



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**ANTONIO CARLOS DE ANDRADE SILVA  
GLEJDICE BELCHIOR BERNARDES DOS SANTOS**

**RELATÓRIO TEÓRICO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC  
REVISTA AÇÃO EVANGÉLICA**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2014**

ANTONIO CARLOS DE ANDRADE SILVA  
GLEJDICE BELCHIOR BERNARDES DOS SANTOS

**REVISTA AÇÃO EVANGÉLICA**

Relatório referente à produção de Produto Midiático apresentado ao curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como parte dos requisitos à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza

CAMPINA GRANDE – PB  
2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S586r Silva, Antônio Carlos de Andrade  
Relatório teórico de conclusão de curso - TCC Revista Ação  
Evangélica [manuscrito] / Antonio Carlos de Andrade Silva,  
Gleydice Belchior Bernardes dos Santos. - 2014.  
27 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro  
de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Prof. Me. Arão de Azevedo Souza,  
Departamento de Comunicação Social".

1. Revista Ação Evangélica. 2. Jornalismo especializado. 3.  
Atividades evangélicas. 4. Sociedade. 5. Inclusão. I. Título.

21. ed. CDD p70.4

ANTONIO CARLOS DE ANDRADE SILVA  
GLEWDICE BELCHIOR BERNARDES DOS SANTOS

**REVISTA AÇÃO EVANGÉLICA**

BANCA EXAMINADORA

Relatório referente à produção de Produto  
Midiático apresentado ao curso de Comunicação  
Social, com habilitação em Jornalismo da  
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como  
parte dos requisitos à obtenção do título de  
Bacharel em Comunicação Social.

Aprovada em: 27/11/2014

Nota: 20,0

Arão de Azevedo Souza  
Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza  
Orientador

FERNANDO FIRMINO DA SILVA  
Prof. Drº Fernando Firmino da Silva  
Examinador

Robéria Nádia A. Nascimento  
Prof. Drª Robéria Nádia Araújo Nascimento  
Examinadora

“Meus filhinhos, não amemos de palavra,  
nem de língua, mas por obra e em  
verdade”. I João 3, 18

## AGRADECIMENTOS

Ao altíssimo Deus, a quem unicamente dedicamos a fé e honramos com serviço ao próximo. Ele nos conduz no amor vertical que conseqüentemente reflete horizontalmente.

Aos nossos familiares pelo crédito e investimento dedicado em forma de paciência, conselhos, finanças e motivação.

Aos nossos professores que nos deram ferramentas para o exercício da nossa profissão, cabendo a nós gratificá-los com a manutenção e bom uso das mesmas.

Aos nossos amigos, que se mantêm como que na arquibancada da vida torcendo por nós incansavelmente.

Aos colegas de curso, em especial a Morgana Soares e Gabriela Raposo, pela parceira e amizade construída ao longo de nossa formação acadêmica. Estamos certos que ainda faremos muitos trabalhos jornalísticos, norteados pelas discussões e lembranças deste período.

A Igreja Ação Evangélica que se disponibilizou como “objeto” de pesquisa, sendo protagonista do nosso roteiro. Em todo o momento se portou não só como personagem, mas foi participante ativa na produção da revista, com seus relatórios, fotografos, coordenadores de projetos, líderes e pastores. O cenário vivo dessa instituição deu vida ao nosso trabalho.

A cada leitor que vimos os olhos brilharem enquanto folheavam a revista e nos motivaram dar continuidade a este projeto.

Aos colaboradores apresentados na publicidade da revista. Pessoas físicas e jurídicas que trabalham com seriedade e compromisso social, tornando-se compatíveis ao editorial da Revista Ação Evangélica.

Ao querido professor Arão de Azevedo, que prontamente aceitou nosso convite para orientação do TCC, mostrando-se altamente profissional, com imparcialidade e competência em suas colocações e direcionamento.

## **RESUMO**

Este relatório pertence ao produto midiático intitulado revista Ação Evangélica, vinculada a ACEV Brasil. A publicação aborda a história religiosa do estado da Paraíba, destacando atividades evangélicas no campo do desenvolvimento sustentável do semiárido nordestino, educação, defesa de direitos, preservação do bioma Caatinga e inclusão social. Buscou - seja através das reportagens, das tipologias, imagens, design, entre outros - humanizar os relatos e estabelecer laços de fidelidade com o leitor. Características próprias deste meio de comunicação que acompanha o seu público, aonde quer que ele esteja.

