**

Imagem 6, página interna, categoria *Bíblia Online*.

## Fotos



### Transmissão

  
Assista o culto ao Vivo

### Menu Principal

- Início
- Institucional
- Núcleo Jovem
- Multimídia**
- Ministrações
- Noticias
- Agenda
- Bíblia Online

Imagem 7, página interna, categoria *Multimídia*, subcategoria *Fotos*.


**Ministério Núcleo da Fé**  
 "Aqui você será amado"

Text Size

[INÍCIO](#) | [MAPA DO SITE](#) | [CONTATO](#) | [COMO CHEGAR](#)



## Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé

Aqui você será amado! Uma igreja viva, alegre e jovem, que ama a Jesus Cristo acima de todas as coisas! Obrigado por visitar nosso portal.

Sexta 24 Junho



### Ministrações

- " O que falar diante da tragédia do Rio?
- " Como viver acima da média
- " Um homem mais atacado e que mais fascinou o mundo
- " Nos embalos do Espírito Santo
- " É tempo de olhar para cima
- " Quando vem o avivamento

### Como viver acima da média

**COMO SER UMA PESSOA QUE VIVE ACIMA DA MÉDIA**  
(1 Sm 17.30)

**1.) NÃO SE ABATA DIANTE DOS QUE QUEREM LHE PARAR (30)**

Muitos querem nos parar. Muitos dizem: Você não vai conseguir. Foi assim com Davi, mas ele desviou-se deles.

**2.) NÃO TEMA AOS DESAFIOS.**

É diante de desafios que aflora o que somos. Os desafios vêm para nos formar. Os desafios vêm com um propósito.

Às vezes temos dó de quem está enfrentando um gigante ou esta dentro de uma fornalha ou mesmo na cova dos leões e sentimos dó. Não devemos ter dó, apenas orar, pois está chegando uma promoção.

**3.) SAIBA QUE A VIDA É UM FILME E NÃO UM RETRATO.**

Retrato é diferente de filme. Você pode não estar vendo nenhuma promessa agora,

### Transmissão



**Assista o culto ao Vivo**

### Menu Principal

- Início
- Institucional
- Núcleo Jovem
- Multimídia
- Ministrações
- Notícias

Figura 8, página interna, Categoria Ministrações.

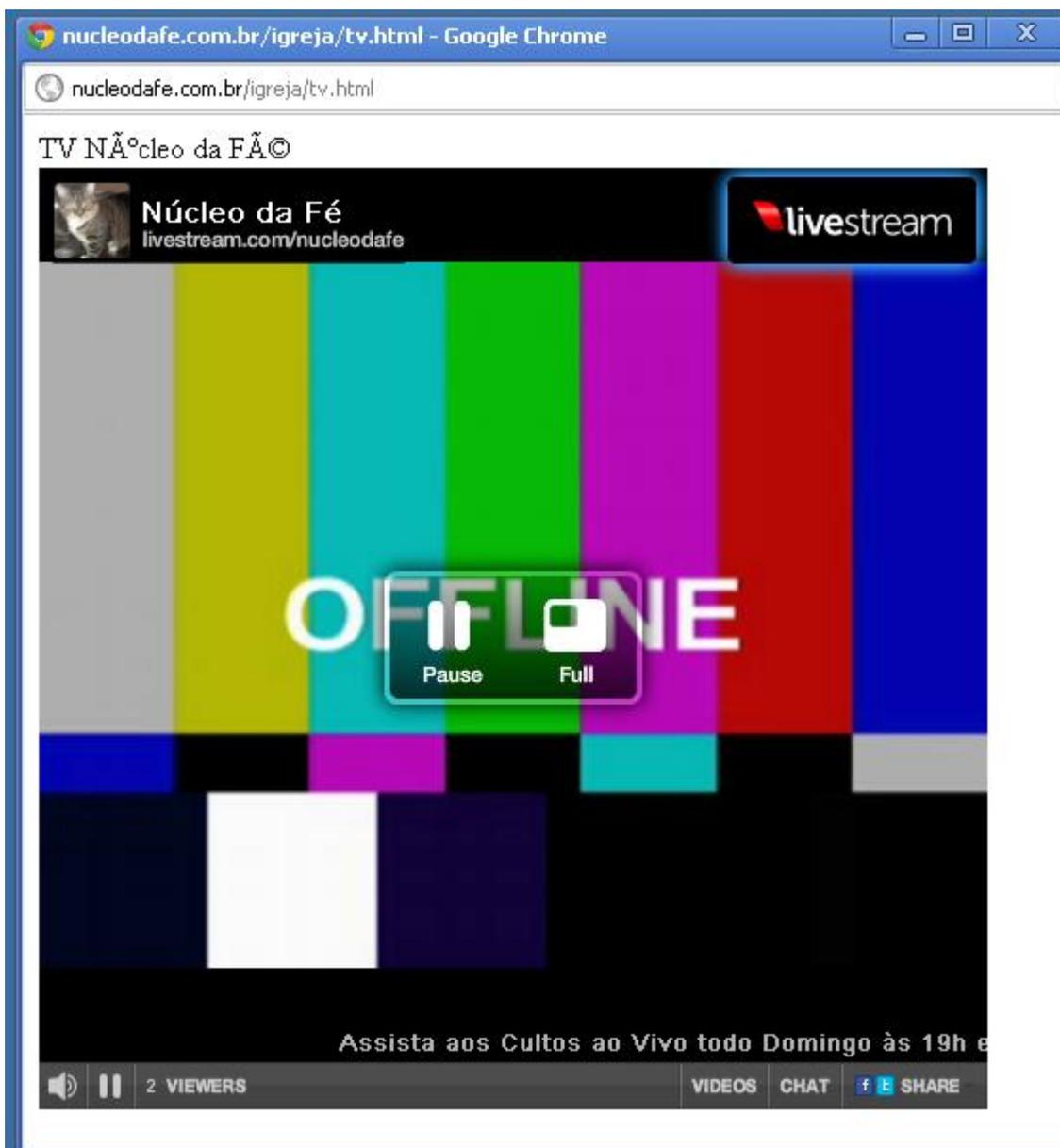


Imagem 9, página da transmissão de cultos ao vivo do *website*. A imagem acima é referente à tela que o usuário vê quando não há transmissão ocorrendo no momento do acesso.

