

Manual de Linguagem, Mídias Sociais e Relacionamento Digital

Assessoria de Comunicação
Social Espírita

Seja bem vind(a)!

O documento que você tem em mãos (ou na tela diante de si) é um manual com orientações para a linguagem e as ações de difusão e divulgação da Doutrina Espírita, assim como para a propagação das atividades federativas, através dos canais oficiais de mídias sociais da Federação Espírita do Rio Grande do Sul. Nele, referenciamos informações contidas no Regimento Interno da Federativa e no Plano de Comunicação Institucional. Por isso, é preciso, para fazer uso deste manual, estar apropriado do conteúdo de tais documentos.

Também angariamos inspiração nas pesquisas do campo da comunicação social, quando oportuno. Todavia, tal uso não olvidará que, nas palavras de Mendes Ribeiro¹, "A Comunicação Social urge qualificação, e essa qualidade é o Espiritismo." As orientações Doutrinárias, portanto, sobrepõem-se a qualquer prescrição aqui feita.

Este documento configura-se em um manual a ser estudado e consultado pelos tarefeiros comprometidos com a divulgação do Espiritismo nas fronteiras dos canais institucionais online da Federação Espírita do Rio Grande do Sul. Ele origina-se da diretriz contida no Plano de Comunicação Institucional, que determina a sistematização e supervisão de atividades de produção de conteúdo e divulgação por parte da Assessoria de Comunicação. Nesses termos, define a unidade da voz da Federativa, ou seja, busca evitar disparidades ou personalismos que acarretem na perda de identidade, assim como ruídos de comunicação e outros efeitos negativos.

É necessário implementar um viés institucional, para orientar a produção e publicação de informativos, comunicados, mensagens em massa e segmentadas, e outros meios de comunicação, observando-se especialmente a unicidade de discurso através do aprimoramento da linguagem.²

¹ Mensagem recebida em reunião mediúnica na Fergs em 10 de junho de 2016

² Plano de Comunicação Institucional da Fergs, 2019, p.20.

Assim, aqui você encontra um passo a passo de como se comunicar pelos canais da Fergs - que expressões utilizar, quais evitar, como se relacionar com os usuários das redes, dentre outras informações importantes. Ademais, aqui também estabelecemos orientações gerais para os canais em uso atualmente, tendo em mente a efemeridade da relevância dos sites de redes sociais.

Portanto, seja para a página no Facebook, o Instagram, blog, twitter, mailling, assim como qualquer outra comunicação online, os voluntários e colaboradores envolvidos na tarefa da Comunicação deverão seguir as orientações contidas a seguir.

A Fergs

Fundada em 17 de fevereiro de 1921, a Federação Espírita do Rio Grande do Sul é organização religiosa de caráter científico, filosófico, religioso, educacional, cultural e de ação social, sem fins lucrativos, resultante da união de sociedades civis, espíritas, do Estado, em cujo território situa seu âmbito de ação, tendo por finalidade a unificação, orientando, coordenando e dinamizando o Movimento Espírita do Estado.³

Para melhor compreender suas áreas de atuação e funcionamento interno, leia o [Regimento Interno da Federação](#) e o seu [Estatuto](#). Da mesma maneira, é importante estar apropriado de sua história, registrada, em parte, no site da instituição. [Leia aqui](#).

Persona

A unificação da comunicação da Federação passa não apenas por compreender a história e funcionamento interno da instituição, mas também por criar uma

³ Fergs, Diretoria Executiva, <<https://www.fergs.org.br/diretoria-executiva>> Acesso em 25.11.19.

personalidade de comunicação que expresse a [missão, a visão e os valores da Fergs](#).

A essa criação damos o nome de *persona*:

A *persona* pode ser, objetivamente, a personificação de um ou mais públicos alvo [o que facilita, especialmente, a divulgação de produtos] ou a de preceitos e valores esposados pela instituição.

Neste manual, fazemos o exercício de casar o espírita, mais especificamente, o trabalhador espírita gaúcho, e o Espiritismo na criação de uma *persona* que expresse os valores da Federativa e, portanto, conecte-se com os membros do movimento, mas que também personifique a mensagem espírita para aqueles que, ainda simpatizantes, buscam o consolo da Doutrina.