**PALAVRAS-CHAVE:** Revista Ação Evangélica; Jornalismo especializado; Atividades evangélicas; Sociedade; Inclusão

## **ABSTRACT**

This report belongs to the media product titled Evangelical Action magazine, bound to ACEV Brasil. The publication talks about the religious history of the State of Paraíba, emphasizing evangelical activities in sustainable development, education, rights protection, caatinga biome preservation and social inclusion. We aimed – be through reports, typologies, images, design, among others – to humanize the reports and establish loyalty bonds with the reader which are specific features of this mean of communication that follows its public wherever it goes.

**KEYWORDS:** Evangelical Action Magazine. Specialized Journalism. Evangelical Activities. Society. Inclusion.



## **LISTA DE FIGURAS**

- Figura 1 – Capa da revista, p. 17
- Figura 2 –Reportagem de capa, p. 17
- Figura 3 – Editoria: História, p.18
- Figura 4 – Editoria: Sustentabilidade, p. 18
- Figura 5 –Editoria: Evolução das capas, p.19
- Figura 6 –Editorias: Defesa de direito, Cultura e Perfil, p. 19
- Figura 7 – Editorias: Capa e Natureza, p. 20
- Figura 8 – Títulos de matérias, p. 20
- Figura 9 – Editorias: Entrevista e Sustentabilidade, p. 21
- Figura 10 – Editorias: História, Ação e Inclusão social, p. 21

## SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO .....	10
2.OBJETIVOS.....	12
3.JUSTIFICATIVA .....	13
4.ORÇAMENTOPRELIMINAR .....	15
5. CRONOGRAMA DASATIVIDADES .....	16
6. DETALHAMENTO TÉCNICO .....	17
7. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO .....	22
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	25
9. REFERÊNCIAS .....	26

## 1.INTRODUÇÃO

Todo o avanço tecnológico digital da comunicação midiática não foi capaz de superar o prazer de um impresso nas mãos, com a textura do papel ao toque dos dedos, o cheiro peculiar de recém chegado da gráfica, a leitura fora de uma tela iluminada. Em seu formato, a revista se diferencia dos outros meios de comunicação impressa, por sua beleza e harmonia dos textos e imagens, sua durabilidade. Como escreve Scalzo (2011,p.39) “ela é fácil de carregar, de guardar, de colocar em uma estante e colecionar.” A revista impressa permanece com seu espaço seguro no contexto transitório do público analógico para o nativo digital.

A realidade da desigualdade social também atinge o acesso a comunicação. De acordo com o site Tobeguarany<sup>1</sup>, “os índices de acesso à Internet das Regiões Sul (25,6%) e Sudeste (26,6%) contrastam com os das Regiões Norte (12%) e Nordeste (11,9%)”.

São muitos os que não têm acesso a informações online e são alcançados com o “velho” sistema de impressos postados em correios não eletrônicos. Mas, mesmo entre os mais ricos e conseqüentemente os que mais têm acesso a internet, a revista impressa ainda tem grande circulação. É um produto midiático que possibilita o aprofundamento da notícia oferecendo ao leitor uma pesquisa mais apurada.

O presente relatório detalha o processo de produção e desenvolvimento do produto midiático na modalidade revista, resultado do trabalho de conclusão de curso (TCC). A produção da revista Ação Evangélica surgiu no contexto de fortalecimento da comunicação interna e externa da instituição Ação Evangélica Brasil (ACEV Brasil) na ocasião da comemoração dos seus 76 anos de existência. Para divulgação de suas ações fundamentadas no evangelismo e solidariedade, prestação de contas aos seus parceiros e captação de recursos. Propõe mais, pois explora parte da história religiosa do estado da Paraíba, e destaca de forma inédita ações de evangélicos para o desenvolvimento sustentável do semiárido nordestino, abordando educação, defesa de direitos, preservação do bioma Caatinga e inclusão social.