## APÊNDICE 2 – Wireframes, Briefing e Mapa do site

Figura 1 – Wireframe Quartel Design

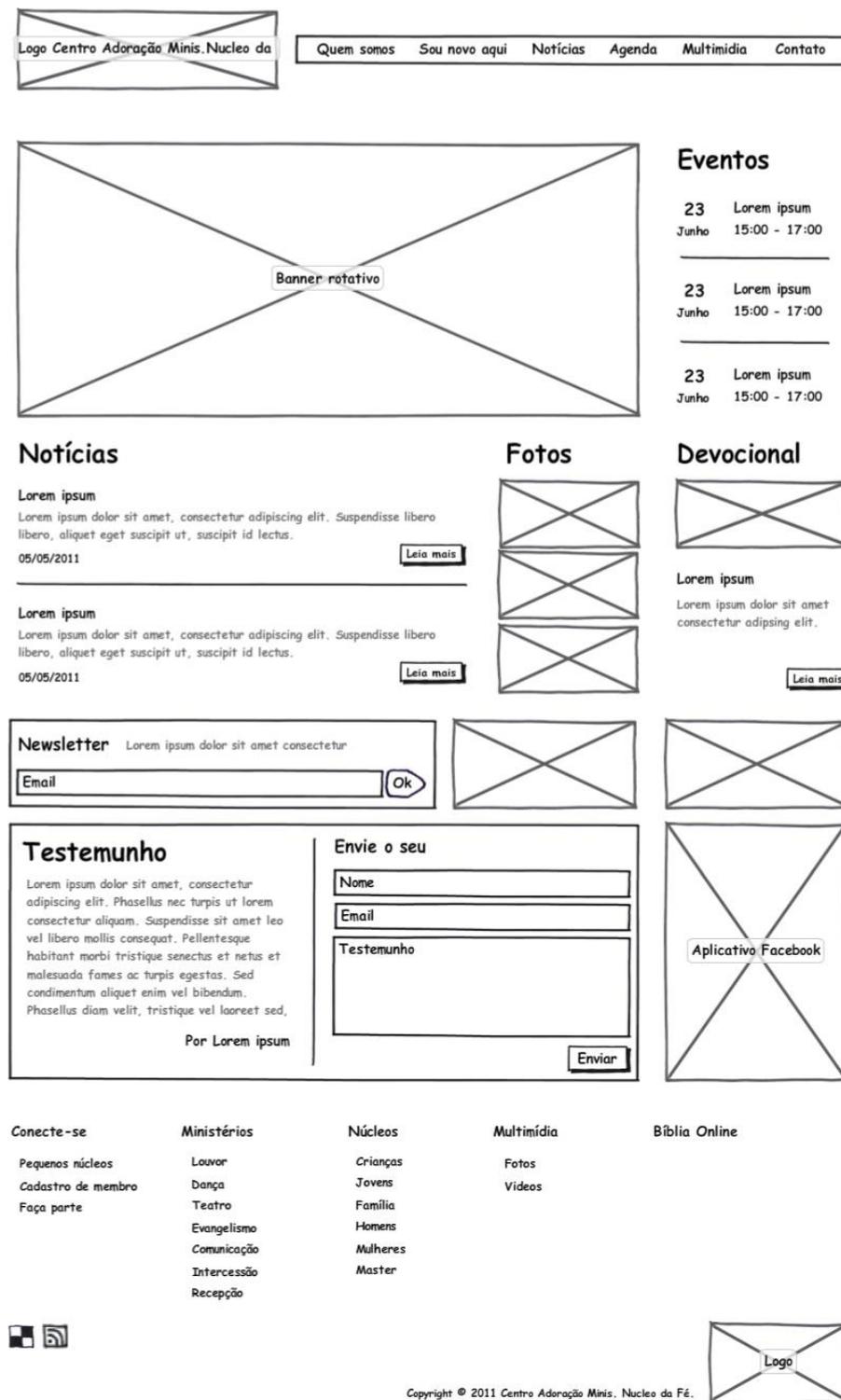


Figura 2 – Wireframe Quartel Design

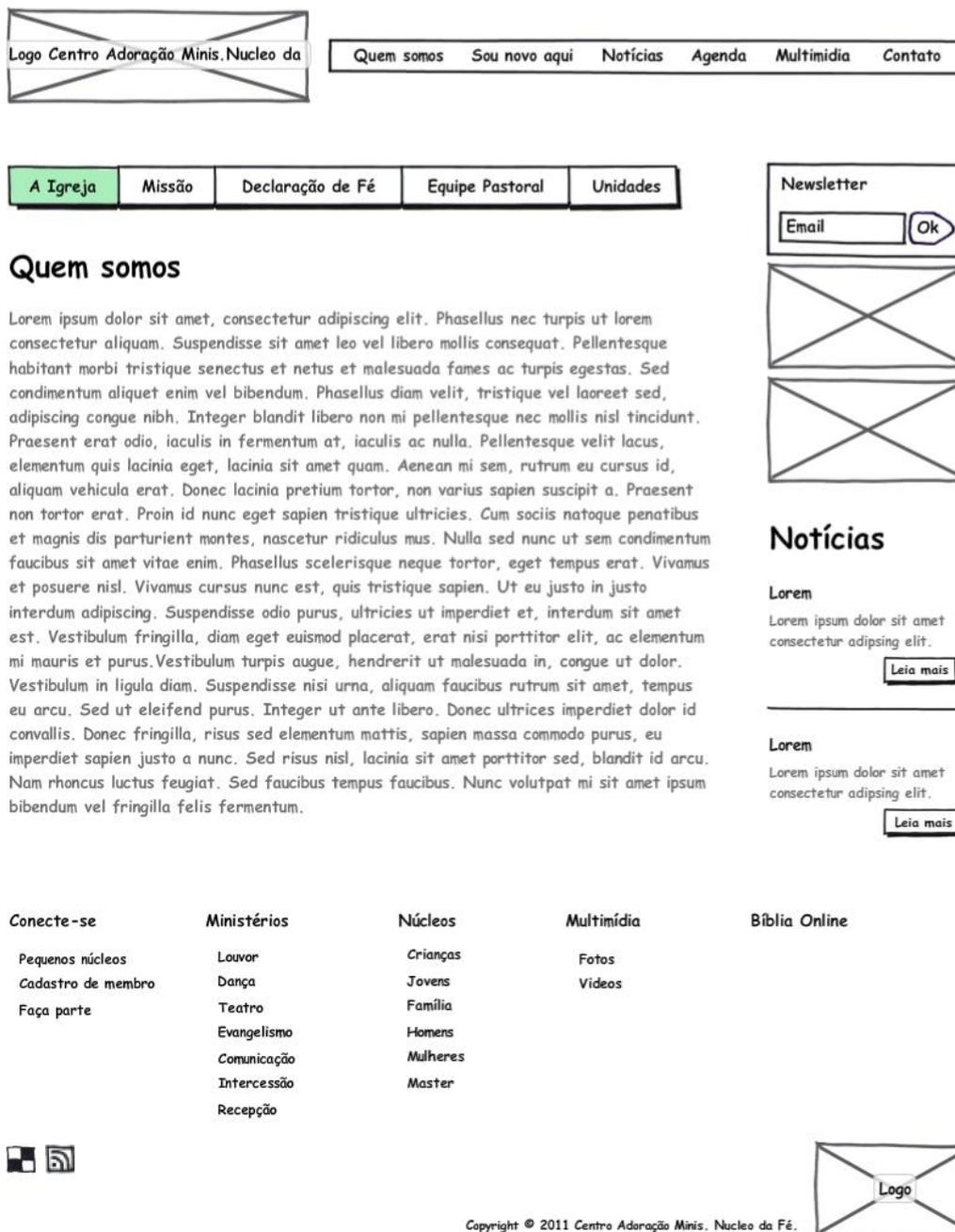


Figura 3 – Wireframe Quartel Design

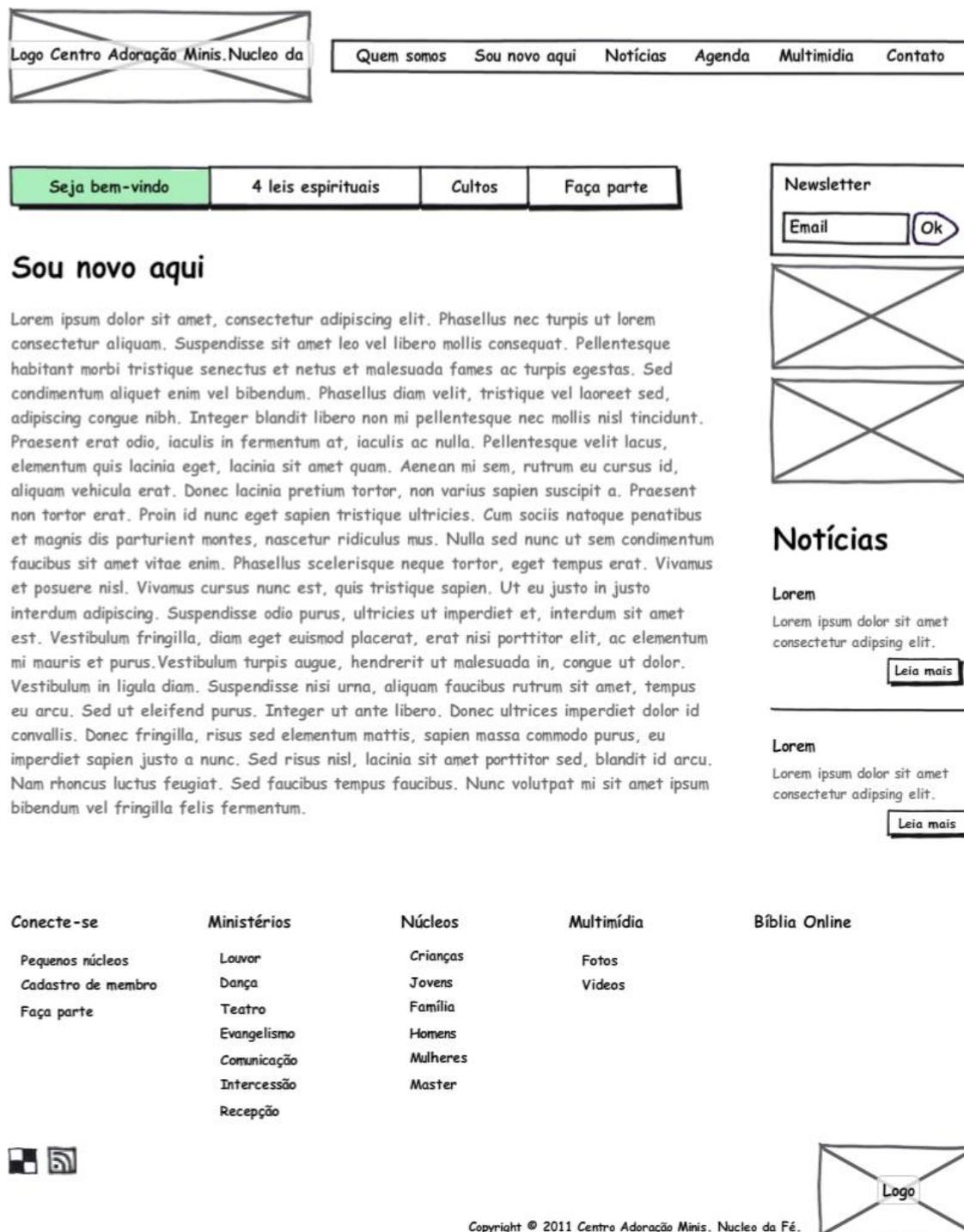


Figura 4 – Wireframe Quartel Design

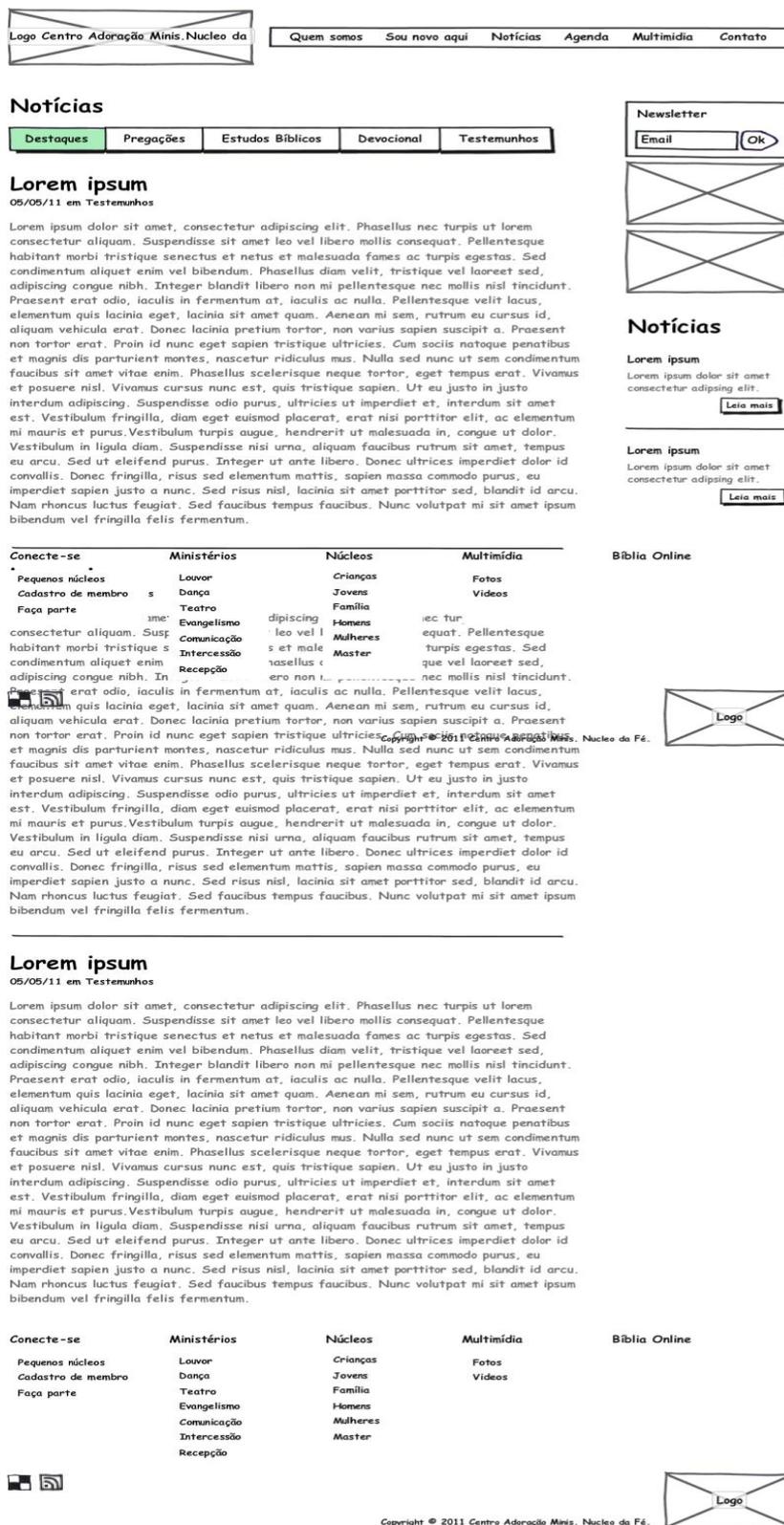


Figura 5 – Wireframe Quartel Design

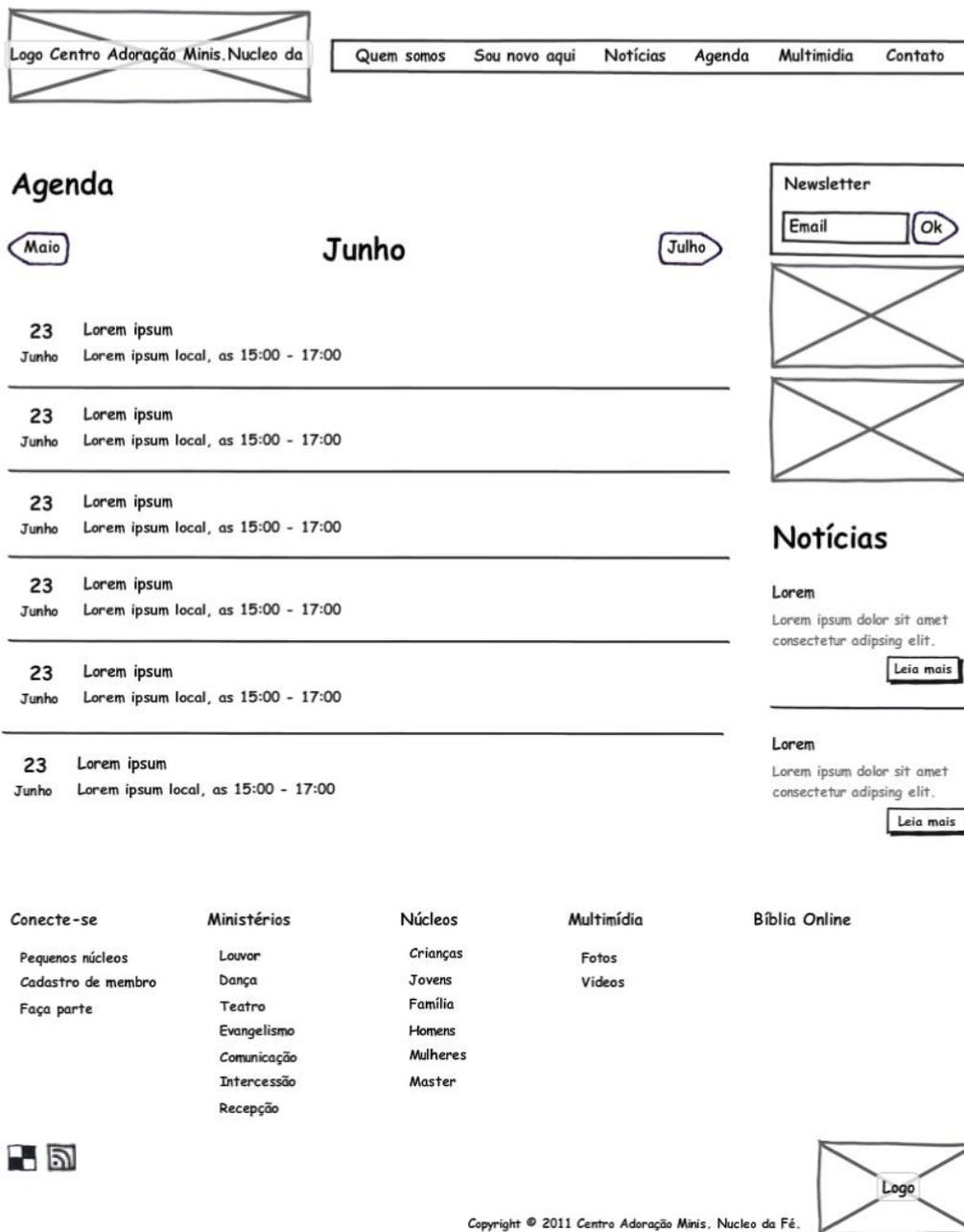


Figura 6 – Wireframe Quartel Design

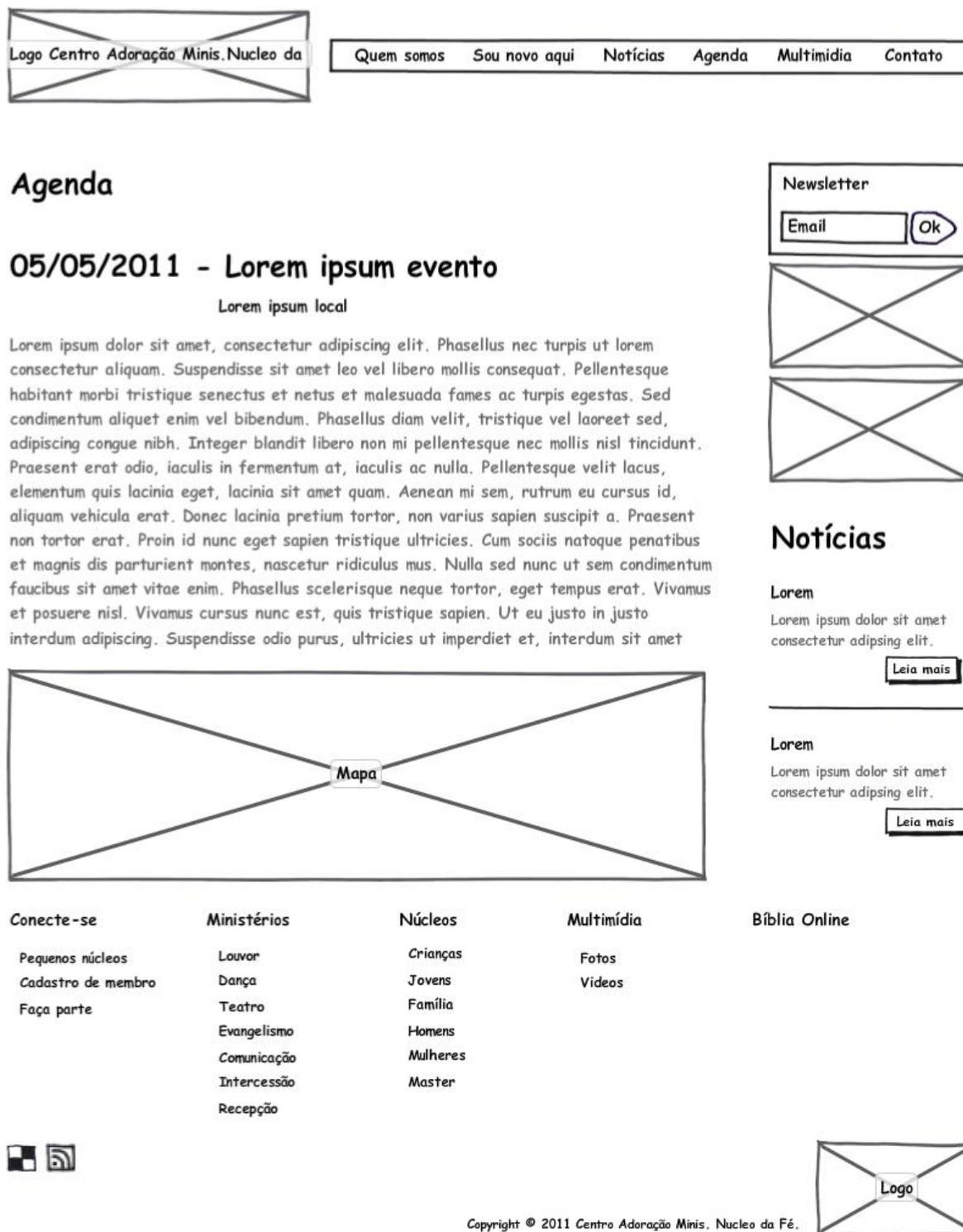


Figura 7 – Wireframe Quartel Design

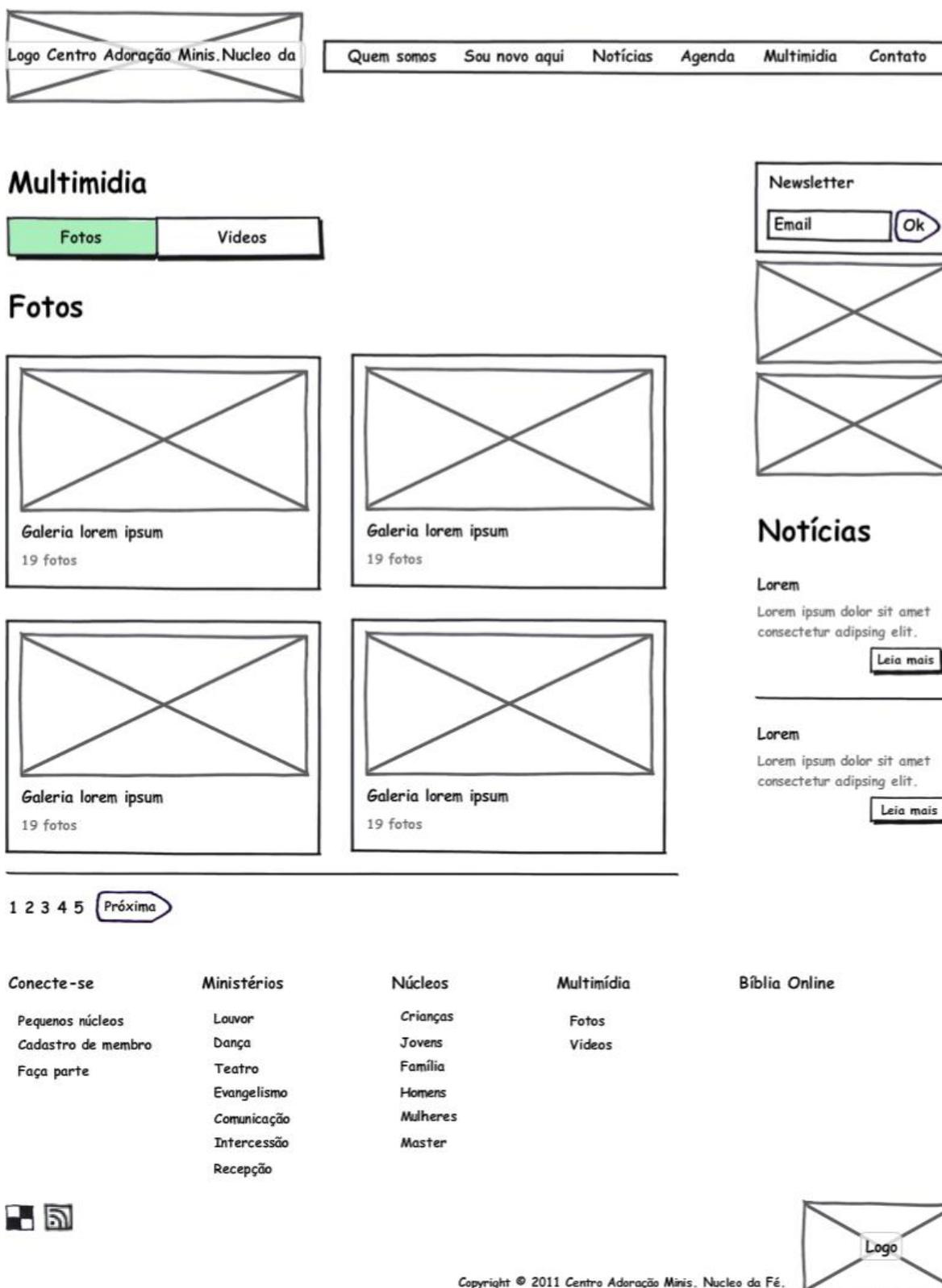


Figura 8 – Wireframe Quartel Design

The wireframe shows a website layout with the following elements:

- Header:** Logo 'Logo Centro Adoração Minis. Nucleo da Fé' on the left and a navigation menu with 'Quem somos', 'Sou novo aqui', 'Notícias', 'Agenda', 'Multimidia', and 'Contato' on the right.
- Secondary Navigation:** Three buttons: 'Fale Conosco' (highlighted in green), 'Como chegar', and 'Pedido de oração'.
- Newsletter:** A form with an 'Email' input field and an 'Ok' button, followed by two placeholder boxes for images.
- Contato Section:**
  - Section title: **Contato**
  - Text: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus nec turpis ut lorem consectetur aliquam. Suspendisse sit amet leo vel libero mollis consequat. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Sed condimentum aliquet enim vel bibendum. Phasellus diam velit, tristique vel laoreet sed, adipiscing congue nibh. Integer blandit libero non mi pellentesque nec mollis nisl tincidunt. Praesent erat odio, iaculis in fermentum at, iaculis ac nulla. Pellentesque velit lacus,
  - Form fields: 'Nome', 'Email', 'Telefone', and a large 'Mensagem' text area.
  - Buttons: 'Enviar' at the bottom right of the contact form.
- Notícias Section:**
  - Section title: **Notícias**
  - Text: Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.
  - Buttons: 'Leia mais' (two instances).
- Footer:**
  - Columns: 'Conecte-se', 'Ministérios', 'Núcleos', 'Multimídia', and 'Bíblia Online'.
  - Links under 'Conecte-se': Pequenos núcleos, Cadastro de membro, Faça parte.
  - Links under 'Ministérios': Louvor, Dança, Teatro, Evangelismo, Comunicação, Intercessão, Recepção.
  - Links under 'Núcleos': Crianças, Jovens, Família, Homens, Mulheres, Master.
  - Links under 'Multimídia': Fotos, Videos.
  - Logo: 'Logo' in a box.
  - Copyright: © 2011 Centro Adoração Minis. Nucleo da Fé.
  - Icons: Social media icons (Facebook, RSS) on the left.

Figura 9 – Revisão pela autora do wireframe da Quartel Design

**Logo Centro Adoração Minis. Núcleo do** | Quem somos | Sou novo aqui | Notícias | Agenda | Multimídia | Contato

**Obs 1 -** Adicionar Slogan: Aqui você será amado

**Obs 2 -** Adicionar os ícones das redes sociais acima da agenda.  
- Youtube  
- Facebook  
- Twitter  
- Flickr

**Eventos**

23 Junho 15:00 - 17:00  
23 Junho 15:00 - 17:00  
23 Junho 15:00 - 17:00

**Notícias**

**Notícia 1:** Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse libero libero, aliquet eget suscipit et, suscipit id lectus. 05/05/2011 [Leia mais](#)

**Notícia 2:** Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse libero libero, aliquet eget suscipit et, suscipit id lectus. 05/05/2011 [Leia mais](#)

**Fotos**

**Devocional**

**Obs 5 -** As fotos não ficaram bem posicionadas nesse lugar

**Newsletter** Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Email

**Testemunho**

Per Lorem ipsum

**Envie o seu**

Nome   
Email   
Testemunho

**Obs 3 -** A newsletter pode ser bem menor

**Obs 4 -** O campo do testemunho deve ser bem menor, semelhante ao devocional. O formulário Envie o Seu só deve aparecer nas páginas internas

**Obs 6 -** Nesse espaço repetir o Menu Contatos.

Conecte-se	Ministérios	Núcleos	Multimídia	Bíblia Online
Pequenos núcleos	Louvor	Crianças	Fotos	<b>Obs 9 -</b> Faltou Enquete, Campo de pesquisa/ busca
Cadastro de membro	Batista	Jovens	Vídeos	
Faça parte	Teatro	Família		
	Evangelismo	Homens		
	Comunicação	Mulheres		
	Deferência	Master		

**Obs 7 -** Esses ícones devem ser reassaltados - repetir na parte superior ou ampliar

**Obs 8 -** Não abreviar o nome da igreja

**Obs 9 -** Faltou Enquete, Campo de pesquisa/ busca

Login para usuários restritos

Copyright © 2013 Centro Adoração Minis. Núcleo do FE.

