

MENOS ALGORITMOS, MAIS PESSOAS:

O CAMINHO DA COMUNICAÇÃO NA IGREJA

♦ Fabiano Fachini* ♦

No 60º Dia Mundial das Comunicações Sociais, o Papa Leão XIV nos deixou uma mensagem que deveria ecoar profundamente em cada agente da Pastoral da Comunicação (Pascom): “É necessário que o rosto e a voz voltem a dizer a pessoa”.

Essa não é apenas uma reflexão bonita, é um chamado e talvez seja também um ajuste de rota na missão de evangelizar pela comunicação.

Em um tempo em que produzimos artes impecáveis, vídeos bem editados, calendários organizados e temos acesso a diferentes plataformas de inteligência artificial, corremos o risco de postar muito e mostrar pouco daquilo que realmente importa: as pessoas e suas experiências de fé.

Como viver isso, na prática, na comunicação da Igreja? Seguem estratégias para ampliar e tornar a sua comunicação mais humana.

VALORIZE FOTOS DE PESSOAS REAIS DA COMUNIDADE, NÃO SÓ ARTES PRONTAS. A IGREJA TEM ROSTO E ELE É HUMANO

O Papa nos recorda que “preservar os rostos e as vozes humanas significa, portanto, preservar esse selo, esse reflexo indelével do amor de Deus”. Quando mostramos rostos reais, mostramos que a fé é viva em nossa igreja particular.

Na prática, mostre:

- Pessoas rezando;
- Agentes pastorais servindo;
- Famílias, jovens e idosos nas atividades da paróquia;
- Olhares, gestos simples (na acolhida, celebração, encontros).

Imagem: Prostock-studio / Adobe Stock

PERMITA QUE A COMUNIDADE DE FIÉIS FALE, NÃO SÓ A INSTITUIÇÃO. UMA BOA COMUNICAÇÃO COMEÇA NA ESCUTA

Na mensagem, o Papa afirma que “desde o momento da criação, Deus quis o ser humano como seu interlocutor”. Dar voz à comunidade fortalece o sentido de pertença e comunhão.

Na prática:

- Depoimentos em vídeo dos fiéis;
- Frases de paroquianos nos *posts*;
- Testemunhos após missas ou eventos;
- Histórias das pastorais;
- Bastidores das missões dos agentes e dos acolhidos pelas pastorais.

TROQUE A LINGUAGEM FRIA POR LINGUAGEM PASTORAL, POIS PESSOAS SE CONECTAM COM PESSOAS, NÃO COM AVISOS

Na prática:

- Ao fazer um convite, não use “O evento será às 19h”, mas “Esperamos você às 19h para rezarmos juntos” (se possível chame pelo nome).

CUIDE DO TOM DA VOZ NOS VÍDEOS E ÁUDIOS, POIS A VOZ TAMBÉM EVANGELIZA (OU AFASTA AS PESSOAS)

Na mensagem, o Papa recorda que a voz humana carrega a verdade do coração: “Rosto e voz são sagrados”. A forma comunica tanto quanto o conteúdo.

Na prática:

- Fale com calma;
- Olhe para a câmera;
- Evite a leitura mecânica;
- Sorria quando fizer sentido;
- Evite textos produzidos somente por inteligência artificial.

USE AS REDES PARA LEVAR AO ENCONTRO REAL. LEMBRE-SE SEMPRE DE QUE A COMUNICAÇÃO NÃO TERMINA NA TELA

O Papa nos lembra que a tecnologia deve servir ao encontro, nunca substituí-lo. Todo comunicador deve saber que as redes sociais são ponte e não o destino final.

Na prática:

- Faça convites claros para missas e encontros;
- Incentive a presença física;
- Mostre que a comunidade está viva;
- Incentive a busca dos sacramentos;
- Apresente as pastorais, movimentos e grupos de oração como caminho de encontro e missão na igreja

TRATE COMENTÁRIOS E MENSAGENS COMO PESSOAS, NÃO NÚMEROS. DO OUTRO LADO DAS TELAS HÁ CORAÇÕES

Na mensagem, o Papa afirma que “todos somos chamados a cooperar” e essa cooperação começa no respeito a cada pessoa que interage conosco. Na comunicação católica, não lidamos com métricas, mas com pessoas.

Na prática:

- Responda com empatia;
- Evite respostas automáticas frias;
- Acolha dúvidas e dores;
- Responda a todos.

Comunicar na Igreja é tornar visível a presença de Cristo, que sempre olhou, escutou e falou com amor. Como ensina o Papa Leão XIV na mensagem do Dia Mundial das Comunicações Sociais, “É necessário preservar o dom da comunicação como a mais profunda verdade do ser humano”. Não comunicamos para aparecer, mas para fazer a pessoa se sentir vista, ouvida e acolhida.●

***Fabiano Fachini** é formado em Comunicação Social-Jornalismo e possui MBA em *Marketing*. Realiza palestras e *workshops* pelo Brasil sobre comunicação e redes sociais na Igreja. Em seu *Instagram*, reúne comunicadores interessados em conteúdo e estratégia para a gestão de mídias digitais.