Não é apenas um produto de entretenimento, informativo ou institucional, mas também é educativo quando em seu conteúdo apresenta o processo técnico de implantação do Programa Sertão Sustentável, uma atividade comunitária de

---

<sup>1</sup>Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet-no-brasil/>. Acesso em: 23 nov.2014

agricultura familiar. Possui um conteúdo humanizado buscando identificação do leitor, estimulando

ao aprendizado e prática. Como diz Lima<sup>2</sup> (2014):

Não se pode educar com eficiência, porém, do ponto de vista comunicacional, se a mensagem utilizada é fria, insonsa, reducionista, linear, rasa. Não se pode tocar a mente e o coração do receptor se a única via de linguagem é a racional e lógica. Pois o ser humano não é apenas uma criatura logicamente pensante. Imbricada com sua inteligência racional trafega a inteligência emocional. Associadas às suas dimensões racional e emocional navegam as dimensões psicológica, simbólica, arquetípica e até mesmo espiritual - não no sentido restrito das religiões partidárias, mas sim da conectividade voluntária ou não entre a consciência individual e o quadro dinâmico mais amplo da existência. (Lima, 2014, p.126)

Nesse sentido, também trabalha informações dos resultados do primeiro evento que reuniu líderes evangélicos dos nove estados do Nordeste para discutir a participação da igreja evangélica na sustentabilidade do Sertão, influenciando a formação do conceito cristão evangélico para uma nova postura quanto a questões sociais. Investe em um novo olhar de dentro para fora da igreja evangélica, levando o leitor a descobertas e reverberização de ações que promovem desenvolvimento integral ao ser humano.

Esse produto contribuirá para nossa atividade profissional, pois supre uma necessidade do mercado até então não observada pelo olhar jornalístico. De atender o crescente público evangélico no Brasil, projetando ações de responsabilidade social da própria classe, mostrando um diferencial real que participa do desenvolvimento social e influencia para novas iniciativas.

[...] as revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles. E justamente aí reside o maior desafio de quem quer, atualmente, descobrir novos mercados e trabalhar em revistas. É preciso entender quais são as tendências que estão surgindo e quais delas podem traduzir-se em novos títulos. (SCALZO, 2011, p. 50).

Oferecemos à sociedade evangélica a possibilidade de registro, pesquisa, divulgação, publicidade e projeção de sua fé e ação. Fazendo-a reconhecida como cidadã compromissada com o desenvolvimento sustentável.

---

<sup>2</sup> Edvaldo Pereira Lima é pós-doutor em Educação pela Universidade de Toronto, Canadá; Doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Produzir uma revista com a iniciativa cristã da Ação Evangélica em comemoração aos seus 76 anos de ações para convivência com o semiárido paraibano.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Tornar conhecida a Ação Evangélica Social entre órgãos públicos, empresas e outras organizações a fim de captação de recursos;
- Disponibilizar aos parceiros da Ação Evangélica um produto que lhes norteie quanto ao histórico e resultados das atividades da instituição;
- Aproveitar a experiência com a produção de reportagens, fotografias e diagramação para por em prática os ensinamentos adquiridos durante nossa formação acadêmico-profissional.

### 3.JUSTIFICATIVA

A diversidade religiosa é característica patente no contexto brasileiro. Na cultura nordestina, é evidenciada pelo catolicismo. No entanto, é importante divulgar outras iniciativas que fazem parte da história e cultura do Nordeste, principalmente quando essas contribuem para mudanças sociais. Segundo Bellotti (2004):

Isso significa que o estatuto que as religiões possuem no mundo contemporâneo influencia na forma de se teorizar o campo religioso – como um fenômeno cultural amplo, e não somente como uma propriedade desta ou daquela instituição. Por outro lado, embates dentro do campo religioso suscitam preocupação com a questão da tolerância religiosa e do diálogo inter-religioso. Assim como houve estudos que mostravam o caráter nocivamente ideológico e alienante da mídia evangélica (Assmann 1986), há estudos (Campos 1997) que procuram entender a mídia como lugar de representações, cuja compreensão permitiria entender as lógicas que animam os discursos, os símbolos e as visões de mundo de grupos evangélicos, a fim de dissipar preconceitos e hostilizações direcionadas a essa parcela religiosa minoritária no Brasil. Isso não significa tomar os evangélicos nem como charlatães nem como vítimas, mas sim como um grupo social dinâmico e ambivalente. (BELLOTTI, 2004, p.101).

O Plenário do Senado aprovou o Projeto de Lei da Câmara (PLC) 27/2009, alterando a Lei Rouanet (Lei 8.313/1991) para reconhecer como manifestação cultural brasileira a música Gospel e os eventos relacionados ao estilo. Esse reconhecimento reflete a influência da classe devido ao aumento do número de evangélicos no Brasil, que aumentou 61% em 10 anos, como aponta o IBGE. Na Paraíba, nos últimos dez anos, a população evangélica quase triplicou conforme projeção do Ministério de Apoio com Informação (MAI).