Figura 10 – Revisão pela autora do *wireframe* da Quartel Design

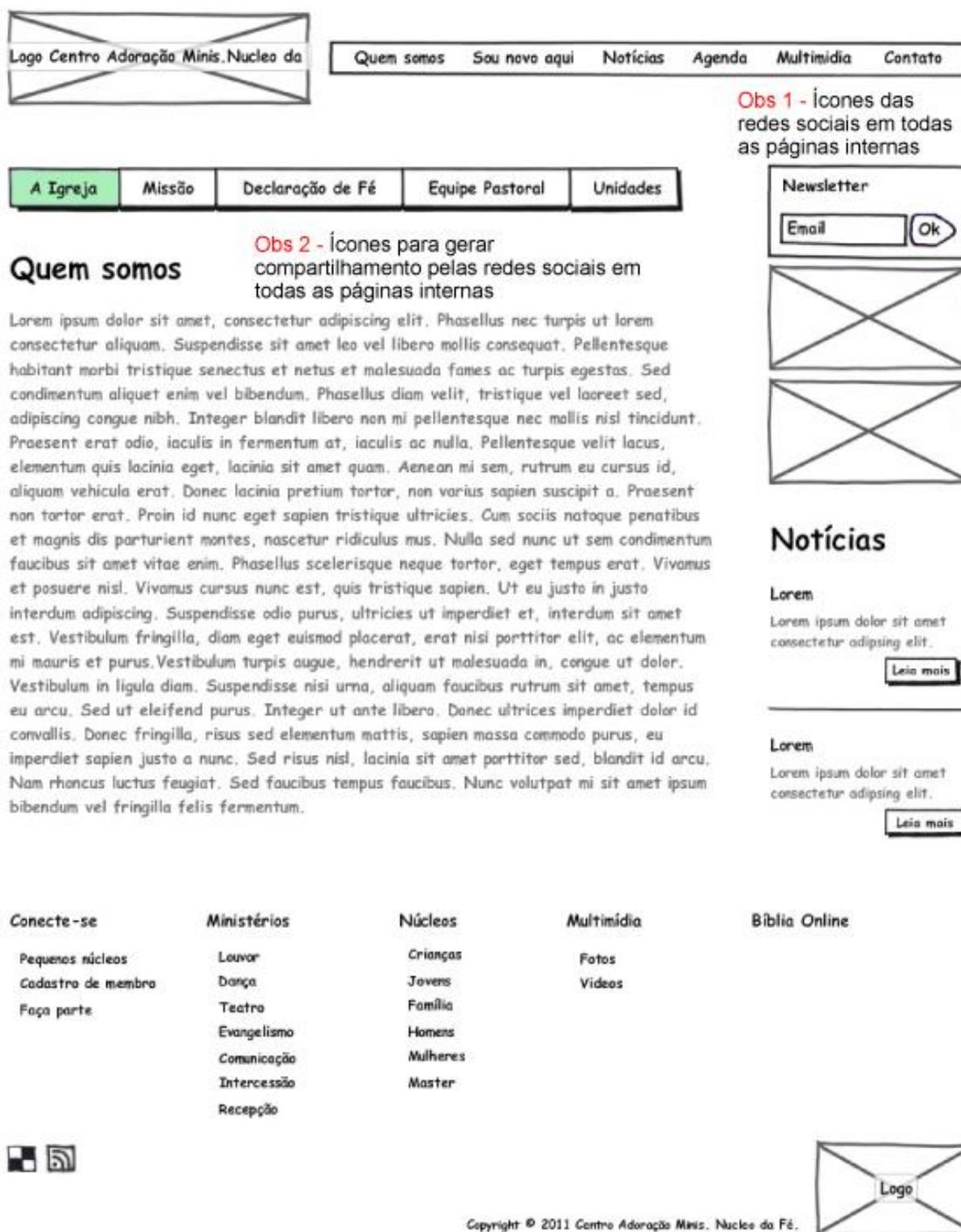
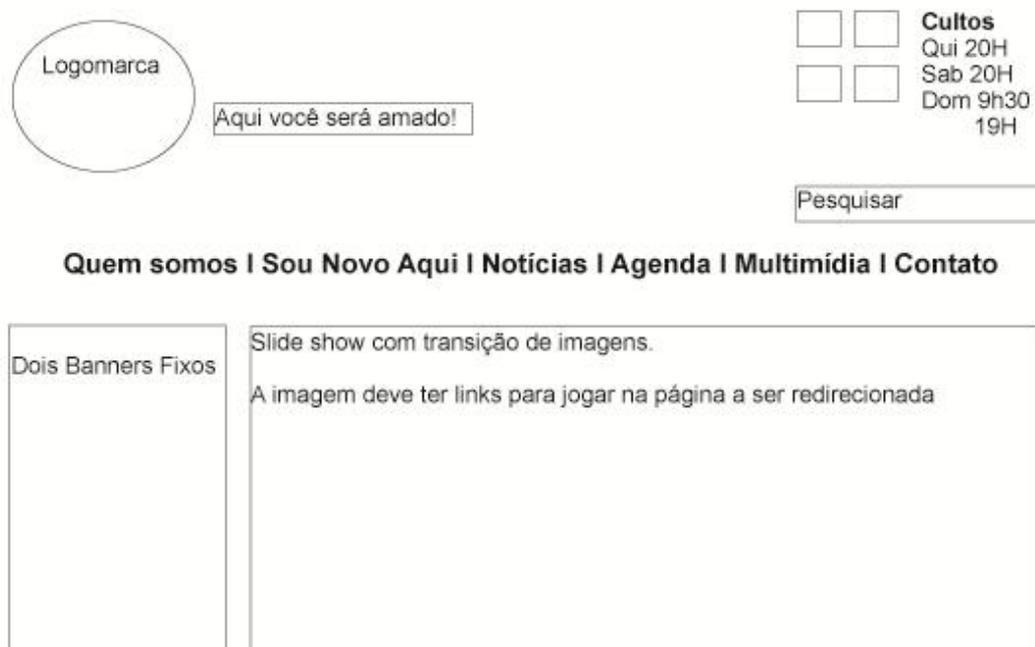


Figura 11 – Wireframe elaborado pela autora



DESTAQUES: exibir os últimos 4 post de blog  
 DEVOCIONAL: exibir 1 post de blog  
 TESTEMUNHO: exibir 1 post de blog  
 NEWSLETTER: mini formulário com nome e e-mail para cadastro em banco de dados  
 ENQUETE: aplicativo que permite ao usuário votar entre as opções e depois conferir o resultado da votação  
 BÍBLIA ONLINE:  
 APLICATIVO DE FACEBOOK: exibe de 1 a 3 das últimas mensagens postadas

**Conecte-se**

Pequenos Núcleos  
 Cadastro de Membros  
 Faça Parte

**| Ministérios | Núcleos**

Louvor  
 Dança  
 Teatro  
 Comunicação  
 Evangelismo  
 Intercessão  
 Recepção

Crianças  
 Jovens  
 Homens  
 Mulheres  
 Família  
 Master

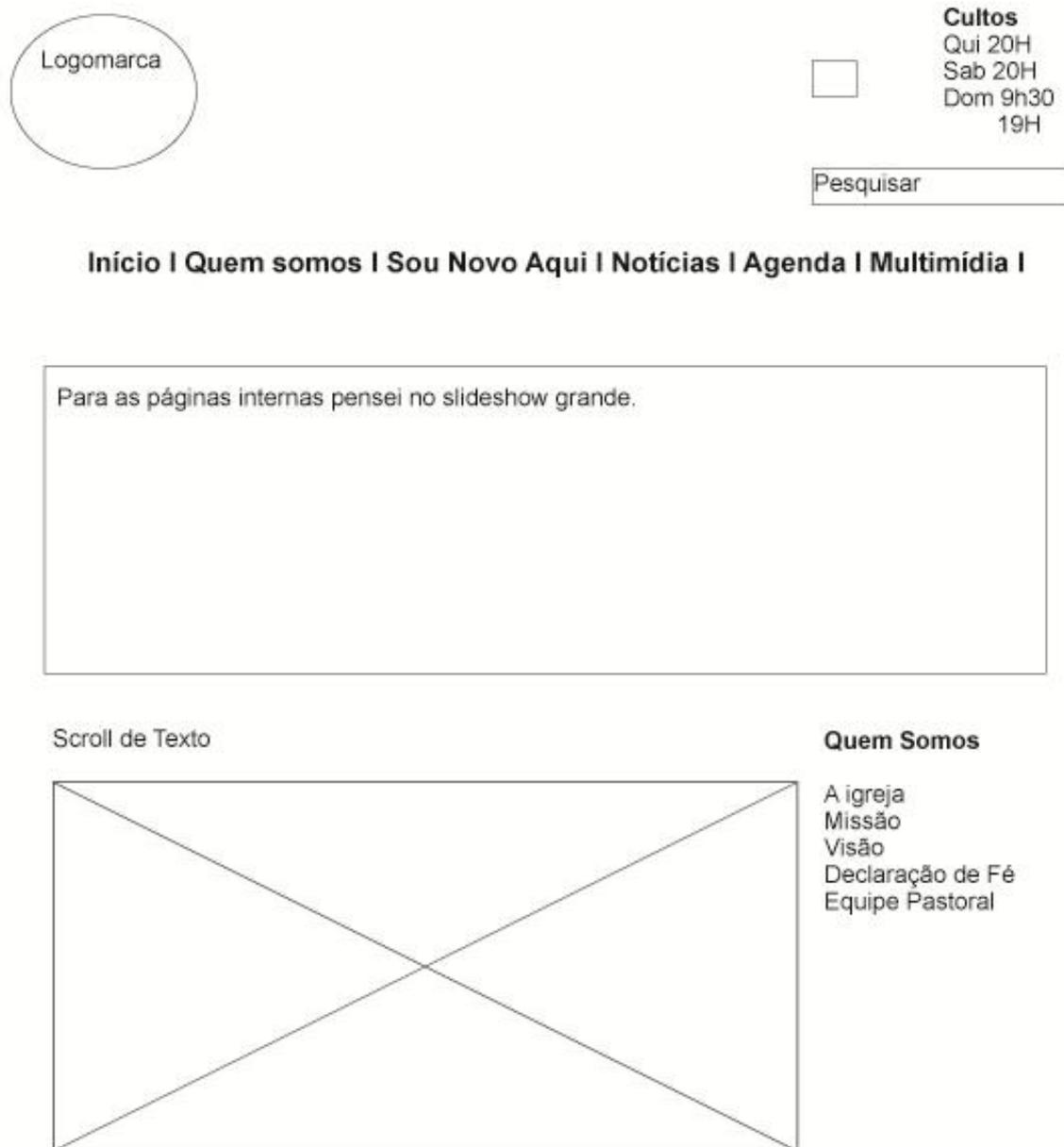
**| Multimídia**

Culto ao Vivo  
 TV Web  
 Rádio  
 Fotos  
 Jornal

**| Contato**

(61) 3386.2122  
 SIBS, Quadra 02,  
 Área Especial 02  
 Núcleo Bandeirante  
 - Brasília DF

Figura 12 – *Wireframe* elaborado pela autora



Essa foi a estrutura básica que pensei para as páginas internas. Mantem o cabeçalho e o menu superior.

O Slideshow é ampliado. Sempre haverá o Scroll de texto e o menu lateral, de acordo com cada área. Para o Menu inferior as páginas também serão da mesma forma.

A exceção fica para a página de multimídia, que pensei em algo semelhante ao que é encontrado no site: [www.ministériodafe.com.br](http://www.ministériodafe.com.br).

Quanto ao menu inferior da página principal, acho também deve ser mantido nas páginas internas. Só que ainda não tenho isso definido.

Briefing – Quartel Design

## MAPA DO SITE

Belo Horizonte, 02 de Junho de 2011

## SITE : NÚCLEO DA FÉ – BRASIL

### HOME

- **Banner rotativo** : espaço para até 5 imagens
- Obs. 1: além das imagens mudarem automaticamente, é importante que tenha algum dispositivo para que a pessoa possa mudar a imagem (ex: uma seta, preferencialmente dentro do próprio banner)
- Obs 2: o banner não deve se estender de um lado ao outro, deve ser menor . Ex: sites Diante do Trono e Adoração Profética
- Obs: Ao lado do Banner rotativo, espaço para 2 banners fixo
- **Agenda de eventos:** exibe últimos 2 eventos postados na agenda
- **Slider de fotos:** Exibe as fotos randomicas contidas na galeria de fotos.
- **Destaques:** exibe últimos 4 post de blog
- **Devocional:** exibe 1 post de blog
- **Testemunho:** página de texto estático com formulário para novos testemunhos. Exibe 1 post de blog
- **Ícones rede sociais** : exibe o ícone linkado a rede social

Obs: conforme o modelo que passei, os ícones devem ficar na parte superior do site – também podem estar no rodapé

- **Newsletter:** Mini - Formulário com nome e e-mail para cadastro em banco de dados. –
- **Enquete:** aplicativo que permite ao usuário votar entre as opções e depois conferir o resultado da votação
- **Aplicativo de Facebook:** Exibição de últimas 1 a 3 mensagens postadas
- **Bíblia Online** – se possível, pois não havia sido especificado anteriormente

#### **MENU Principal Superior**

- **Quem Somos:** página estática para texto. Espaço lateral direito para exibir filtro de busca dos arquivos, banner fixo e 2 ou 3 últimos posts de blog (Destaques)
- Obs: Esse menu se desdobra nas seguintes categorias: A Igreja; Missão; Declaração de Fé; Equipe Pastoral; Unidades
- **Sou Novo Aqui:** página estática para texto. Espaço lateral direito para exibir filtro de busca dos arquivos, banner fixo e 2 ou 3 últimos posts de blog (Destaques)
- Obs: Esse menu se desdobra nas seguintes categorias: Seja bem-vindo; 4 leis espirituais; Cultos; Faça Parte – Esta última categoria (faça parte) deve ser um formulário com os campos Nome, email, Telefone, Mensagem, botão enviar – envio para email do cliente.
- **Notícias:** exibe 3 posts de blog organizados por arquivo por mês automaticamente. Espaço lateral direito para exibir filtro de busca dos arquivos, banner fixo e 2 ou 3 últimos posts de blog (Destaques)
- Obs: Esse menu se desdobra nas seguintes categorias:

Destaques; Pregações; Estudos Bíblicos ; Devocional e Testemunhos

- Obs: todas as notícias devem ter ferramentas para compartilhar pelas redes e pelo email
- **Agenda:** Exibe eventos em calendário organizado por Mês com campos: Nome, Data, Local, Hora, Endereço, detalhes, mapa google maps.

Obs: Permitir compartilhamento pelas redes sociais e pelo email

Exemplo de modelo: <http://www.hillsong.co.uk/whats-on>

- **Contato:** Se desdobra nas seguintes categorias:
- Fale Conosco: Página com formulário de contato com os campos Nome, Email, Telefone, Mensagem, botão enviar - para email do cliente . Obs: exibir também texto com nosso telefone e email, caso a pessoa não queira utilizar o formulário do site.
- Como Chegar: endereço e mapa das duas igrejas e da chácara
- Pedido de Oração: Formulário de contato com os campos Nome, Email, Telefone, Mensagem, botão enviar - para email do cliente

### **MENU Principal Inferior**

- **Conecte-se:** página estática para texto. . Espaço lateral direito para exibir filtro de busca dos arquivos, banner fixo e 2 ou 3 últimos posts de blog (Destaques)
- Se desdobra nas seguintes categorias:
- Pequenos Núcleos: espaço para pequeno texto fixo explicando o que é um Pequeno Núcleo e abaixo exibe ferramenta de busca de Núcleos (células) Exemplo:< <http://www.boladeneve.com/celulas>>  
Os campos desse formulário devem ser Cidades (cidades de Brasília); Categorias (Crianças, Adolescentes, Jovens Mulheres, Jovens Homens, Mulheres, Homens, Casais, Master);

- Cadastro de membro: formulário com os campos Nome; Sexo; Estado Civil; Nome do Cônjuge; Profissão; Naturalidade/UF; Data de aniversário; End. Completo; Cidade/UF; Telefone 1, Telefone 2 e Celular; E-mail; Desde qual ano está na igreja; Nome do seu Líder de Núcleo; botão de envio - envio para email do cliente
- Faça Parte –Pequenos espaço para texto e em seguida formulário com os campos Nome, email, Telefone, Mensagem, botão enviar – envio para email do cliente. (esse é o mesmo formulário contido no menu superior Sou Novo Aqui na categoria Faça Parte)
- **Ministérios:** página estática para texto. . Espaço lateral direito para exibir filtro de busca dos arquivos, banner fixo e 2 ou 3 últimos posts de blog (Destaques)
- Esse menu se desdobra nas seguintes categorias: Louvor; Dança; Teatro; Evangelismo; Comunicação; Intercessão; Recepção. Cada uma dessas categorias subdividem-se em : O que é; Faça Parte
- **Núcleos:** página estática para texto. Espaço lateral esquerdo para exibir filtro de busca dos arquivos galeria, banner estático e 2 posts de blog de destaques.
- Esse menu se desdobra nas seguintes categorias: Crianças; Jovens; Família; Homens; Mulheres; Master. Cada uma dessas categorias subdividem-se em: O que é; Faça Parte
- **Multimídia:** Espaço diferenciado do site, com layout próprio, englobando nessa página todas as categorias multimídia. São elas (ex: [www.ministeriodafe.com.br](http://www.ministeriodafe.com.br)) :
- Culto Ao Vivo: Player Principal maior, outros vídeos menores embaixo. Vídeos puxados do canal ou favorito de um usuário do youtube. Ao lado deve ter um pequeno espaço de texto para descrever o vídeo e abaixo conter formulário com pedido de oração com os campos Nome; Email; Telefone; Mensagem; Botão Enviar – envio para email do cliente

- Quando não há culto ao vivo, o usuário escolhe assistir os arquivos de vídeo disponíveis
  
- TV Web: Player Principal maior, outros vídeos menores embaixo. Vídeos puxados do canal ou favorito de um usuário do youtube. Ao lado deve ter um pequeno espaço de texto para descrever o vídeo e abaixo conter formulário com pedido de oração com os campos Nome; Email; Telefone; Mensagem; Botão Enviar – envio para email do cliente
  
- Rádio Web: player de música com opção para que o cliente coloque músicas a serem selecionadas
  
- Fotos: Espaço para galeria de fotos. Exibir Filtro de busca por eventos
  
- Jornal O verbo: Colocar a versão em PDF dos jornais impressos e possibilidade para fazer download

**\*\*\*Favor definir o que preferem em cada página interna no espaço lateral:**

- Exibir Filtro de busca dos arquivos
- Exibir Banner Fixo
- Exibir 2 ou 3 post do Destaque

**Observação:**

**\*havendo necessidade de trocar algum link ou trocar o posicionamento, ordem do conteúdo entre outras sugestões favor nos informar.**

## Mapa do Site – Quartel Design

**BRIEFING**

Belo Horizonte, 02 de Junho de 2011

**INFORMAÇÕES PARA DESENVOLVIMENTO WEBSITE**

Este *briefing* é para tentarmos captar a idéia do cliente, conhecendo mais o seu trabalho, e assim conseguirmos chegar o mais próximo possível na representação da sua identidade.