Existem poucas revistas jornalísticas evangélicas impressas no Brasil. As mais expressivas são: Ultimato, Cristianismo Hoje, Igreja e Brasil Gospel. Não há indícios de uma revista para categoria que seja do nordeste. E, que nacionalmente, expresse em sua editoria a contribuição cidadã do seguimento para o desenvolvimento regional.

A revista Ação Evangélica apresenta-se na modalidade especializada, de acordo com o Manual de Normatização do TCC do Curso de Comunicação Social da UEPB(2011, p. 32), pois trabalha seu conteúdo com assuntos e acontecimentos abordando questões de interesse dos evangélicos, seu público alvo: religião, defesa de direitos, educação, inclusão social, preservação ambiental e sustentabilidade. Propõe-se

a oferecer ao leitor, a história e as ações da Igreja Ação Evangélica, em vários municípios do Sertão da Paraíba, do Ceará, Pernambuco, estendendo-se recentemente aos estados da Bahia, São Paulo e Brasília. Uma instituição religiosa que atua há 76 anos no Brasil, disseminando a filosofia da Missão Integral: Alcançar o homem todo (alma, corpo e ambiente), por ele ser um membro integrado e comunitário em sua realidade. Segundo Assis<sup>3</sup> (2009):

Como bem diz José Marques de Melo, no prefácio do livro *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*, a religião está “indissolavelmente ligada à cidadania brasileira”, principalmente se forem levados em conta os períodos conturbado pelos quais o país transitou, nas décadas anteriores, quando alguns ícones das igrejas se posicionaram como defensores da democracia e atuaram como formadores de um pensamento cidadão. Por isso mesmo, as ponderações reunidas nas 302 páginas do volume refletem com propriedade o alcance da comunicação eclesial junto à população brasileira. (ASSIS, 2009, p. 204).

Por viver esta filosofia, aonde uma filial da Igreja Ação Evangélica se estabelece, promove o desenvolvimento integral (espiritual e socioambiental simultaneamente) com as comunidades que mantêm relacionamento, independente de sua opção religiosa. Segundo Daniella Hiche<sup>4</sup>, o *“Brasil chega a sua fase adulta cobrando do Estado e de seus cidadãos a maturidade de reconhecer a função social das religiões e a verdadeira essência do lema “igualdade na diversidade”*.

Como produto de pesquisa, essa revista servirá para informar, divulgar, registrar e manter parte da história religiosa da região sertaneja do nordeste. Além de incentivar outras iniciativas evangélicas, promover novas parcerias e captar recursos para dar continuidade e expansão às ações da instituição.

---

<sup>3</sup>Francisco de Assis é mestre em Comunicação Social e especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), jornalista formado pela Universidade de Taubaté (Unitau), pesquisador do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação (Nupec) na mesma instituição, Taubaté, SP - Brasil

<sup>4</sup>Daniella Hiche é membro da Comunidade Bahá'í do Brasil e do Comitê de Diversidade Religiosa da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República.

#### 4. ORÇAMENTO PRELIMINAR

Campina Grande 16/05/2014 À Acev Social At. Gleydice Fone: (83)8873-1557 Fax: (83)3331-1285	
--	--

Prezado cliente,  
 Vimos através desta apresentar nossa proposta orçamentária para a confecção do(s) serviço(s) conforme especificações abaixo :

Item(s) solicitado(s) do orçamento nune050698.

✓050698.01 1.000 Revistas - Fe. 210x300mm-Sem Plastificação.COM DESCONTO

Capa+Miolo: 40 págs, 210x297mm, 4 cores em Couche Brilho Névia 80g. Prova Digital.  
 Dobra Manual, Grampeado, Cintado.

Total: R\$ 3.373,00 Unitário: R\$ 3,373 Pgto: 30/60 dias

✓050698.02 1.500 Revistas - Fe. 210x300mm-Sem Plastificação.COM DESCONTO

Idem item anterior

Total: R\$ 3.870,00 Unitário: R\$ 2,58 Pgto: 30/60 dias

✓050698.03 2.000 Revistas - Fe. 210x300mm-Sem Plastificação.COM DESCONTO

Idem item anterior

Total: R\$ 4.366,00 Unitário: R\$ 2,183 Pgto: 30/60 dias

1 - Validade da Proposta - 30 dias; 2. Condição de pagamento Sujeita a avaliação de cadastro junto ao Serasa;