TÓPICOS	RESPOSTA
<b>Objetivo do site</b>	<p>1° - Ser o canal informativo / cartão de visitas entre a Instituição e as pessoas que ainda não são membros.</p> <p>2° - Ser o canal de conexão entre a Igreja e seus membros, para informar sobre as suas atividades, fornecer conteúdos e propor uma solução online para cadastros e inscrições desses membros.</p>
<b>Público do site</b>	<p>1° - Não membros</p> <p>2° - Membros e Líderes</p>
<b>Preferência ao uso de alguma Cor?</b>	<p><i>Sugiro azul e vermelho - um vermelho tendendo para o rosa ou algo do tipo.</i></p> <p><i>Sugestões de sites que acho</i></p>

	<p><i>interessantes quanto ao uso de cores:</i></p> <p><a href="http://dtoficial.com/coberturacongresso2011/">http://dtoficial.com/coberturacongresso2011/</a></p> <p><a href="http://jeremycampgoiania.com.br/">http://jeremycampgoiania.com.br/</a></p>
<b>Estilo da arte?</b>	<i>Jovem, alegre, dinâmico, casual, contemporâneo</i>
<b>Uso de alguma imagem/foto específica?</b>	<p><i>Não pensamos em foto para a home. Pensamos em algo estilizado como nos sites:</i></p> <p><a href="http://www.diantedotrono.com.br">http://www.diantedotrono.com.br</a></p> <p><a href="http://adoracaoprofetica.com.br/">http://adoracaoprofetica.com.br/</a></p>
<b>Cite alguns sites para referência:</b>	<p><a href="http://www.ministeriodafe.com.br">www.ministeriodafe.com.br</a></p> <p><a href="http://www.diantedotrono.com.br">www.diantedotrono.com.br</a></p> <p><a href="http://adoracaoprofetica.com.br/">http://adoracaoprofetica.com.br/</a></p>
<b>Sites online que goste:</b>	<p><a href="http://www.hillsong.co.uk/">www.hillsong.co.uk/</a></p> <p><a href="http://www.nestle.com.br">www.nestle.com.br</a></p>
<b>Observações adicionais:</b>	<p>Encaminho em anexo um esboço de como penso a distribuição de informações no site.</p> <p>Encaminho em anexo também o recorte de parte de layouts e de funcionalidades pesquisas como modelo a ser utilizado.</p>

	<p>Acho interessante o uso de películas em algumas partes da página, como acontece na galeria de fotos nesse site :</p> <p><a href="http://dtoficial.com/coberturacongresso2011/">http://dtoficial.com/coberturacongresso2011/</a></p>
--	--

## APÊNDICE 3 – Pesquisa 1 com dirigentes

### Entrevista Prs. Anne e Alex – 14/05/11

- **História da Igreja**

Alguns amigos se reuniram na casa de meus pais sem a intenção de formar uma igreja. E aos poucos foi crescendo e surgiu a necessidade de formar uma igreja. Não havia a intenção de formar uma igreja.

Quando já não cabia mais na casa, eles passaram a se reunir em uma sala da Academia Peixoto. Pouco tempo depois, o local já não seria mais suficiente para comportar as pessoas, e foi quando eles conseguiram autorização para se reunir no salão de eventos do CNB. Nesse tempo a igreja começou a ser conhecida no Núcleo Bandeirante e o número de membros foi crescendo ainda mais.

Foi então que alugaram seu prédio alugado, que ficava no fim do bandeirante, ao lado do Big Box. Lá que foi chamado de igreja rosa, porque a pintura era dessa cor. Depois mudaram-se novamente para um galpão no fim do Núcleo Bandeirante, que era maior. Contudo, após pouco tempo, uma outra oportunidade mudaram-se novamente para melhor, onde ficaram até antes de mudar-se para o atual templo. Foram mais de seis anos nesse tempo.

Quando a igreja adquiriu o lote onde fica o atual templo, essa região no Núcleo Bandeirante (SIBS) ainda era muito baldia. Havia poucas construções na localidade, era uma zona ainda mais forte de prostituição, e muita mata ao redor de tudo.

Após um tempo, conseguiram reunir recursos para fazer a construção. Esse foi um período muito marcante, porque os desafios financeiros eram muito grandes e o aluguel pago na loja em que estavam era muito caro.

Foi a primeira vez que a igreja se uniu em um voto comum. As mulheres fizeram um voto de não comer açúcar e os homens raspavam a cabeça. Foi um milagre financeiro e toda a construção aconteceu rapidamente.

Quando mudamos da igreja antiga também foi um momento profético, que meu pai chamou de Gilgal. Estávamos

Nossa primeira reunião aqui o chão ainda estava na terra vermelha.

Realizamos nossa primeira reunião aqui e meus avós estavam presentes. Mas logo após isso, minha avó teve um derrame. Na nossa família foi um momento muito difícil também, porque minha avó teve um derrame e ficou em coma.

Em agosto de 2001 foi a inauguração oficial. Entramos ainda com o chão na terra e aos poucos fomos crescendo. Primeiro conseguimos colocar um carpete. Depois tivemos desafios para colocar o piso, o ar condicionado, para construir a parte administrativa.

E não paramos por aí. Até porque atualmente o templo já está quase no limite do que suportamos, porque nosso templo cabem 1.200 pessoas sentadas e isso já é pequeno para nós. E nossa idéia é de que em 10 anos já estejamos em um local bem maior. o nosso objetivo não é realizar vários cultos ao longo do dia, mas sim ter um local que caiba mais pessoas.

- **Visão de Futuro**

O pastor presidente tem sempre uma visão à frente. Podemos ver o quanto a igreja cresceu nesse tempo. Desde que saímos de dentro do Núcleo Bandeirante, patrimonialmente já crescemos bastante. Adquirimos um lote na Arniqueira, onde está a nova igreja. Já temos um outro lote aqui no SIBS, adquirimos o lote onde atualmente funciona a chácara do Jardim Ingá.

Nossa visão de futuro é crescer mas sem perder a característica de proximidade, que os membros podem ter contato com os pastores. A proximidade entre os membros, entre os membros e os pastores ...

Hoje ainda não pensamos em abrir trabalhos em outras cidades. Por enquanto queremos crescer dentro da nossa igreja. Ampliar nosso templo. E acreditamos que futuramente precisaremos abrir igrejas em outras cidades. Mas pretendemos abrir somente quando surgir a necessidade.

Nosso objetivo é ter algumas igrejas maiores. Ou seja, ter um templo grande que atenda a população próxima, ex: atender band ....

- **Características da Igreja**

Temos uma igreja calorosa quanto ao relacionamento entre os membros. É uma igreja envolvente. É uma igreja caracterizada pela liberdade em sua maneira de se relacionar com Deus, e isso é percebido ao longo dos cultos, com o envolvimento das pessoas.

O louvor sempre foi um diferencial na história da igreja. O ministério busca ter uma boa qualidade técnica aliada à uma equipe que busca a unção de Deus. A igreja se envolve bastante no louvor. Muitas pessoas escolheram estar na igreja por causa do louvor, outras pessoas entregaram sua vida a Cristo por serem tocadas pela mensagem transmitida no louvor.

Outra característica é ser uma igreja ousada e que inova na sua maneira de levar a palavra de Deus. Há cerca de 10 anos atrás, colocamos um trio elétrico na rua, em frente a igreja, e fizemos uma mistura de rock com louvor. Fazíamos marcha no Núcleo Bandeirante. Fizemos festas dentro da igreja com iluminação, jogos de luz, música eletrônica. Nessa época, nenhuma igreja se utilizava dessas estratégias. Fomos a primeira igreja em fazer festa country, estilo festa junina. Nessa época isso também era muito tabu, por ser identificado com as festas juninas da igreja católica.

Além disso, estamos aqui para aceitar que as pessoas venham do jeito que elas não. Isso porque entendemos que não é a vestimenta, uma tatuagem ou piercing que demonstra o coração de uma pessoa. Não queremos regras, preconceitos ou tabus que afastem as pessoas de dentro da igreja.

- **Como a igreja funciona**

A igreja é estruturada em ministério: casais, master, jovens, crianças, homens, louvor, dança, teatro, comunicação, evangelismo. Ainda está sendo formado o ministério de adolescentes.

Essas são as engrenagens que fazem a igreja funcionar.

Temos os cultos às quintas, sábados, domingos e segunda-feira.

Anualmente temos os encontros com Deus, que acontecem duas vezes por ano. há também, o reencontro, encontro de levitas, encontro de crianças, colônia de férias, operação criança de natale festividades de fim de ano, aniversário núcleo da fé, festa country, outubro ou novembro.

os principais são o acampamento de jovens, que acontece durante a semana do carnaval; o aniversário da igreja, em julho, com uma semana de comemoração; a festa country, por volta .

- **Doutrina e regras da instituição**

Em todo lugar existem regras, a diferença é como elas são colocadas. Nossos somos cristãos protestantes e nos baseamos na interpretação da bíblia conforme ela foi ensinada e vivida por Jesus Cristo. Por isso entendemos que existem sim princípios a serem seguidos, mas eles devem ser ensinados com amor. Um grande exemplo está disso está em João 8, quando uma mulher é pega em adultério e levam-na até Jesus para o interrogarem sobre o que fazer. Apesar de saber que pela lei aquela mulher poderia ser apedrejada, Jesus Cristo respondeu que aquele que não tivesse pecado atirasse a primeira pedra. Logo depois o Senhor disse àquela mulher que a perdoava e que ela prosseguisse e não pecasse mais. Por esse e outros ensinamento, nós defendemos que existem princípios bíblicos a serem seguidos, mas que eles devem ser passados com amor. Acreditamos também que nenhuma pessoa deve ser expulsa da congregação cometido algum pecado, como uma gravidez antes do casamento. A igreja deve ser o lugar de acolhimento nas horas de dificuldade. Entendemos que estamos aqui para acolher e também para ensinar a essas pessoas que elas devem viver dentre os princípios do cristãos.

Acreditamos que a pessoas devem vir da maneira como estão, e que ao longo do caminhar dentro da igreja vão aprender os princípios que a bíblia ensina e aos poucos vai ser convencida de que a maneira bíblica é o melhor padrão para viver, porque são princípio saudáveis que Deus nos ensina.

Tudo isso é aprendido nos cultos, nas células por permitir um contato mais individualizado e também na escola de líderes que agora está em um momento de reformulação.

Um ponto marcante na doutrina é que o batismo acontece apenas na idade que o indivíduo já tem discernimento para entender o que é pecado. Isso porque batismo significa aceitação de uma nova vida, o que implica em arrependimento de velhas práticas. O batismo acontece com a imersão nas águas, ato simbólico em que a pessoa expressa ao descer às águas que morreu para as velhas práticas, e ao submergir que nasce para a nova vida em Cristo. Esse é o batismo contido na bíblia. É assim que Jesus Cristo foi batizado, assim que Ele e seus discípulos batizavam também.

Em consequência disso, as crianças não são batizadas, e sim apresentadas na igreja, da mesma forma que aconteceu com Jesus. Por esse motivo, todo segundo domingo do mês, alguns minutos do culto são separados para que sejam apresentadas novas crianças. Assim, os pais levam seus filhos no altar e os pastores oram por essas crianças, abençoadas e consagrando suas vidas ao Senhor. Isso também é o que aconteceu com Jesus. Ele foi apresentado no Templo.

Outro ponto importante é que acreditamos que a única coisa que permite a salvação é graça de Deus. Muitos acreditam que é preciso ser batizado para ser salvo. Mas aqueles dois ladrões, um deles foi salvo sem ter sido batizado.

Outro ponto importante é a santa ceia. Esse momento é algo feito em memória de Jesus Cristo. É um ato de comunhão que celebra a nova aliança, ou seja, a morte de Jesus Cristo.

Todas essas formalidades são simbolismos de algo que aconteceu dentro do coração daquele que aceita Jesus. Se a verdadeira transformação não tiver ocorrido no coração, isso não terá valor. Mas nada disso, é requisito para a salvação.

- **Pessoas marcantes na história da igreja**

Uma pessoa marcante na história da igreja. Foi a dona Reth, avó do pastor Wilbert. Ela foi fundamental. Algumas outras pessoas que estão desde o começo da igreja. Como o Alcimar, O Marcelo Peixoto, a Nívea e o Nassif.

Outro ponto marcante foi o ano de 2007, quando aconteceu a consagração dos novos pastores.

- **Escolha da liderança**

A escolha da liderança é algo que acontece naturalmente.

A escolha da liderança é um processo natural dentro da igreja. Alguns pontos em comum: o compromisso com Deus, um compromisso com a liderança.

Entendemos que o líder deve ter em sua vida as características que estão contidas em Timóteo. Isso porque entendemos que o líder deve ser um modelo, um exemplo para os demais. Por isso, o padrão bíblico é tão valorizado.

Na época da ordenação pastoral, por exemplo, os líderes passaram por reunião com os pastores presidentes para refletir em cima desse texto.

- **Perfil dos membros**

A classe social é bastante característica da localidade. São pessoas de classe média, predominantemente. Há o entendimento e a valorização de que as pessoas cresçam em sua vida profissional, financeira.

É uma igreja predominantemente de jovens. Não que seja uma faixa etária de 18 a 25 anos. Pessoas mais idosas costumam não ficar na igreja. A maioria dos idosos são pessoas que envelheceram dentro da própria igreja. Não atrair pessoas de muitas idades. É uma igreja de muita família.

- **Pontos Fortes**

A localização é privilegiado, já que fica de frente a BR do Núcleo Bandeirante. A visão é privilegiada e há grande fluxo em frente a instituição. Muitas pessoas congregam hoje por passarem em frente e decidirem conhecer.

Outro ponto forte mencionado é o pastor presidente. Isso porque toda a equipe considera que ele tem boa oratória, uma pregação dinâmica e uma maneira de viver que é tida como referencial. A pastora é tida como pessoa que sustenta o pastor, que consegue perceber os detalhes na igreja a serem aperfeiçoados.

Outra coisa é que os membros são muito envolvidos e trabalham para concretizar os objetivos propostos. Por ser uma igreja jovem, as idéias são aceitas com mais facilidade.

Outra coisa é que a igreja tem sua forma de pensa e valoriza isso. Percebem que muitas outras igreja tem muitos modismos, e que por isso as vezes são muito radicais. A igreja busca ser bem centrada, sem radicalismo em suas imposições para os membros.

Outra coisa é que a imagem da igreja é muito forte, não tendo envolvimento com escândalos. Hoje em dia é muito comum escândalos em, vida de pastores. Uma igreja que não se envolve com política.

A igreja entende que é preciso investir na estrutura física, e por isso se esforça para levantar recursos para que a igreja cresça com qualidade.

- **Pontos Fracos**

Quanto à estrutura física, apesar de estar crescendo, a igreja percebe que existem inúmeros desafios, que atualmente são maiores que os recursos que a igreja dispõe. Os desafios financeiros são positivos porque a igreja está crescendo, mas negativo porque percebe que as necessidades são maiores que o atualmente dá conta.

Outro ponto negativo é que a estrutura de acompanhamento das células apresenta algumas dificuldades. Por um lado é positivo porque permite o acompanhamento dos discípulos, por outro lado as células não têm o acompanhamento com toda a estruturação feita. Isso porque muitas vezes, os líderes de célula nem sempre atualizam o cadastro de suas células. Por isso, pode ser algum membro saia e a igreja não fique ciente no momento por o líder não ter passado a informação para a secretaria da igreja.

- **Pontos Fracos na comunicação**

A igreja percebe que tem muito a melhorar. A marca da instituição ainda não é bem conhecida. Um ponto mais fraco percebido é falta de liderança para esse

ministério. Essa liderança precisa entender da parte técnica, saber coordenar, que tenha uma visão de futuro e que seja aceito pelos liderados.

A estrutura física, equipamentos e espaço já existe, apesar de ser pouco. A igreja está disposta a investir, mas isso precisa estar estruturado primeiro. Existem pessoas que possuem conhecimento na área, mas que estão desestimuladas.

Há boas idéias, mas dificuldade de continuidade do que é iniciado. As atividades precisam ser listadas e uma equipe de colaboradores precisa ser estruturada.

A falha já está detectada. Há muitos membros que querem colaborar, mas que ainda não possuem o conhecimento necessário ou que estão desestimulados a participarem do ministério.