Vendedor Maria Aparecida Pereira Guimar

Orçamentista: Cida

Atenciosamente,

Grafica e Editora Agenda Ltda





## 6. DETALHAMENTO TÉCNICO

Na construção do projeto gráfico para a revista, optamos por utilizar as cores da instituição religiosa Ação Evangélica, evidenciadas em todo o layout do projeto, como na capa e nas indicações de editoriais. Neste sentido, concordamos com Guimarães (2003) que ao discutir/analisar o uso das cores na mídia, propõe o uso consciente e informativo das cores. *De todas as possibilidades gráficas para construção de uma Identidade Visual, a cor é um dos itens mais importantes. A cor é o elemento de código visual, com maior poder de comunicação de forma autônoma* (BASTOS, 2006, p. 129).

Figura 1- Capa  
Fonte: Autores



Figura 2 –Reportagem de capa  
Fonte: Autores



A proposta possibilitou aos membros da instituição um auto reconhecimento e auxiliou na construção da imagem da Igreja junto ao novo público. Essa concepção acontece, sobretudo, pela predominância de cores como o verde, presente nas logos dos projetos sociais, e o azul, presente nas instalações físicas da Igreja. Segundo Bastos (2006):

O verde contém a dualidade do impulso ativo e a tendência ao descanso e relaxamento. Sugere umidade, calma, frescor, esperança, amizade e equilíbrio. Além de todas as conexões com a Ecologia e a natureza. [...] O azul é a cor do divino, a cor do eterno. A experiência continuada converteu a cor de tudo que desejamos que permaneça, de tudo que deve durar eternamente. (BASTOS, 2006, p. 101-102).

As imagens veiculadas na revista representam um pouco das transformações tecnológicas ocorridas ao longo das últimas décadas na fotografia. Entre elas

destacamos, as imagens da editoria de História e Sustentabilidade. Nessa época, meados de 1930, a fotografia analógica tinha como principal função a informação. Como afirma Sousa (2006, p. 8) ao ressaltar que “a finalidade primeira do fotojornalismo, entendido de uma forma lata, é informar”. Assim como para Lima (1998, p.17), ao declarar “que a fotografia utilizada na imprensa, o seu maior produtor, tem caráter e predominância informativa”.

Figura 3 - História  
Fonte: Autores



Figura 4 – Sustentabilidade  
Fonte: Autores



As discussões estéticas e o uso de recursos gráficos para compor a imagem, ganharam espaço no final dos anos de 1980, com o advento da fotografia digital. Desde então, as discussões entre fotografias analógicas e digitais sobre edição e manipulação de imagem não cessão.

Há problemas de ordem ética e estética envolvendo a fotografia analógica e digital, há argumentos graves e preocupantes para todos os que buscam a ética e a verdade da fotografia jornalística. Acontecimentos recentes mostram o sério problema da manipulação e fabricação de imagens, de modo a torná-las mais realistas e sedutoras, sem ética, sem escrúpulos.(OLIVEIRA, 2006, p. 5).

No que se refere a construção da primeira página, Boas (1996) observa que as revistas necessitam de aberturas envolventes e isso inclui as capas, que é onde ocorre o primeiro impacto, é para onde primeiro as pessoas olham. Ela deve ser criativa, pois, de acordo com o autor, “há o empenho de sustentar o interesse do leitor. Daí se produzir uma capa com atrativos de uma embalagem, e não apenas em julgamento de importância jornalística” (BOAS, 1996, p.72).

Figura 5 – Evolução das capas Fonte: Autores



As matérias de uma lauda ganharam uma coloração diferenciada das demais, no plano de fundo. Uma vez que as cores aplicadas fazem parte do discurso gráfico da revista. A precisão da informação dependera, pois da história dessa cor, do conhecimento do receptor da informação dessa história e do contexto criado pela apresentação da notícia para “empurrar” a cor para o significado que se esperar que ela venha a formar (GUIMARÃES, 2003, p. 41).

Figura 6 – Editoriais: Defesa de direito, Cultura e Perfil Fonte: Autores



Como a Igreja atua, defende e preserva a vegetação e os animais nativos do semiárido nordestino. Diagramamos como plano de fundo em duas editoriais (Capa e Natureza) imagens que justificassem a postura da ACEV. A imagem, que a fotografia nos proporciona, pode ser interpretada maneira simples, contudo a interpretação de a toda imagem fotográfica depende do contexto em que foi criada (MARTINS, 2013, p. 12).

Figura 7: Editorias: Capa e Natureza  
 Fonte: Autores



A padronização da tipografia para títulos e textos, também contribuíram para a construção da Identidade Visual. Uma vez que a passagem entre as editorias acontece de forma discreta e correlacionada. Possibilitando ao público leitor uma compreensão rápida e clara da pauta seguinte.

É preciso respeitar o hábito visual do leitor, acostumando a encontrar sempre na mesma página e no mesmo lugar, o mesmo assunto ou tipo de informação. Assim, manter essa tradição e orientação deve ser uma das obrigações fundamentais do diagramador. (BRAJNOVIC, apud SILVA, 1985, p. 67).

Figura 8 – Títulos de Matérias  
 Fonte: Autores



O formato adotado para publicação foi de 20cm de largura por 26,5 cm de altura, atendendo assim, as especificações técnicas propostas pelo Manual de Normatização do TCC de Comunicação Social (2011, p. 32). De acordo com estas dimensões, optamos pela diagramação dos elementos em três colunas. Segundo Collaro (2000, p. 95) esta diagramação proporciona um visual mais eficiente e enquadra o texto numa largura quase perfeita em termos de legibilidade.

A disposição das imagens é outro aspecto que compõe a Identidade Visual. A proposta de fazer com que as imagens ultrapassem os limites gráficos deu um ar moderno ao layout da revista. Pois, levamos em consideração além da versão impressa, a versão online do periódico disponibilizada na plataforma do ISSUU na internet (ISSUU/revistaacaoevangelica). Em qualquer situação, uma boa imagem será sempre importante – e é ela o primeiro elemento que prenderá a atenção do leitor (SCALZO, 2011, p. 63).

Figura 9 – Editorias: Entrevista e Sustentabilidade  
Fonte: Autores



Além do público alvo, procuramos atingir com maior ênfase o trabalho desenvolvido pelos membros da Ação Evangélica. Para tanto, exceto as imagens da editoria Natureza, todas as demais são de cunho social. Possibilitando uma maior aproximação entre os personagens e os leitores. Conforme Scalzo (2011, p. 67) assegura “*como tudo em uma revista é o leitor, é ele, também, quem vai determinar o tipo de linguagem gráfica a ser utilizada na publicação*”.

Figura 10 – Editorias: História, Ação e Inclusão Social  
Fonte: Autores



Como a questão comercial, não interferiu e nem moldou nossa linha editorial, algo raro de acontecer no mercado. A revista Ação Evangélica buscou – seja através de tipologias, imagens, design, entre outros– humanizar os relatos e estabelecer laços de fidelidade com o leitor. Características próprias deste meio de comunicação que acompanha o seu público, aonde quer que ele esteja. Afinal, a revista está sempre a mão daqueles que desejam conhecer e aprimorar saberes.

## 7. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

O surgimento da revista Ação Evangélica aconteceu ainda nas carteiras do antigo DECOM no bairro São José. Na época, produzíamos uma revista simples como atividade de avaliação da II Unidade do componente curricular Jornalismo Impresso II (2012.1), ministrado pela Prof.<sup>a</sup> Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos. A experiência de produzir e executar pautas nos despertou para este veículo de comunicação.

A confirmação de que o produto midiático, revista, seria o nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), aconteceu no semestre seguinte, também no término de outro componente curricular, Projeto Gráfico em Jornalismo (2012.2), lecionado pelo Prof. Dr.<sup>o</sup> Fernando Firmino da Silva. Na ocasião, como atividade final desse componente, diagramamos a duras penas, no Adobe InDesign CS5 uma nova versão para revista.

Fazer uma revista de cunho evangélico era um desafio, pois ainda não tínhamos nenhuma fundamentação teórica, e não percebíamos nenhum interesse de algum docente pelo projeto.

O processo de desenvolver o anteprojeto de pesquisa no componente curricular Elaboração de Projeto em Comunicação (2013.1), ministrado pela Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ingrid Farias Fechine, contribuiu para estabelecermos os diálogos entre comunicação, religiosidade e ação social.

Decidimos convidar o Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza, por saber de sua capacidade acadêmica e por acompanhar sua positiva trajetória de orientação em produtos midiáticos. Em virtude da greve, esse convite teve de esperar um pouco mais.

Vimos nesse tempo a oportunidade de viajar para o alto Sertão da Paraíba, organizar e participar de um congresso elaborado para reunir líderes evangélicos nordestinos e discutir o tema: Por um Sertão Sustentável. Visitar os projetos sociais assistidos pela instituição, entrevistar os idealizadores e coordenadores dos projetos, fotografar as transformações sociais e produzir outras matérias para o site da Igreja. Utilizamos o relato de personagens simples, sertanejos e tipicamente nordestinos.