O programa de TV ainda não está no formato que a igreja gostaria. É uma oportunidade que ainda não está sendo bem aproveitada porque não está com a cara que a igreja gostaria que estivesse.

- **Pontos Fortes na comunicação**

Há o programa de TV que já é uma forma de divulgação e que ampliado o número de pessoas que conhecem a igreja e que tem entrado em contato.

Um ponto forte é que a igreja já percebe que há falhas nesse setor e que tem condições de crescer. A igreja está disposta há fazer investimento na área.

Outro ponto forte é que o público principal trabalhado na igreja é composto de pessoas que possuem um amplo acesso à *Internet*. Isso é percebido pela grande circulação e feedback nos emails e flyers virtuais que a igreja envia.

Os equipamentos apesar de não serem os melhores, permitem a igreja possa atuar nisso.

- **Estratégias de divulgação.**

A estratégia comum e rotineira é o evangelismo que os membros fazem para sua vizinha, para os colegas de trabalho, colegas de escola. Além disso, de tempos em tempos a igreja promove campanhas para evangelizar, como a distribuição de DVDs com mensagens evangelísticas.

Além disso, para a maioria dos eventos promovidos pela igreja são produzidos matérias de divulgação, como *f/yers*. Essas matérias são distribuídos aos membros para que estes distribuam para pessoas que gostariam de convidar.

Há também estratégias que são lançadas de tempos em tempos, com uma direção específica dada pela liderança.

Há também o grupo de evangelismo, que atua na cidade, evangelizando nas casas.

## **Entrevista Prs. Ibi e Alice em 14/04/11**

Pr. IBI: eu me converti em 1976 e desde então nós começamos a trabalhar com jovens na cidade. Então eu comecei meu ministério em 1976 e de 1980 a 1981 eu fiquei no seminário.

Prs Ibi e Alice: igreja formalizou-se em julho de 1988. O Ministério Núcleo da Fé é uma igreja neopentecostal. Iniciou-se junto com o movimento de comunidades que surgiu no Brasil na década de 80, foi um mover de restauração do louvor, que enfatizava muito a comunhão entre os irmãos.

O início da igreja foi algo espontâneo com pequenos grupos de amigos se reunindo em nossa casa. Esse grupo de irmãos e amigos freqüentavam montes para orar juntos e buscavam ao Senhor. Aos poucos com o crescimento do grupo foi necessário que as reuniões acontecessem em um novo local. O grupo passou a se reunir em uma sala da Academia Peixoto no Núcleo Bandeirante. O grupo continuou a crescer e mudou-se então para o CNB depois passaram a alugar lojas. Em 1989 foi ordenado pastor.

Pr Ibi: Maiores desafios: Eu considero três coisas e acredito que isso é base até hoje: o desafio na vertical - relacionar-se com Deus. Nós nos baseamos naquela passagem que Deus diz à Moisés “Faz conforme o modelo que você recebeu” e nós buscávamos um modelo bíblico do que Deus queria para a igreja. Depois relacionamento interno – na comunhão dos irmãos. Nós éramos muito entrosados. E por fim, relacionar-se bem com as pessoas de fora .

Pr Ibi: Nós quisemos ter uma igreja que não fosse somente a cara dos evangélicos, o nosso intento é que as pessoas cheguem aqui e possam se sentir bem. Não é uma igreja simplesmente para quem já é evangélico.

Prs. Ibi e Alice: O novo site deve ser informativo, atualizado, conciso, casual, alegre. Consideramos que o site atual é pobre, pouco dinâmico e que não reflete a imagem da igreja. O novo site deve conter: enquete, agenda, notícias, pregações, cultos, arquivos dos Programa Espaço Núcleo da Fé, mapa da igreja e do acampamento, plano salvação. Também deve ser atualizado no mínimo semanalmente.

## APÊNDICE 4 – Pesquisa 2 com dirigentes

Nome: BRUNO TELES

Data de nascimento:  / /  Onde reside: ÁGUAS CLARAS

Email:   Escolaridade: SUPERIOR

Site pessoal:   Há quanto tempo está na igreja:

Cargo/Função que ocupa: ADMINISTRADOR

### Questionário

- Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
Jovem, Dinâmica, Amorosa, Compromissada.
- O que você considera como ponto forte da instituição?  
Liderança, Localização Geográfica, Excelência em suas atividades.
- Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
Agir com maior planejamento prévio
- Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
Ampliar suas unidades / filiais; investir na organização de sua estrutura interna.
- Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
Layout ultrapassado, falta interatividade, melhorar parte multimídia.
- O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
Inscrições pelo site, acesso ao banco de dados, emissão de boleto, atualização de dados dos membros, funcionalidades multimídia (fotos, arquivos de vídeo, áudio), layout mais bonito.

Nome: Adriana Alves Pereira  
 Data de nascimento: 03/10/88 Onde reside: SHA com 4 ch 10 Lt 11 - Aniquera  
 Email: driavess@yahoo.com.br Escolaridade: superior (curso em)  
 Site pessoal: \_\_\_\_\_ Há quanto tempo está na igreja: 14 anos  
 Cargo/Função que ocupa: Líder de dança

#### Questionário

- Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
o mnt é uma igreja de laços: laços familiares, laços de amizade. Uma igreja acolhedora, unida e amável.
- O que você considera como ponto forte da instituição?  
a unidade. ainda que seja visível vários "grupinhos" dentro da igreja, esses grupinhos se relacionam entre si de forma igualar o corpo.
- Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
creio que poderíamos investir mais em nossos lideranças, capacitá-las melhor para termos discípulos melhores.
- Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
Evangelismo. Investir forte em materiais, estudos, eventos. Vidas para igreja crescer.
- Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
Falta de atualizações regulares e em atendimento de líderes.
- O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
Atualização da vida proclamação do mês.

Nome: Alan Clé  
 Data de nascimento: 20/08/1980 Onde reside: Vila Planalto  
 Email: alanclé@yahoo.com.br Escolaridade: Superior  
 Site pessoal: \_\_\_\_\_ Há quanto tempo está na igreja: ± 21  
 Cargo/Função que ocupa: Lider Louvor

### Questionário

1. Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
É boa, mas o objetivo principal é usar o ministério de louvor como ferramenta para ganhar vidas para Jesus
2. O que você considera como ponto forte da instituição?  
As palavras do pastor, o louvor (é claro), e o povo que é bastante trabalhador e serve
3. Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
As salas e estrutura humana das salas para os criados da igreja, o site e os filmares em geral
4. Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
Expandir e melhorar o programa da igreja na televisão aberta.
5. Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
Estrutura, organização, acesso e principalmente atualizações constantes.
6. O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
Informação e notícias sobre a igreja "atualizadas", seu ministério, palavras guardadas, vídeos, pedidos de músicas que tocam nos cultos, chat, enquete, um esquema de "intranet" para a liderança ter acesso a coisas restritas, etc...

Nome: Jane Cláudia Alves Claves  
 Data de nascimento: 30/11/69 Onde reside: Núcleo Bandeirante  
 Email: jclavide2003@gmail.com Escolaridade: Superior  
 Site pessoal: OKUT e facebook Há quanto tempo está na igreja: 19 anos  
 Cargo/Função que ocupa: Líder da Recepção e Secretária  
do Abigail.

#### Questionário

- Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
amorosa, prestativa, excelente em  
tudo que ela faz.
- O que você considera como ponto forte da instituição?  
O amor que tem pelas vidas
- Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
consolidação
- Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
A estrutura e acompanhamento dos novos,  
ter uma excelente consolidação
- Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
atualização da agenda, eventos, de tudo  
que acontece na igreja
- O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
cadastro de membros, endereços dos núcleos,  
aniversariantes, ficha de inscrições para  
todos os eventos.

Nome: Rodrigo Salgado  
 Data de nascimento: 24/02/81 Onde reside: Águas Claras  
 Email: rodrigo.salgado@hotmail.com Escolaridade: Pós-Graduado  
 Site pessoal: não possui Há quanto tempo está na igreja: 5 anos  
 Cargo/Função que ocupa: Coordenador de Células

### Questionário

- Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
Grande, vivida, atual, bonita, Jovem, Moderna, família, acolhedora,
- O que você considera como ponto forte da instituição?  
Palavra, Estrutura, Localização, Antiga (tempo que as pessoas se conhecem), Comunhão
- Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
Cursos, consolidação dos novos, cuidado com os líderes (servos), Imaturidade, falta de definição das funções (Pastores, células, servos)
- Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
Salas novas para fazer cursos, Apelos para consolidar células para acompanhar os novos, churrasco encontro com líderes e Livraria divulgar material p/ células
- Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
Desatualizado (tira a credibilidade)
- O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
Informações atuais sobre a AGENDA, CÉLULAS, CURSOS, Palavras, NOTÍCIAS, CONVERSÕES, TESTEMUNHOS, MÚSICAS, FILMES, PROFISÕES, EMPREGO, SOCIAL, CLASSIFICADOS, FALA DISCÍPULO, EVANGELISMO.

Sobre o PORTAL DE CÉLULAS :

- \* Busca rápida ( Por núcleo, bairro, nome do líder,
- \* Atualização (secretaria disponibiliza usuário e senha para o próprio líder manter atualizado)
- \* Auditoria (Ministério responsável verificar as atualizações/desatualizações)
- \* Preenchimento Banco Dados (colocar 10 notebook no salão festas convocar líderes passar por lá, atualizar dados e receber usuário e senha,
- \* Sugestão palavra p/ célula (disponibilizar site sugestão ministra)

Nome: Cristiano Mendes Rodrigues  
 Data de nascimento: 22/09/89 Onde reside: Jardim Botânico  
 Email: cristianomendes@gmail.com Escolaridade: Superior Incompleto  
 Site pessoal: — Há quanto tempo está na igreja: 10 anos  
 Cargo/Função que ocupa: líder evangelismo

### Questionário

1. Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
Uma igreja que ama, se importa, agradável, que cuida, familiar, um lugar onde sente a presença de Deus.
2. O que você considera como ponto forte da instituição?  
Considero como ponto forte a vontade da igreja em obter os frutos e não apenas ganhar as pessoas.
3. Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
A consolidação poderia ser mais eficiente. Poderia ter um acompanhamento maior dos líderes (principalmente os de células).
4. Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
Investir mais em eventos evangelísticos e em projetos evangelísticos, de forma a incentivar as pessoas a investir em evangelizar. (ex: o projeto "sua mão está sobre mim").
5. Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
Não é muito informativo, falta atualizações.
6. O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
Ter uma lista atualizada das células ativas.  
 Agenda de eventos

Nome: CLARICE MORAES ZILLER TENÓRIO / RODRIGO BENITO TENÓRIO

Data de nascimento: 30/07/72 Onde reside: Brasília  
26/04/74

Email: CLARICE@PLATINUMOPPRANRA.TENORIO@UOL.BR Escolaridade: SUPERIOR

Site pessoal: \_\_\_\_\_ Há quanto tempo está na igreja: 17/14

Cargo/Função que ocupa: PASTORES

### Questionário

- Qual a percepção que você tem da Igreja Ministério Núcleo da Fé ( traduza em adjetivos)?  
ACONCHEGANTE, AMOROSA, ALEGRE, CHEIA DO ESPIRITO, DESCONTRAÍDA
- O que você considera como ponto forte da instituição?  
~~ORGANIZAÇÃO~~ LIDERANÇA, AMOR AO PRÓXIMO, ESTRUTURA
- Em sua opinião, quais são os pontos fracos?  
ORGANIZAÇÃO
- Quais oportunidades você percebe que a igreja pode explorar para crescer?  
→ ÁREA SOCIAL, CURSOS ONLINE
- Em sua opinião, quais os maiores problemas do site atual?  
FALTA DE ATUALIZAÇÃO E INTERATIVIDADE
- O que seria importante ter no site para atender às suas necessidades?  
UMA ÁREA DEDICADA À REDE DE CRIANÇAS, INCLUSIVE COM JOGOS

## **APÊNDICE 5 – Pesquisa de público –**

Nas páginas seguintes estão anexados os documentos referentes à pesquisa de público aplicada no Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé no dia 24 de abril de 2011.

O primeiro documento é o formulário da pesquisa. As duas próximas páginas contem as tabelas nas quais foram tabuladas e quantificadas as respostas aos itens da entrevista. A primeira tabela refere-se à tabulação das pesquisas aplicadas ao público feminino, e a segunda tabela ao público masculino. Os dados que constam nessas tabelas foram utilizados para gerar os gráficos que compõem a Memória e o Plano de Comunicação Simplificado deste trabalho.

Olá,

Estamos reformulando o site de nossa igreja ([www.nucleodafe.com.br](http://www.nucleodafe.com.br)).

Para isso, gostaríamos de contar com a sua colaboração respondendo às questões abaixo.

Dessa forma, podemos conhecê-lo mais e saber como melhor atendê-lo.

Tempo limite para preencher: 5 minutos

### Questionário

1. Sexo: ( ) Feminino ( ) Masculino

2. Idade: \_\_\_\_\_ anos

3. Qual é a sua frequência de acesso à internet?

3.1 ( ) Diariamente 3.2 ( ) Semanalmente 3.3 ( ) Mensalmente 3.4 ( ) Quase não acesso

4. Quais das mídias abaixo você acessa frequentemente?

4.1 ( ) Orkut 4.2 ( ) facebook 4.3 ( ) Twitter 4.4 ( ) You Tube 4.5 ( ) Email 4.6 ( ) Nenhuma

5. Você já acessou o site da igreja?

5.1 ( ) Sim, costumo acessar 5.2 ( ) Sim, mas não costumo acessar 5.3 ( ) Nunca acessei

6. Abaixo, escolha até 04 opções do que você MAIS gostaria de ter no novo site da igreja:

6.1 ( ) Notícias da igreja 6.2 ( ) Pregações e mensagens 6.3 ( ) Músicas do louvor

6.4 ( ) Vídeos dos Cultos 6.5 ( ) Fotos

6.6 Sugestão (especificar): \_\_\_\_\_

7. Você acha que deveria haver um espaço para publicidade no novo site?

7.1 ( ) Sim 7.2 ( ) Não

Caso tenha respondido NÃO na questão anterior, desconsidere a pergunta a seguir:

8. Que tipo de publicidade você gostaria de encontrar?

8.1 ( ) Sobre empresas e serviços de membros da igreja

8.2 ( ) Sobre produtos e serviços cristãos

8.3 Outros (especificar): \_\_\_\_\_

9. Você teria alguma sugestão adicional para melhorar o site da igreja? Qual (is)? (opcional)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Homens	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2
0 -- 10	1	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	1
11 --15	3	1	0	0	2	0	0	3	3	1	0	2
16 --20	8	0	0	0	6	6	5	7	7	0	2	5
21 -- 30	43	4	1	3	27	13	11	31	42	2	15	28
31 -- 40	25	6	1	3	11	14	6	14	30	1	19	12
41 -- 50	19	3	0	4	4	3	1	5	23	2	13	9
> 50	5	4	0	2	0	1	0	1	6	5	1	5

Homens	5.3	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	7.1	7.2	8.1	8.2	Total de Homens
0 -- 10	1	1	1	2	2	2	2	0	1	1	2
11 --15	2	1	1	4	1	0	3	1	3	0	4
16 --20	1	4	5	6	5	4	6	2	4	3	8
21 -- 30	6	34	41	36	36	25	33	15	26	23	51
31 -- 40	4	31	33	11	25	13	30	5	20	19	35
41 -- 50	5	17	20	20	16	7	23	3	15	13	28
> 50	6	6	5	2	3	0	5	3	3	2	12
											140

#### Pesquisa de Público

Realizada no Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé

Data: 24/04/2011 no culto de páscoa às 6 horas da manhã

Detalhamento da tabulação acima:

Público masculino dividido entre as faixas etárias contidas na tabela (0-10; 11-15; 16-20; 21-30; 31-40; 41-50, maiores de 50).

Total de homens: 140

Mulheres	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2
0 – 10	4	1	0	0	1	0	0	2	2	2	2	3
11 – 15	9	1	0	5	12	7	2	9	7	0	3	7
16 – 20	14	4	0	1	13	11	8	12	16	0	3	13
21 – 30	35	13	0	2	32	11	8	19	45	2	17	29
31 – 40	28	11	3	5	24	15	4	19	42	1	25	15
41 – 50	13	13	1	5	9	9	3	12	28	1	14	12
> 50	13	4	3	7	8	3	1	6	19	5	12	6

Mulheres	5.3	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	7.1	7.2	8.1	8.2	Total de Mulheres
0 – 10	0	1	1	4	0	0	2	3	1	2	5
11 – 15	5	10	9	11	9	8	9	4	5	5	15
16 – 20	3	16	14	16	12	11	13	5	9	10	19
21 – 30	4	45	45	42	39	20	34	16	21	23	50
31 – 40	7	34	39	40	32	15	37	8	19	24	47
41 – 50	6	29	26	25	22	14	24	7	16	11	32
> 50	11	19	20	14	13	7	20	7	13	9	27
											195

**Pesquisa de Público**

Realizada no Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé

Data: 24/04/2011 no culto de páscoa às 6 horas da manhã

Detalhamento da tabulação acima:

Público feminino dividido entre as faixas etárias contidas na tabela (0-10; 11-15; 16-20; 21-30; 31-40; 41-50, maiores de 50).

Total de Mulheres: 195

## **APÊNDICE 6 – Pesquisa exploratória de *websites***

Abaixo estão listados os endereços eletrônicos dos *sites* que fizeram parte da pesquisa de funcionalidades e *design* para a elaboração do projeto de *website* do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé.