Neste sentido realizamos a pesquisa de campo exploratória (Severino, 2007), na qual o sujeito deve ser explorado em seu próprio meio. Compreendendo que *“na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará ocupado muito mais em prestar um serviço do que apresentar um furo de reportagem”* (SCALZO, 2011, p. 55).

A chegada do Prof. Arão de Azevedo ao projeto foi decisiva para que adotássemos uma postura mais isenta e ética, diante do material colhido ao longo da

execução das pautas. Para tanto, o docente revisou, editou e nos direcionou nas novas construções textuais. Um exemplo deste novo direcionamento está presente na disposição gráfica dos elementos na capa da revista.

Após a edição de textos e fotos, iniciamos o período mais trabalhoso de todo o processo de produção, a diagramação. Algo simples para um diagramador profissional, mas não para os discentes que durante a vivência do componente curricular Projeto Gráfico em Jornalismo II, não tiveram quase acesso ao laboratório do componente; e quando tiveram acesso, ficaram reféns da instalação do software. Resultado da transferência do departamento de comunicação no bairro São José para o Centro de Integração Acadêmica (CIA) em Bodocongó.

As lacunas deste processo foram superadas pelos direcionamentos de nosso orientador e pelas aulas de tutorial no Youtube, acessadas sempre que a versão popular do programa travava. Mas o desejo de ver a revista impressa compensava qualquer esforço.

Com a diagramação concluída, iniciamos a busca por recursos financeiros para viabilizar a tiragem de 2.000 mil exemplares. Com este objetivo, destinamos a venda de anúncios publicitários. Oferecemos espaços à *Cataventos Yvel*, *Editora Ultimato*, *Betel Publicações e Visão Cristocentrica*, *Thiago Limeira, estúdio Shamar pró-audio*, *Cultura Inglesa-Patos*, *Celebração Festas*, e banda musical *Tenda do Encontro*. Todos eles contribuem através de contratos e parcerias para as ações da ACEV Brasil, e estão harmonizados com a proposta editorial da revista. A presença dessas iniciativas na publicidade da publicação é de suma importância na condição de primeira edição da mesma.

Em seguida aceleramos as atividades para que cumpríssemos o prazo de lançamento da revista no início das comemorações dos 76 anos de fundação da Igreja no Brasil, agendado para o dia 20 de setembro de 2014, na Fazenda Verdes Pastos, em São Mamede (PB). Local que, por uma semana, recebeu a redação itinerante deste projeto para cobertura do I Congresso de Missão Integral do Sertão Nordestino (vide p. 16 e 17 da revista).

Neste período, as atividades de impressão, lançamento e distribuição caminharam simultaneamente. A impressão aconteceu na gráfica Agenda e levou aproximadamente 10 dias, entre pré-testes, ajustes na diagramação e impressão final. O lançamento, como já mencionado anteriormente, aconteceu na fazenda Verdes Pastos, durante o Encontro Anual de Líderes da ACEV (vide p. 36 da revista). A distribuição



gratuita da revista fora realizada pela Igreja (entre o público alvo, parceiros, colaboradores, denominações evangélicas) e por nós (entre familiares, amigos e corpo docente da universidade).

A revisão bibliográfica aconteceu logo em seguida. Nesta fase estabelecemos a principal vertente defendida neste trabalho: O papel social da religião. Conforme HICHE (2013):

A terceira edição do Plano Nacional de Direitos Humanos contempla em suas ações programáticas mecanismos para o livre exercício das diversas práticas religiosas, coibindo manifestações de intolerância religiosa, além da realização de pesquisas populacionais para identificar as práticas religiosas e não-crenças, bem como o número de seus adeptos no Brasil. Também reconhece a função da diversidade religiosa na disseminação da cultura de paz e propõe que esta mesma diversidade seja contemplada nos currículos escolares, como elemento da educação em direitos humanos. (HICHE, 2013).

Além de leituras que ajudaram a justificar o design gráfico da revista, entre outros aspectos, presente neste relatório teórico. A culminância deste Trabalho de Conclusão de Curso será mediante a mesa examinadora em defesa pública marcada para 27 de novembro do corrente ano.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de produção da revista Ação Evangélica abriu-nos um extenso leque de conhecimento, pois levou-nos a melhorar o aprendizado de todo o conteúdo curricular do curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo oferecido em sala de aula, a pesquisar mais sobre o papel social das religiões, a interagir com especialistas e militantes dos diversos temas abordados na revista, procurando adequação de termos e ética profissional.