**Igreja Batista Celular Internacional:**

<http://www.ibci12.com.br/> - visitado em 08/02/2011 às 17h20

**Comunidade das Nações:**

<http://comunidadedasnacoes.igrejadigital.org> - visitado em 08/02/2011 às 17h20

**Ministério da Fé:**

<http://www.ministeriodafe.com.br/> - visitado em 17-03-2011 às 17h25

**Diante do Trono:**

<http://www.diantedotrono.com.br/> - visitado em 17/02/2011 às 17h30

**Igreja Getsemâni:**

<http://www.getsemani.com.br/> - visitado em 17/02/2011 às 17h30

**Comunidade Shalom:**

<http://www.comshalom.org.br/> - visitado em 08/02/2011 às 17h20

**Igreja Presbiteriana do Brasil:**

<http://www.ipb.org.br/portal/index.php> – visitado em 08/02/2011 às 17h30

**Comunidade Evangélica de Maringá**

<http://www.comunidade.org.br/index.php> - visitado em 17/02/2011 às 17h30

**Comunidade Internacional Zona Sul :**

<http://www.comunidadezonasul.com.br> - visitado em 17/02/2011 às 17h30

**Igreja Universal do Reino de Deus:**

<http://www.arcauniversal.com> - visitado em 17/02/2011 às 17h30

**Igreja Batista Ágape:**

<http://www.igrejabatistaagape.com.br/> - visitado em 14/04/2011 às 17h

**Jeremy Camp:**

<http://jeremycampgoiania.com.br/> - visitado em 14/04/11 às 17h01

**Kingsfield Church:**

<http://www.kingsfieldchurch.org/> - visitado em 23/04/11 às 9h35

**Stonebriar Church:**

<http://www.stonebriar.org/> - visitado em 23/04/11 às 9h47

**The City Church:**

<http://www.thecity.org/> - visitado em 23/04/11 às 10h

**Marshall Church:**

<http://www.marshallchurch.org/> - visitado em 23/04/11 às 10h

**Redeemer Presbiteryan Church:**

<http://www.redeemer.com/> - visitado em 23/04/11 às 10h10

**Igreja Batista Betânia:**

<http://www.ibbetania.com/> - visitado em 23/04/11 às 10h15

**Ministério de Louvor Trazendo a Arca:**

<http://www.trazendoarca.com/2009/> - visitado em 23/04/11 às 10h19

**Igreja de Deus no Brasil:**

<http://www.igrejadedeus.org.br/> - visitado em 23/04/11 às 10h22

**Igreja Evangélica Cristo Vive:**

<http://igrejacristovive.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 10h30

**Igreja Batista Filadélfia:**

<http://www.ibfiladelfia.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 10h45

**Igreja Cristã Maná:**

<http://www.igrejamana.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 11h03

**Igreja Missionária do Deus Vivo:**

<http://www.igrejaimdv.com/> - visitado em 23/04/11 às 10h41

**Champion Forest Baptist Church:**

<http://www.championforest.org/> - visitado em 23/03/11 às 11h13

**Central Christian Church:**

<http://www.centralaz.com/Arena/default.aspx> - visitado em 23/04/11 às 11h18

**Cornerstone Fellowship:**

<http://livermore.cornerstoneweb.org/Livermore/Default.aspx> - visitado em 23/04/11 às 11h20

**Southridge Community Church:**

<http://glenridge.southridge.cc/> - visitado em 23/04/11 às 11h30

**Long Hollow Baptist Church:**

<http://www.longhollow.com/#> - visitado em 23/04/11 às 11h40

**Woodmen Valley Chapel:**

<http://www.woodmenvalley.org/> - visitado em 23/04/11 às 11h44

**Conferência Nacional dos Bispos do Brasil:**

<http://www.cnbb.org.br/site/> - visitado em 23/04/11 às 11h45

**Portal Católico:**

<http://www.catolico.org.br/> - visitado em 23/04/11 às 11h45

**Igreja Católica Apostólica Brasileira:**

<http://www.igrejabrasileira.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 11h45

**Jovens Com Uma Missão – JOCUM Brasil:**

<http://www.jocum.org.br/>

**Ministério Rede Ativa – Ministério de música:**

<http://www.ministerioredeativa.com.br/>

**Jocum Almirante Tamandaré – Organização Missionária Interdenominacional:**

<http://www.jocumpr.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 10h37

**Luis Arcanjo – músico:**

<http://www.luizarcujo.com/>

**Made in Brasil – Music Megastore:**

<http://www.madeinbrazil.com.br/>

**12 ° Congresso Internacional Diante do Trono:**

<http://dtoficial.com/coberturacongresso2011/> - visitado em 23/04/11 às 12h20

**Rosa de Saron:**

<http://www.rosadesaron.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 12h40

**Atletas de Cristo:**

<http://www.atletasdecristo.org> – visitado em 23/04/11 às 13h

**Voz que Clama:**

<http://www.vozqueclama.com.br/> - visitado em 23/04/11 às 14h55

**Comunidade Shalom – Sociedade de vida apostólica:**

<http://www.comunidadeshalom.org> – visitado em 02/05/11 às 11h48

**Nestlé**

<http://www.nestle.com.br/>, visitado em 03/04/11 às 9h

**Coca-cola**

<http://www.cocacola.com.br/pt/index.html>, visitado em 03/04/11 às 9h30

**Hillsong**

<http://hillsong.com/> - visitado em 23/04/11 às 9h45

**Hillsong London**

<http://www.hillsong.co.uk/> - visitado em 23/04/11 às 10h05

**APÊNDICE 7 – Plano de Comunicação Simplificado**

**Plano de Comunicação Simplificado**  
**Centro de Adoração**  
**Ministério Núcleo da Fé**

**Realização: Vanessa Vieira**

## Plano de Comunicação Simplificado

### Sumário

<b>1. Instituição .....</b>	<b>117</b>
1.1 História     117	
1.2 Doutrina .....	120
1.3 Características .....	122
1.3.1 Valores e Diferenciais .....	122
1.3.2 Missão .....	122
1.3.3 Visão .....	123
1.3.4 Declaração de Fé .....	123
1.4 Como Funciona .....	123
1.4.1 Cronograma de atividades .....	124
1.4.2 Descrição das atividades .....	125
1.5 Públicos da Instituição .....	126
1.5.1 Dirigentes .....	126
1.5.2 Membros .....	128
1.5.3 Não membros .....	128
1.6 Estratégias Gerais Passadas .....	128
<b>2. Contexto Sociocultural .....</b>	<b>129</b>
2.1 Características .....	129
<b>3. Análise SWOT .....</b>	<b>129</b>
3.1 Pontos Fortes .....	129
3.2 Pontos Fracos .....	133
3.3 Oportunidades .....	134
3.4 Ameaças .....	137
3.5 Síntese SWOT .....	138
<b>Posicionamento .....</b>	<b>139</b>
<b>Público-alvo .....</b>	<b>139</b>
<b>Objetivos e estratégias de mídia .....</b>	<b>140</b>
<b>Matriz e Calendário de Comunicação .....</b>	<b>143</b>

## 1. Instituição

**Responsável:** Wilbert Golden Batista

**Endereço:** SIBS, Quadra 2, Área Especial 2 – Núcleo Bandeirante – DF.

**Observação:** É importante ressaltar que este Plano de Comunicação Simplificado é umas das etapas do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado de **Um Novo Olhar sobre a comunicação cristão *online*: a reformulação do *website* do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé** apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília<sup>19</sup>. Por essa razão, a metodologia de pesquisa utilizada para elaborar esse Plano de Comunicação encontra-se no capítulo 3 do TCC e o detalhamento da pesquisa e das entrevistas encontra-se no capítulo 4 do mesmo. Além disso, entrevistas e pesquisas de público que foram os instrumentos e documentos dos quais se extraiu as informações apresentadas em todo o Plano de Comunicação encontram-se como Apêndice do TCC e devem ser consultados para que o documento que se segue possa ser devidamente compreendido. Deve-se ressaltar que todas as informações apresentadas, bem como as estratégias e análises traçadas ao longo deste Plano de Comunicação resultam de um trabalho de pesquisa e entrevista descrito no Trabalho de Conclusão de Curso.

### 1.1 História

O Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé surgiu em julho de 1988, no Núcleo Bandeirante, com um pequeno grupo de amigos que passaram a se reunir no lar do casal Normalice e Wilbert Batista, mais conhecidos como Alice e Ibi, com o objetivo de buscar a Deus.

À época, Wilbert já havia concluído o seminário teológico, contudo ele e sua esposa ainda não tinham sido ordenados pastores e não pretendiam fundar uma igreja. Apesar disso, Wilbert já havia liderado um trabalho de jovens em outra igreja da qual fez parte. A paixão e dedicação do casal para com a obra de Deus, entre

---

<sup>19</sup> O TCC pode ser consultado na biblioteca da Universidade de Brasília.

outras características presentes no caráter de ambos, fez com que, naturalmente, muitas pessoas próximas passassem a reconhecê-los como liderança espiritual.

Foi assim que, no ano de 1988, quando o casal e alguns de seus amigos começaram a realizar pequenas reuniões de oração na residência do casal. Na ocasião, algumas dessas pessoas não estavam congregando em outra igreja, e aos poucos, os encontros ganharam maior frequência, até tornarem-se periódicos.

Em pouco tempo, o número de participantes cresceu e a residência do casal passou a não ser suficiente para abrigar a todos. Na ocasião, Marcelo Peixoto, membro da Igreja desde o seu surgimento e dono da academia, ofereceu um espaço em seu estabelecimento para sediar os encontros, e, portanto, o grupo de oração passou a se reunir em uma sala da Academia Peixoto.

Paralelo ao crescimento do grupo de oração, os integrantes desejavam que aquele trabalho fosse oficializado como uma congregação. Simultaneamente, o casal recebeu o convite, no ano de 1989, para serem ordenados pastores. Diante dos acontecimentos, eles entenderam que Deus os desafiava para assumir aquela obra.

Quando o grupo estava com cerca de 70 pessoas, a sala da academia se tornou pequena para as reuniões, e precisaria de um novo espaço. Como ainda não havia condições financeiras para alugar uma loja, todos começaram a orar pedindo a Deus que lhes concedesse um novo lugar. Foi nesse contexto que as reuniões passaram a ser realizadas em um auditório do Centro de Ensino Médio do Núcleo Bandeirante, colégio amplamente conhecido na cidade como CNB, por ter sido sua nomenclatura inicial. A igreja permaneceu no CNB pouco menos de um ano, onde já contabilizava cerca de 180 membros.

Então surgiu, pela primeira vez, a necessidade de ter um espaço alugado, já que os espaços gratuitos disponíveis não comportavam mais o número de participantes. Então, em 1992, a igreja passou a funcionar no meio da Avenida Central da cidade, em uma loja que ficou conhecida como igreja rosa, em referência à cor das paredes do prédio.

Após a igreja rosa, houve a necessidade de se mudar mais duas vezes, ambas para estabelecimentos localizados na proximidade da igreja rosa. O último prédio alugado pela igreja era conhecido como Café Paranoá, local que abrigou a instituição por seis anos. Nesse período, a instituição adquiriu o terreno onde hoje se localiza o templo sede da igreja.

Construir o novo templo de acordo com o que estava no projeto arquitetônico só seria possível se esse fosse o sonho de cada um dos integrantes. Foi assim que os pastores convidaram a todos para se unirem em um voto coletivo diante de Deus. O Desafio estabelecia que as mulheres não ingerissem nenhum alimento com açúcar até o final da construção, e que os homens raspassem o cabelo da cabeça. O propósito desse voto comum era simbolizar diante de Deus o quanto aquele projeto era importante para cada um. Assim como as pessoas ajudaram financeiramente com o projeto, ajudaram também com suas orações e votos no contexto espiritual.

E o milagre financeiro aconteceu. A primeira etapa da construção do templo teve início em 2001, e durou cerca de quatro meses. Em agosto de 2001 estava sendo celebrado o primeiro culto dentro no novo templo do Ministério Núcleo da Fé. A mudança ocorreu com grande parte da construção em andamento: as paredes estavam no concreto e o chão era a própria terra vermelha do terreno.

Essa transição para o templo sede foi um marco na história da igreja. O empenho nesse projeto comum a todos, fez com que a unidade dos membros fosse ainda mais fortalecida. Muitas dessas pessoas continuam a fazer parte da instituição e, por esse propósito em comum, a Igreja possui um significado ainda maior para cada um deles.

Após essa conquista, a igreja experimentou um crescimento vertiginoso em diversas áreas. Quanto ao número de membros, atualmente a instituição é composta de pouco mais de duas mil pessoas. No aspecto estrutural, o Ministério prosseguiu na conclusão do projeto arquitetônico para o templo sede, que atualmente comporta 1.200 pessoas sentadas, dispõe de berçário, salas para crianças, amplo estacionamento, telas de projeção, som digital, entre outros itens. A parte administrativa da igreja, extensão do templo, é composta de subsolo, térreo e mais dois andares. O primeiro andar já está em funcionamento e o segundo andar deve ficar pronto em julho desse ano. Com isso a instituição terá outros auditórios para a realização de atividades diversas.

Nesse período, a instituição adquiriu outras propriedades, como um terreno na cidade do Jardim Ingá, há 42 quilômetros do Núcleo Bandeirante, e outro terreno em Arniqueira-Águas Claras. No Jardim Ingá foi construído o Centro de Treinamento Ministério Núcleo da Fé. Nessa chácara, acontecem alguns eventos promovidos pela igreja, como encontros com Deus e retiros. São aproximadamente 200.000 m<sup>2</sup>

de área. Atualmente o acampamento dispõe de 250 leitos, possui campo de futebol gramado, campo de areia, piscina, churrasqueira, capela e o pomar.

O espaço adquirido em Arniqueiras, há 4 quilômetros do Núcleo Bandeirante, hoje abriga a nova igreja Núcleo da Fé, que está em pleno funcionamento desde 2009.

## **1.2 Doutrina**

O Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé é uma igreja Cristã Protestante Neopentecostal. Essa é a denominação que se enquadram as igrejas que surgiram cerca de meio século após o movimento pentecostal do século XX e, portanto, que são oriundas do pentecostalismo clássico ou das igrejas cristãs tradicionais. Contudo, a instituição não gosta de ser conhecida por essa classificação por acreditar que é um termo que possui muitas conotações pejorativas e que não reflete sua real identidade. Apenas para situar o leitor, em relação às igrejas históricas – e, portanto, mais conhecidas -, pode-se dizer que o Ministério Núcleo da Fé se assemelha às igrejas Batista Renovadas, em relação aos seus ensinamentos e práticas.

Por ser uma igreja Cristã Protestante, o Ministério Núcleo da Fé possui a Bíblia Sagrada como a verdade máxima e baseia sua interpretação das Escrituras conforme ela foi vivida e ensinada por Jesus Cristo no Novo Testamento. A instituição não possui qualquer tipo de documento que enumere regras sobre como deve ser a vida de seus membros e qualquer pessoa é bem vinda em seus cultos, sem diferença quanto ao sexo, classe social, religião, ou outros aspectos.

O último aspecto acima mencionado inclui dizer que são aceitas na igreja pessoas divorciadas, mulheres que engravidaram fora do casamento e entre outras situações que em algumas instituições seriam excludentes para receber um novo integrante. O entendimento do Ministério Núcleo da Fé é que a igreja deve ser uma casa de misericórdia, um lugar de reconciliação das pessoas com Deus. Dever ser também o lugar onde as pessoas encontrem apoio para modificar qualquer tipo de conduta que não se encaixe nos princípios bíblicos.

A doutrina pregada na instituição é, portanto, os princípios contidos na Bíblia e interpretados a partir da vivência de Jesus Cristo quanto a cada um deles. Todo o ensino é passado aos membros pelas diversas atividades que a igreja realiza como cultos, encontros, seminários, escola de líderes e por meio do trabalho de pequenos

grupos de acompanhamento, conhecidos como *Pequenos Grupos*. A igreja também defende que todos esses princípios devem ser ensinados com amor e nunca com imposição, isso porque entende que o Espírito Santo é quem convence cada indivíduo.

Entre os pontos importantes que caracterizam a doutrina da igreja, encontra-se o entendimento quanto à realização do *Batismo* e da *Santa Ceia*. De acordo com a interpretação bíblica feita pela instituição, o indivíduo só deve ser batizado quando já pode manifestar arrependimento quanto a seus pecados. Por essa razão, as crianças são apenas apresentadas no templo, da mesma maneira que a bíblia relata a apresentação de Cristo e quando maiores podem fazer sua escolha pessoal de se batizar. O batismo, portanto, acontece quando o indivíduo passa a ter entendimento sobre os conceitos acima mencionados e é realizado com a imersão da pessoa nas águas, que pode ser em uma piscina ou lago, por exemplo.

Já a Santa Ceia acontece no segundo domingo de cada mês. Esse rito também é praticado conforme descrito pela Bíblia e sua execução é feita em memória de Jesus Cristo. Na ceia, cada membro recebe um pedaço de pão e um pequeno cálice de vinho ou suco de uva. O pão simboliza o corpo de Cristo e o vinho simboliza seu sangue, ambos fazem menção à morte e ressurreição de Cristo, sacrifício que oferece aos homens a possibilidade de serem perdoados por meio da redenção de Cristo.

Apesar de os princípios e práticas acima serem norteadores de toda a doutrina ensinada na igreja, o ponto central encontra-se no entendimento de que a salvação só pode ser alcançada por meio da graça de Deus. De acordo com a interpretação que a instituição faz da Bíblia Sagrada, o único requisito que uma pessoa precisa ter para ser salvo é crer em Jesus Cristo como o único Salvador e arrepender-se de seus pecados. Isso porque se entende que a salvação é um dom gratuito de Deus, e que o esforço humano não é suficiente para alcançá-la.

Por isso, ainda que o batismo, a santa ceia, a frequência aos cultos, ou outras práticas sejam importantes, todas elas são tidas como prática de comunhão com Deus e fortalecimento espiritual da igreja. A instituição entende que todas as formalidades praticadas são simbolismos de algo que aconteceu dentro do coração daquele que aceita a Jesus Cristo como Salvador, e que se a verdadeira transformação não tiver acontecido no interior da pessoa, as demais práticas não possuem significado.

## **1.3 Características**

### **1.3.1 Valores e Diferenciais**

O Ministério Núcleo da Fé é uma igreja envolvente e calorosa quanto ao relacionamento entre os membros. A cordialidade e o amor expresso na forma como as pessoas se relacionam é uma característica que persiste desde a sua fundação. É também uma igreja que experimenta liberdade em sua maneira de se relacionar com Deus, o que pode ser percebido ao longo dos cultos, na forma como as pessoas oram, e cultuam a Deus com música, dança e outras formas de expressão.