Deu-nos experiência de campo, quando tivemos que promover o I Congresso de Missão Integral – Sertão Sustentável, onde reunimos 130 líderes representando os nove estados do nordeste para discussão de como a igreja evangélica pode contribuir para sustentabilidade do sertão nordestino. Quando fizemos entrevistas e visitas a comunidades beneficiadas pelos projetos da ACEV Brasil.

Diante da aprovação do público que teve contato com esse produto através de sua distribuição, estamos motivados à um próximo passo para o exercício da profissão de comunicólogos, que é o investimento no projeto de uma micro empresa intitulada Produtora Cultura Cristã. A criação da empresa surgiu numa atividade de avaliação da II unidade promovida pelo componente curricular Gestão de Empresas de Comunicação (2013.2), ministrado pela Prof<sup>a</sup> Ms. Gisele Maria Sampaio de Araújo.

A produtora visa desenvolver um portal de notícias “Revista Atos”. O portal também foi desenvolvido na culminância de outro componente curricular, Mídia Digital II (2013.2), ministrado pelo Prof. Ms. Antonio Simões Menezes. O portal envolverá não só as ações da Igreja Ação Evangélica, mas, abrangerá várias iniciativas de atos cidadãos e artístico culturais de evangélicos do nordeste. Oferecerá prestação de serviço para o desenvolvimento de projetos na área comunicação para instituições evangélicas, como: revista e vídeo institucional, boletim eletrônico, eventos, distribuição de produtos midiáticos e outros.

Acreditamos que essa revista é a primeira de muitas que virão, a princípio em periodicidade semestral. Almejando futuramente fazê-la trimestralmente. A revista Ação Evangélica e os demais projetos de comunicação mencionados no decorrer deste relatório são exemplos simples de como a teoria e prática, quando ministrados juntos, podem nortear e conduzir os discentes a determinadas especialidades do jornalismo. Esse “novo jornalismo novo” nos despertou para o empreendedorismo e reafirmou o nosso desejo de fazer um trabalho comprometido com os princípios éticos e morais.

## 9. REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. **A religião na mídia (e vice-versa)**. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/CSO/article/viewFile/771/782>> Acesso em: 05. Set. 2014 as 02h17

BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5ª ed. rev. e ampliada. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

BELLOTTI, Karina Kosicki. **Mídia, Religião e História Cultural**. Disponível em: <[http://www.pucsp.br/rever/rv4\\_2004/p\\_bellotti.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv4_2004/p_bellotti.pdf)> Acesso em 21. Nov. 2014 as 21h

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico – Teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Sammus, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores da mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.

HICHE, Daniella. **O papel social das religiões**. Disponível: <<http://www.meel.org.br/o-papel-social-das-religoes>> Acesso em: 09 set. 2014 as 02h35

LIMA, Edvaldo Pereira. **Storytelling plataforma impressa e digital: contribuição potencial do jornalismo literário**. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/692/541>> Acesso em 24 nov. 2014 as 07h56

LIMA, Ivan. **A fotografia e sua linguagem**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

MARTINS, Célia. **A imagem fotográfica como uma forma de comunicação e construção estética: Apontamentos sobre a fotografia vencedora do World Press Photo 2010**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/martins-celia-2013-imagem-fotografica-como-uma-forma-de-comunicacao.pdf>> Acesso em 10 nov. 2014 as 14h37

OLIVEIRA, Erivam Morais de. **Da fotografia analógica à ascensão da fotografia digital**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-erivam-fotografia-analogica-fotografia-digital.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2014 as 02h17

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 4 ed., 1 reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Disponível em: <> Acesso em 17 abr. 2014 as 09h15

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: O planejamento gráfico da comunicação impressa**. São Paulo: Sammus, 1985.

UEPB. **Manual de normatização do trabalho de conclusão de curso – TCC do curso de Comunicação Social**./Organizadores: Cássia Lobão Assis, Goretti Maria

Sampaio de Freitas, Luiz Custodio da Silva, Maria de Fátima Cavalcante Luna, Maria Salete Vidal da Silva, Robéria Nádia Araújo Nascimento. Universidade Estadual da Paraíba; Campina Grande: EDUEPB, 2011.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.