É uma igreja jovem, alegre, ativa e que contagia com a sua maneira de expressar seu amor ao próximo. Outra característica da igreja é a ousadia, tanto na busca por concretizar seus alvos, quanto na maneira de divulgar o evangelho. A instituição também acredita que é preciso acompanhar as transformações da sociedade na qual está inserida, de forma a estar aberto para mudanças sem perder os valores e princípios que a norteiam.

O valor central da igreja pode ser expresso por meio do lema “Aqui você será amado”. Essa assertiva enfatiza a importância de que cada pessoa, seja visitante ou membro, sinta-se amada pela igreja. Isso porque há o entendimento de que o amor de Deus pelo ser humano é a maior marca encontrada na vida de Jesus Cristo. Por esse motivo, o Ministério Núcleo da Fé busca sempre fazer valer esse lema e desenvolver continuamente uma cultura de amor e acolhimento entre os participantes da congregação.

Outro valor importante é o distanciamento da visão padrão que se tem sobre igrejas. Isso significa fazer com que as pessoas se sintam bem da maneira como elas chegarem, seja quanto às vestimentas, hábitos ou valores. A ideia é que, ao longo do convívio na igreja e com a frequência aos cultos, cada pessoa possa aprender os ensinamentos bíblicos e conhecer os princípios de Deus.

### **1.3.2 Missão**

Promover a reconciliação do homem com Deus por meio da vivência e da divulgação, de todas as formas, do Evangelho de Jesus Cristo.

### 1.3.3 Visão

O Ministério Núcleo da Fé é uma igreja cristã diferenciada pela excelência no trato ao sagrado, desenvolvida por líderes comprometidos com Deus, caracterizada pelo amor e motivada pela fé em alcançar povos não alcançados.

### 1.3.4 Declaração de Fé

1) Cremos que a Bíblia é a palavra de Deus, inspirada e infalível ( 1 Pedro 1:21);

2) Cremos que Deus se revelou como Pai, Filho e Espírito Santo ( 2 Coríntios 13:13; João 15:26);

3) Cremos na divindade de Jesus, no seu nascimento virginal, na sua morte expiatória, na sua ressurreição e em sua ascensão à destra do Pai ( 1 Coríntios 15:14);

4) Cremos que a única esperança de salvação é através do Sangue de Jesus ( 1 João 1:7);

5) Cremos que todos que se arrependem de seus pecados e creem em Jesus como Senhor e Salvador são salvos por meio da fé ( Efésios 2:8; Gálatas 2:16).

### 1.4 Como Funciona

As reuniões, também chamadas de cultos, são a principal forma de se aprender sobre a palavra de Deus e acontecem em alguns dias da semana. Além dos cultos, muitas outras atividades são realizadas na igreja, como encontros com Deus, congressos, seminários, acampamentos, colônia de férias, e diversas festividades.

A igreja é estruturada em Ministérios, que são áreas de atuação dentro da instituição. Os Ministérios funcionam como engrenagens que permitem com que a igreja cumpra seu objetivo de abençoar vidas. Atualmente existem os seguintes Ministérios: comunicação, dança, evangelismo, louvor, intercessão, recepção, teatro.

Além dos Ministérios, a igreja é estruturada em *Núcleos*, que são estratégias para acompanhar os membros, utilizando como critérios de participação a idade e/ou sexo. São elas: Núcleo de Crianças, Núcleo de Jovens, Núcleo de Mulheres, Núcleo de Homens, Núcleo Master (terceira idade), Núcleo de Família.

Há também a secretaria da igreja que atende as demandas administrativas e funciona no edifício da igreja sede. Como toda instituição religiosa, o Ministério

Núcleo da Fé não possui fins lucrativos e realiza toda a sua prestação de contas ao governo. Todas as transações financeiras são registradas por meio de recibos e notas fiscais. Além disso, o dinheiro que entra na instituição é oficialmente contabilizado e registrado por pelo menos duas pessoas diferente. O responsável pelas finanças é o tesoureiro da instituição. Os recursos são distribuídos percentualmente por áreas de interesse, como ação social, missões, despesas da instituição.

#### 1.4.1 Cronograma de atividades

##### Horário e dias de Cultos - Igreja Sede

Domingo – 9h30, 18h, 20h: Culto da Família

Segunda-feira – 15h: Hora do Milagre

Quinta-feira – 20h: Culto da Vitória

Sábado – 20h: Culto dos Jovens

##### Horário e dias de Cultos - Igreja Arniqueiras

Domingo – 19h: Culto da Família

Quarta-feira – 20h : Culto da vitória

##### Atividades Anuais Fixas

JANEIRO	Culto da Virada
FEVEREIRO	Acampamento de Jovens - no feriado de carnaval
MARÇO	-----
ABRIL	Culto da Ressureição - na manhã do domingo de páscoa
MAIO ou JUNHO	Encontro com Deus
JULHO	Celebração do Aniversário da Igreja; Colônia de Férias
AGOSTO	-----
SETEMBRO	-----
OUTUBRO ou NOVEMBRO	Encontro com Deus, Festa Country
DEZEMBRO	Operação Criança de Natal

#### 1.4.2 Descrição das atividades

**Culto da Virada** – É a celebração de *réveillon* e acontece na noite do dia 31 dezembro, com início às 21h e término após a meia-noite. É destaque entre as atividades da igreja tanto pela sua importância quanto pelo grande público que reúne em uma única noite.

**Acampamento de Jovens** – É o maior evento anual da Rede de Jovens. Acontece durante a semana do feriado de carnaval no Centro de Treinamento Ministerial. São cinco dias com diversas atividades, como cultos e gincanas.

**Culto da Ressureição** – Acontece na manhã do domingo de páscoa. É o único culto ao longo do ano que inicia às 6 horas da manhã, em referência à ida de Maria de Madalena até o sepulcro de Jesus Cristo.

**Encontro com Deus** – É uma atividade específica para quem é novo na igreja e também para quem ainda não faz parte da instituição. São três dias de retiro no Centro de Treinamento onde são ministradas diversas palavras bíblicas, sobre temas centrais do evangelho. O Encontro com Deus é dividido entre diferentes públicos: mulheres, homens e crianças. Além disso, é realizado duas vezes ao ano, ocorrendo no primeiro e no segundo semestre. Sendo assim, é escolhido o mês do evento, e a cada fim de semana é realizado o encontro com Deus voltado para o público específico. Atualmente, cada encontro reúne cerca de 50 pessoas.

**Celebração de Aniversário** – Todos os anos em julho, a igreja organiza cultos especiais ao longo de uma semana para celebrar o aniversário da instituição. Faz parte da programação convidar pastores e bandas de outras igrejas.

**Colônia de Férias** – Atividade organizada para atender às crianças da igreja, durante o período das férias escolares, com duração de uma semana. É um grande evento, e recendo cerca de 150 crianças.

**Festa Country** – É uma nova versão das festas Juninas. A igreja toda participa da organização e da realização desse evento. Um palco especial é montado no estacionamento do templo e são organizadas atividades artísticas específicas para a festa, como danças e músicas típicas desse estilo. Também são montadas diversas barracas com comidas típicas. Acontece durante um fim de semana.

**Operação Criança de Natal** – É uma grande campanha solidária organizada pelo Ministério Infantil e que acontece durante todo o mês de dezembro. Para a

operação são recolhidas caixas de sapatos que serão transformadas em caixas de presentes a serem distribuídas para crianças carentes. Toda a igreja colabora trazendo caixas de sapato e diversos itens para preenchê-las, como brinquedos e itens de higiene pessoal. No final de dezembro, as crianças da igreja visitam localidades e instituições carentes do Distrito Federal, ocasião em que apresentam uma cantata de natal e distribuem as caixas.

### **1.5 Públicos da Instituição**

O Ministério Núcleo da Fé é formado pelos seus dirigentes e seus membros. O quadro de dirigentes atual é composto por seis casais de pastores, cada um com sua área de atuação específica. O casal que preside a instituição são seus fundadores, pastores Wilbert e Normalice.

Além dos pastores, os *Ministérios* são coordenadores por líderes escolhidos pelos pastores. Um Ministério é uma área de atuação específica dentro da instituição, como o Ministério de Louvor, Ministério de Recepção, entre outros.

Há também a figura do líder de *Pequenos Núcleo* (ou células). Os Pequenos Núcleos são unidades menores de acompanhamento dos membros e são compostos por cerca de 12 integrantes que são acompanhados pelo líder. Atualmente a instituição tem cadastrado 102 núcleos em funcionamento e, portanto, esse mesmo número de líderes ativos.

Quanto ao quadro de membros, estima-se que atualmente a igreja conte com duas mil pessoas. Não há exatidão nesse número porque o cadastro está desatualizado e a instituição está em processo de instauração do seu novo sistema de banco de dados para assim atualizar o cadastro de membros.

#### **1.5.1 Dirigentes**

Somando-se o número de pastores com número de líderes de Ministério e líderes de Núcleos, obtém-se um quadro de dirigentes composto por 125 pessoas. Veja a descrição desse público no quadro da página seguinte.

QUADRO PASTORAL	
PRS. IBI E ALICE	Dirigentes da instituição
PRS. ALEX E ANNE	Liderança do trabalho de jovens
PRS. EDUARDO E CLAÚDIA	Culto Matutino
PRS. PAULO E CINÁRIA	Liderança do Ministério de Família e na Libertação
PRS. RODRIGO E CLARICE	Liderança do Ministério Infantil
PRS. HILTON E HANDREA	Dirigentes da igreja de Arniqueiras
<b>TOTAL</b>	<b>12 pastores</b>

MINISTÉRIOS	
NÚCLEO DE ARTES	Louvor (Alan)
	Dança Adorar-te ( Monyane e Welton)
	Dança Kerigma ( Gabriela e Adriana)
	Teatro ( Orlando)
	Coral Master ( Glauce)
EVANGELISMO	Cristiano
RECEPÇÃO	Jane Cleide
INTERCESSÃO	Sônia
COMUNICAÇÃO	Vanessa
<b>TOTAL</b>	<b>11 líderes</b>

PEQUENOS NÚCLEOS - LIDERANÇA DOS NÚCLEOS – RODRIGO E ALINE	
NÚCLEOS DE CRIANÇAS	3 líderes
NÚCLEOS DE ADOLESCENTES E JOVENS	49 líderes
NÚCLEOS DE CASAIS	23 líderes
NÚCLEOS DE MULHERES	19 líderes
NÚCLEOS DE HOMENS	8 líderes
<b>TOTAL</b>	<b>102 líderes</b>

\*Os dados de líderes de núcleos não estão completamente atualizados devido à mudança que está sendo efetuada no sistema de banco de dados da instituição

### **1.5.2 Membros**

O quadro de membros é composto de cerca de duas mil pessoas. Esse público é bastante variado em diversos aspectos como classe social, faixa etária, localização geográfica.

É curioso notar que a maioria de seus membros não é residente do núcleo bandeirante. Em sua maioria, esse público é composto por pessoas que moram em cidade próximas ao Bandeirante, são elas: Riacho Fundo I, Águas Claras, Park Way, Guará, Candangolândia, Arniquireiras. Contudo, também faz parte do quadro de membros pessoas que residem em cidades mais distantes como Jardim Botânico, Asa Norte e Asa Sul, Valparaíso, Gama, entre outras.

### **1.5.3 Não membros**

O público de não membros são as pessoas não comprometidas com a instituição. Esse público é formado tanto por pessoas que nunca visitaram a igreja, quanto por pessoas que já fizeram parte e por alguma razão não estão mais presentes.

## **1.6 Estratégias Gerais Passadas**

O Ministério Núcleo da Fé utiliza diferentes estratégias para tornar conhecidas suas atividades. A peça de comunicação utilizada com maior frequência é a Filipeta (*Flyer*), mas também são utilizadas faixas, carros de som e peças virtuais para o marketing viral. A filipeta é recorrente porque a instituição faz frequentemente atividades voltadas para o público de fora da igreja, e esses panfletos são distribuídos para que os membros os utilizem como convite para seus conhecidos.

A igreja também possui um programa televisivo exibido aos sábados, às 7h30, na Band (Grupo Bandeirantes de Comunicação).

## **2. Contexto Sociocultural**

### **2.1 Características**

A cultura cristã é bastante enraizada na população brasileira. Pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha<sup>20</sup>, em 2007, revela que a maioria dos brasileiros acredita em fatos bíblicos: 93% acreditam que Jesus ressuscitou após morrer na cruz; 92% acreditam na existência do Espírito Santo; 87% acreditam em milagres, entre confissões de fé nos textos bíblicos. Além disso, quando indagados quanto à existência de Deus, 97% dos brasileiros disse acreditar totalmente.

Os dados acima nos permitem inferir que o conteúdo de caráter cristão é, de forma geral, bem aceito socialmente. Uma cultura aberta para o serviço que está sendo ofertado é um fator importante para o crescimento e consolidação da instituição na sociedade. Isso significa, também, que de alguma forma existe um elo cultural entre os preceitos professados pela instituição e as pessoas que a serem alcançadas.

Além disso, como é especificado um pouco mais à frente, 15,4% dos brasileiros que se declararam evangélicos no Censo do IBGE de 2000, o que significou um crescimento de 6,4% em uma década. Dessa forma, os evangélicos são o segundo maior grupo religioso no Brasil, sendo superado apenas pelos católicos.

## **3. Análise SWOT**

### **3.1 Pontos Fortes**

#### **3.1.1 Liderança**

O casal de pastores presidentes e sua equipe de liderança são considerados como ponto fundamental para o sucesso da igreja. Os demais pastores, os líderes da igreja, e grande parte dos membros atrelam a imagem da instituição à figura dos

---

<sup>20</sup> Pesquisa realizada em 8 de maio de 2007 pelo Instituto Datafolha. Disponível em: [http://datafolha.uol.com.br/po/ver\\_po.php?session=446](http://datafolha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=446)>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

pastores Wilbert e Alice. Isso é um ponto forte uma vez que o casal de pastores é reconhecido com valores condizentes com o cargo que ocupam: pessoas honestas, referenciais de família, comprometidos e dedicados à obra de Deus e isentos de escândalos que comprometam sua reputação.

As pessoas que visitam à igreja costumam destacar a boa oratória e dinamicidade da pregação do pastor Wilbert. Além disso, Os pastores presidentes também são bastante conhecidos em outras igrejas protestantes e são bem referenciados por elas.

### **3.1.2 Localização Geográfica e visibilidade**

A instituição fica localizada em frente à Estrada Parque Núcleo Bandeirante (DF - 075), o que possibilita uma excelente divulgação. O projeto arquitetônico também otimiza a visualização da instituição, por contar com um prédio amplo e bem localizado. Grande quantidade de veículos trafegam diariamente em frente à instituição, e muitas das pessoas que hoje frequentam a igreja decidiram conhecê-la após passar em frente ao edifício.

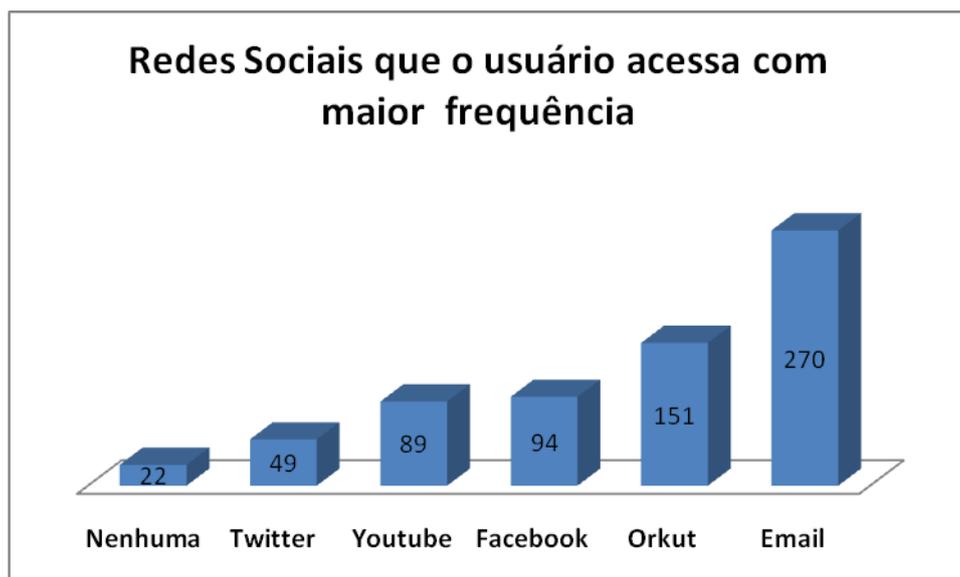
### **3.1.3 Grande potencial em comunicação com o público**

Pesquisa de público<sup>21</sup> aplicada no Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé no dia 24 de abril de 2011 traçou um perfil do público da instituição quanto à comunicação online. O estudo revelou que 66% dos entrevistados afirmaram que acessam a internet diariamente e 19% acessam pelo menos uma vez por semana. Esses percentuais somados resultam em 85% do público da instituição com acesso freqüente à rede.

Além disso, quando questionados sobre as mídias sociais que mais acessam, o maior percentual ficou para o *email*, com 270 votos de usuários que acessam frequentemente, o que corresponde a 80,6% de seu público acessando com freqüência o *email*. Em seguida, vem o Orkut e depois outras redes sociais.

---

<sup>21</sup> O questionário, as tabelas e os gráficos dessa pesquisa encontram-se no Apêndice deste trabalho.



Em uma busca online realizada em 31/05/2011, foi possível analisar a presença da instituição nas redes sociais conforme especificado abaixo.

REDES SOCIAIS DA INSTITUIÇÃO	
ORKUT	Centro A M Núcleo da Fé – 23 amigos NucleoJovemWeb – 632 amigos NucleoJovem – 684 amigos
FACEBOOK	Núcleo Jovem – 139 amigos Grupo Ministério Núcleo da Fé – 74 membros
TWITTER	@Nucleo_Jovem – 238 seguidores

Além das redes sociais, a instituição possui o sítio institucional cujo endereço é <http://www.nucleodafe.com.br>. Desde 2010, a instituição também veicula um programa televisivo na Band, nos sábados às 7h30. Também estão sendo estruturadas as transmissões de cultos pela internet.

Outro fator a ser observado é que os e-mails de mala direta enviados para os membros sempre surtem bastante efeito, com vários destinatários respondendo às mensagens e reencaminhando aos seus contatos quando se tratam de peças de divulgação de eventos.

### **3.1.4 Estrutura Física**

O patrimônio acumulado pelo Ministério Núcleo da Fé é considerado grande, uma vez que a instituição ainda é relativamente nova, completando 23 anos em julho de 2011. O templo da igreja sede é um ponto que favorece seu crescimento. É um templo grande e bonito e que comporta cerca de 1.200 pessoas sentadas dentro do salão principal. Além desse salão, a igreja dispõe de outras salas e auditórios e devido à sua estrutura pode oferecer para os membros um maior número de atividades. Além disso, há um amplo estacionamento para os membros.

Os equipamentos de som, de informática e de escritório também atendem à demanda atual da instituição e possibilitam que os cultos e o trabalho da secretaria de igreja sejam desempenhados com excelência.

### **3.1.5 Identidade da igreja e de seus membros**

Por ser uma igreja jovem e dinâmica, a instituição tem maior facilidade em realizar trabalhos novos e conseguir o apoio de seus membros. Isso pode ser traduzido, por exemplo, nas iniciativas que a igreja faz e que sempre são bem aceitas por sua comunidade, como os evangelismos nos quais são utilizados trios elétricos ou as danças que fazem parte de seus cultos.

Essa dinamicidade da igreja é percebida como identidade de seus componentes também, uma vez que os membros são bastante ativos e sempre desenvolvem as atividades propostas pela instituição. Esse engajamento dos membros é a força que a instituição tem para que suas atividades sejam bem sucedidas.

### **3.1.6 Finanças**

Apesar de ainda ter mais desafios do que o orçamento atual possibilita, a instituição dispõe de condições para se estruturar e investir a longo prazo. Isso é tido como um ponto forte e estratégico para seu crescimento.

## **3.2 Pontos Fracos**

### **3.2.1 Acompanhamento de membros**

O acompanhamento de membros acontece de forma mais individualizada por meio dos Núcleos, que são grupos com cerca de 12 pessoas e com um líder. O objetivo dos Núcleos é possibilitar que cada pessoa da instituição seja acompanhada e tenha um ciclo de amizades e um espaço de inserção. A dificuldade é que muitos desses núcleos não funcionam como o idealizado. Isso porque alguns líderes dão início ao trabalho, mas depois não continuam fazendo o acompanhamento das pessoas de seu grupo. Por vezes, esses líderes também não atualizam os dados de seus núcleos, e assim a igreja não toma conhecimento da saída ou do ingresso de membros.

### **3.2.2 Estudos e aperfeiçoamento**

A escola de líderes da instituição, espaço de estudo bíblico e de treinamento da liderança, está atualmente em um processo de reformulação. Como consequência, o aprofundamento nos ensinamentos bíblicos fica prejudicado, sendo realizado por meio de outras atividades.

### **3.2.3 Planejamento de atividades**

Apesar de a igreja ter um planejamento prévio anual, o que possibilita agendar grande parte de suas atividades, a realização destas geralmente fica concentrada nas mesmas pessoas. Isso sobrecarrega esses agentes e faz com que muitas vezes a programação não seja divulgada da forma ideal ou que o material necessário para seu acontecimento seja produzido em um espaço de tempo insuficiente. Em síntese, o planejamento geral acontece, mas seu detalhamento para que as atividades aconteçam ainda é insuficiente e concentrado em poucos agentes.

### **3.2.4 Estruturação da comunicação**

Falta estruturar esse setor e designar uma pessoa responsável por coordená-lo. Essa função exige uma pessoa que possua os conhecimentos técnicos exigidos, mas também ter a habilidade de liderança ministerial, uma vez que o setor conta com colaboradores como os demais ministérios da instituição.

A instituição conta com membros que possuem conhecimentos na área e poderiam ser colaboradores, mas que estão desestimulados a darem suas contribuições. Acredita-se que isso se deva à falta de gestão da área.

Há boas ideias de projetos, mas há também a dificuldade de dar continuidade nessas iniciativas. Uma das grandes demandas nesse setor é a produção de vídeos. Muitas das atividades realizadas pela instituição têm como forma ideal de registro de divulgação a produção audiovisual. Ao mesmo, a equipe para editar e produzir esse material é uma das grandes dificuldades atuais do setor.

O *site* da instituição encontrava-se desatualizado e sem um planejamento determinado de sua manutenção e atualização. A maior queixa dos membros e dos líderes da instituição refere-se à falta de atualização do portal. Atualmente a igreja também possui uma dificuldade em realizar contato via email com seus integrantes. Isso porque a instituição possui um grande mailing e ainda não adquiriu um serviço adequado para esse fim.

### 3.3 Oportunidades

#### 3.3.1 Crescimento dos usuários da Internet

O número de usuários da internet tem crescido em todo o mundo. Em 2000, apenas 6,4% da população mundial era usuária da internet. Foi preciso apenas uma década para que esse índice alcançasse o patamar de 30,1% da população. Isso significa dizer que, em 2010, mais de 2 bilhões de usuários no mundo já estavam conectados à rede, de acordo com dados do ITU<sup>22</sup>. Quanto ao Brasil, pesquisa do Ibope Nielsen Online<sup>23</sup> revela que o país atingiu 73,9 milhões de usuários no final de 2010, o que representa cerca de 38% de sua população<sup>24</sup>.

A expectativa é que o ritmo de crescimento de usuários no Brasil continue em ampla expansão, principalmente com a entrada da classe C para o rol dos internautas. Soma-se ao ritmo de inserção no universal digital, outro dado

---

<sup>22</sup> Dados do *International Telecommunication Union* (ITU). Disponível em: <[http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at\\_glance/KeyTelecom.htm](http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom.htm)>. Acesso em 30 de maio de 2011.

<sup>23</sup> Fonte consultada: Jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/890677-internet-chega-a-739-milhoes-de-pessoas-no-brasil-diz-ibope.shtml>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

<sup>24</sup> O cálculo leva em consideração o Último Censo Demográfico, realizado pelo IBGE em 2010, que contabilizou mais de 190 milhões de brasileiros residentes no país. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo200/sinopse.pdf>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

importante: 1) pesquisa realizada pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, em 2009, aponta que 89% dos indivíduos usam a internet para busca de informações e serviços online<sup>25</sup>.

Pelo panorama descrito acima, pode-se, portanto, afirmar que a internet configura-se atualmente como um espaço privilegiado e estratégico quanto ao posicionamento de marcas, produtos e serviços de qualquer empresa.

Para o Ministério Núcleo da Fé, esses dados são positivos por duas facetas diferentes. A primeira é que o crescimento no número de internautas possibilita que instituição invista na mídia online como canal para divulgar a Igreja e atrair novos fiéis, bem como instrumento para disseminar suas ideias e valores. A outra faceta é a utilização da mídia virtual como canal de relacionamento com seu público interno, uma vez que cerca de 85% de seus membros e líderes acessam a rede frequentemente, como aponta levantamento realizado na instituição<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> Fonte consultada: Centro de Estudos Sobre Tecnologias da Informação e da Comunicação – Cetic.BR. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2009/rel-int-08.html>> . Acesso em: 28 de maio de 2011.

<sup>26</sup> Pesquisa de Público aplicada no Centro de Adoração Núcleo da Fé, em 24 de abril de 2011. Apêndice 5.

### 3.3.2 Crescimento dos Protestantes

No ano de 2000, 15,4% da população brasileira se declarou pertencente à religião evangélica em pesquisa feita pelo IBGE<sup>27</sup>, o que contabiliza cerca de 170 milhões de brasileiros. Isso significa um crescimento de 6,4% em uma década, já que no ano de 1991 esse grupo correspondia a 9% da população.

Em outras palavras, a segunda maior porção de pessoas religiosas corresponde aos evangélicos. O grupo religioso foi também o de maior crescimento durante a década estudada. Esses dados refletem uma mudança no comportamento dos brasileiros durante os últimos anos que tem mostrado maior flexibilidade para inserir-se em uma nova religião.

Em 2000, os católicos ainda somaram a maioria religiosa no país, totalizando 73,6% da população. Contudo, esse segmento religioso apresentou declínio de quase 10% ao longo da década em questão. Isso significa que a população brasileira está mais aberta à mudanças quanto à sua crença, uma vez que a religião católica sempre foi predominante na nação e vem apresentando mudanças na quantidade de seus fiéis ao longo dos últimos anos.

Se a tendência de crescimento do grupo evangélico for mantida, isso significa uma oportunidade para que o Ministério Núcleo da Fé se posicione junto à sociedade como uma instituição protestante disposta a receber novos integrantes.

### 3.3.3 Recursos de colaboração e compartilhamento

Uma possibilidade advinda da web 2.0 é desenvolver estratégias de marketing para utilizar os recursos de colaboração e compartilhamento para promover a imagem da instituição e divulgar seus serviços. Como os membros da instituição acessam com frequência a internet, isso pode ser melhor aproveitado em suas estratégias de comunicação.

---

<sup>27</sup> Fonte: IBGE. Censo Demográfico 2000. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/censo2000\\_populacaopdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/censo2000_populacaopdf)> Acesso em 30 de maio de 2011.

## **3.4 Ameaças**

### **3.4.1 Legislações que se opõem aos preceitos bíblicos**

Algumas legislações se opõem aos preceitos bíblicos, como é o caso do Projeto de Lei 122/06 , do Senado Federal, que criminaliza a homofobia. Entre o aspecto que contraria os preceitos contidos na Bíblia está a obrigação que os ministros religiosos passarão a ter, caso o projeto seja aprovado, de realizar casamento entre homossexuais. Além disso, outras mudanças são estabelecidas caso o projeto seja aprovado. Assim, passaria a ser crime a pregação de que o casamento homossexual é pecado, mesmo sendo um preceito contido na Bíblia.

Sendo assim, ao deparar-se com mudanças nas legislações, as instituições religiosas deverão descobrir uma nova maneira de se posicionar nesse cenário.

### **3.4.2 Flexibilização intensa de valores**

A sociedade contemporânea tem se mostrado bastante flexível quanto à modificações de suas crenças e valores. Isso pode se tornar uma ameaça a partir do momento que a igreja passa a ser vista como uma instituição ultrapassada, dispensável ou não mais necessária ao estilo de vida que as pessoas anseiem.

Diversos princípios ensinados nas igrejas cristãs não são mais tidos como comportamento predominante socialmente. São exemplos desses princípios: a determinação do matrimônio como algo sagrado e que, de forma geral, não deve ser desfeito; a aceitação da união legal apenas entre pessoas de sexos diferentes; padrões comportamentais que estejam dentro dos princípios de amor e de respeito à Deus.

### 3.5 Síntese SWOT

<b>FATORES INTERNOS</b>	
<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Liderança referencial</li> <li>✓ Localização Geográfica</li> <li>✓ Estrutura Física</li> <li>✓ Grande potencial em comunicação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acompanhamento de membros</li> <li>✓ Planejamento das atividades</li> </ul>
<b>FATORES EXTERNOS</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crescimento dos usuários da internet</li> <li>✓ Crescimento do público evangélico</li> <li>✓ Tendência de compartilhamento e colaboração na comunicação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Legislações contrárias aos princípios bíblicos</li> <li>✓ Flexibilização intensa dos valores</li> </ul>

## **Posicionamento**

### **Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé: Aqui você será amado!**

Para as pessoas interessadas em conhecer ou as que já são fiéis do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé, a instituição é uma igreja cristã que se propõe a amar as pessoas em sua missão maior que é promover a reconciliação do homem com Deus por meio da divulgação do Evangelho de Jesus Cristo, por entender que a maior demonstração do amor de Deus pela humanidade é encontrada na vida de seu filho Jesus.

### **Público-alvo**

Ambos os sexos, de qualquer classe social, de todas as faixas etárias. A maior concentração desse público está nas cidades próximas ao Núcleo Bandeirante, são elas: Riacho Fundo, Águas Claras, Park Way, Guará I, Guará II, Candangolândia.

Principal: O público alvo é composto por pessoas que busquem uma transformação em suas vidas e que necessitam de ajuda espiritual. É também composto por pessoas que desejam desenvolver seu relacionamento com Deus e estejam à procura de uma igreja séria e comprometida com os princípios bíblicos.

A cultura desse público lhe permite o entendimento de que não existem tantas regras na forma de cultuar e se relacionar com Deus. Por essa razão são pessoas que aceitam a música, a dança, o teatro e outras formas de expressão como instrumentos válidos para transmitir o evangelho e como parte das atividades de seus cultos.

Outra característica desse público é concordar que existem princípios bíblicos a serem seguidos por quem deseja ser cristão. Dessa forma, o público possui valores comuns em sua profissão de fé, sua crença no matrimônio, seu modelo de conduta social, entre outros.

Devido à facilidade de acesso, o fator que determina a maior parte de seu público é a proximidade geográfica. Não obstante isso, é importante ressaltar que a

igreja possui um número relevante de membros que residem em regiões administrativas não tão próximas ao Núcleo Bandeirante.

## **Objetivos e estratégias de mídia**

Desenvolver uma comunicação efetiva com as três segmentações de seu público é o objetivo do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé. É importante ressaltar que cada fragmento do público da instituição apresenta demandas diferentes e por isso a comunicação precisa trabalhar com estratégias próprias para o público a ser alcançado.

Os dirigentes da instituição possuem a necessidade de um canal que apresente a instituição e a mensagem por ela apregoada para pessoas a serem convidadas. Além disso, também possuem como demanda prioritária a existência de um canal que informe os membros da Igreja sobre as atividades que estão sendo realizadas. Dessa maneira, o objetivo dos dirigentes quanto ao público alvo é basicamente de apresentar tornar conhecido o trabalho desenvolvido pelo Ministério Núcleo da Fé. Quanto aos membros por outro lado, a necessidade dos dirigentes é manter um elo e possibilitar a interação dos membros com a instituição.

A demanda dos membros da instituição dialoga com o objetivo dos dirigentes, uma vez que os membros querem ser informados sobre as atividades e notícias gerais da igreja. Dessa forma, os membros precisam de um canal que coloque informações sobre como participar das atividades, quais atividades são realizadas e quando acontecem, como funciona a instituição, entre outras. Esse público também precisa de canais para estabelecer contatos com os dirigentes e funcionários da igreja. Assim, o site e seus formulários de contato e disponibilização de informações sobre os dirigentes pode ser uma ferramenta chave nesse sentido.

Já para dialogar com o público de não-membros (público alvo), o objetivo é oferecer a essas pessoas as informações de como funciona a instituição e como esta pode contribuir em sua vida. Para dialogar com esse público é preciso elaborar estratégias de comunicação nas quais as pessoas sejam expostas à mensagem, uma vez que a maioria das pessoas não procura informações sobre a instituição, caso não tenha um contato prévio.

Tendo em vista os objetivos acima expostos, a instituição adotará as seguintes estratégias de marketing:

<b>CANAIS DE COMUNICAÇÃO DE ACORDO COM O PÚBLICO</b>	
<b>PÚBLICO ALVO</b>	<p>Meio Básico – TV aberta, Mídias Exteriores e Redes Sociais</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Veiculação de Programa na Band ao sábado de manhã</li> <li>✓ Utilização de outdoors e painéis</li> <li>✓ Envio de convites virtuais e compartilhamento de mensagens, vídeos e fotos por meio de nossos seguidores nas redes sociais.</li> </ul> <p>Meio Complementar: Mala Direta e Mídias Exteriores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Envio de newsletter para pessoas cadastradas pelo site</li> <li>✓ Peças impressas – filipetas</li> <li>✓ Faixas e carro de som</li> </ul>
<b>MEMBROS</b>	<p>Meio Básico – Mídias Virtuais, Mala Direta e Jornal Impresso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Divulgação durante os cultos do site e das Redes Sociais</li> <li>✓ Envio de newsletter para todos os membros cadastrados</li> <li>✓ Peças impressas – Jornal, filipetas e Jornal Mural</li> </ul> <p>Meio Complementar – Programa de televisão</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Veiculação de Programa na Band ao sábado de manhã</li> </ul>

**DIRIGENTES**

Meio Básico – Mídias Virtuais e  
Mala Direta

- ✓ Divulgação durante os cultos do site e das Redes Sociais
- ✓ Criação de canais como blogs para atender a necessidade específica de líderes
- ✓ Envio de newsletter para todos os líderes
- ✓ Peças impressas – Jornal, filipetas

Meio Complementar – Programa  
de televisão

- ✓ Veiculação de Programa na Band

## Matriz e Calendário de Comunicação

Abaixo estão três tabelas elaboradas pensando nas atividades anuais e semanais do Centro de Adoração Ministério Núcleo da Fé. Juntas elas compõem a matriz de comunicação e seu respectivo calendário. Assim, é possível definir quais atividades precisam ser desempenhadas e designar um profissional específico para exercê-la.

SUGESTÃO DA DIVISÃO DE ATIVIDADES		
PROFISSIONAL 1	PROFISSIONAL 2	PROFISSIONAL 3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentação do website</li> <li>• Alimentação e monitoramento das mídias sociais</li> <li>• Produção do Jornal Mural Mensal</li> <li>• Produção do Jornal Impresso trimestral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção e edição de vídeos</li> <li>• Produção de flyers e banners eletrônicos e impressos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmissão dos cultos ao vivo</li> <li>• Disponibilização de arquivos de cultos no youtube</li> </ul>

ALIMENTAÇÃO SEMANAL DOS CANAIS VIRTUAIS – SITE E MÍDIAS								
	RESPONSÁVEL	DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO
SITE - Pregações	Profissional 1							
SITE - Devocionais	Profissional 1							
SITE - Notícias	Profissional 1							
SITE - Estudos	Profissional 1							
SITE – Agenda	Profissional 1							
SITE – Fotos	Profissional 1							
SITE -Vídeos Cultos	Profissional 3							
SITE - Transmissão ao vivo do Culto	Profissional 3							
ORKUT – FOTOS E VÍDEOS	Profissional 1							
YOUTUBE - VÍDEOS	Profissional 1							
FACEBOOK	Profissional 1							
TWITTER	Profissional 1							