A *persona* da Fergs, portanto, tem como características:

Unificadora: cooperadora e organizadora, é liderança dedicada, equilibrada e amorosa. Para ela não há preferidos, privilegiados, esquecidos ou indesejados. Todos os estudantes, trabalhadores e simpatizantes compõem um grupo igual em importância, valoroso em sua diversidade.

Nesse sentido, a Federativa é a voz dos espíritas de todos os rincões do estado, além de ser receptiva aos irmãos de outros recantos do país. Feito **Francisco Spinelli**, não há distância que a separe da tarefa - do interior gaúcho ao Brasil profundo do nordeste, a todo solo é garantida a semeadura.

Por isso, esforça-se para a todos os bons esforços representar, evidenciar e divulgar.

Simples: À maneira de **Irmã Rolica**, é espontânea, autêntica, discreta e despretensiosa. Por isso, prioriza a primeira pessoa do plural em detrimento do singular. Exercita a humildade que deseja conquistar, reforçando que nenhum

trabalho é mérito seu, mas sim dos tarefeiros que ombreiam conjuntamente na seara do Mestre.

Também é simples ao se comunicar, pois sua fala se dedica à difusão da Doutrina dos Espíritos, e essa, como sabemos através do Evangelho, tem como essência a clareza: “A clareza é da sua essência mesma e é donde lhe vem a força, porque a faz ir direito à inteligência. Nada tem de misteriosa e seus iniciados não se acham de posse de qualquer segredo, oculto ao vulgo.”⁴

Espírita - À imagem dos milhares de **tarefeiros** espalhados pelos pólos gaúchos, como verdadeira espírita, a Fergs é a personificação do verdadeiro cristão, que é a mesma coisa.⁵ Isso quer dizer que está em constante busca de auto-melhoramento. Ou seja, sempre que necessário, corrige-se e aprimora-se. Além disso, quando a ocasião se apresenta, agradece àqueles que oportunizaram a correção.

Por isso, a Fergs está sempre aberta ao diálogo saudável e respeitoso. Neste sentido, responde a todas as perguntas que forem feitas, esclarece dúvidas, e demonstra-se acessível.

Didática: A Fergs emprega processos e ferramentas que facilitam a compreensão da mensagem que deseja difundir. Além disso, está sempre aberta a dialogar, lançando mão dos recursos necessários, adaptando o seu conteúdo informativo àqueles que deseja (in)formar. Ou seja, como exemplificado pela professora **Cecília Rocha**, nunca perde a oportunidade de instruir, ou seja, educar(se). Por isso, abre mão da erudição e utiliza vídeos, imagens, músicas e o que mais a sua criatividade permitir para comunicar-se com **todos**. Nesse sentido, sempre que dispor das ferramentas necessárias, é acessível - traduzindo o que comunica para que esse “todos” não seja excludente a nenhum irmão.

⁴ KARDEC, Allan. O Evangelho Segundo o Espiritismo. Federação Espírita Brasileira: Brasília, 2013, p.234.

⁵ KARDEC, Allan. O Evangelho Segundo o Espiritismo. Federação Espírita Brasileira: Brasília, 2013, p.234.

Pacificadora: o estabelecimento da paz não implica passividade, mas sim, pacific(ação). O pacificador, portanto, age para restabelecer o acordo ou a calma, quando estes se perdem.

A Fergs é pacificadora na mesma medida que o guerreiro da paz, **Sepé Tiaraju**, exemplificou: É estrategista em cada palavra e ação, reflete e arquiteta cada novo passo, mas nunca deixa de agir. Compreende que todos têm sua opinião, visão e contexto. Recebe as críticas, inclusive as agressivas, e dialoga fazendo esforços para pacificar. Não é passivo agressiva, pois sabe que não está em posse da verdade absoluta. Por essa razão, sempre lança mão da Doutrina e da Boa Nova como orientação para a prática dialógica.

Solidária - piedade e empatia por todos os que sofrem é a expressão do sentimento de solidariedade. Ser solidário, portanto, é cooperar e dar assistência moral a alguém independente das circunstâncias. O coração bondoso e dinâmico de **Adelino Borba** é manual para compreendermos que não devem escassear esforços diante de um pedido de ajuda, seja ele de consolo espiritual ou auxílio material. Além disso, toda palavra da federativa deve refletir a resposta dos Espíritos à pergunta de Kardec (799): "Destruindo os preconceitos de seitas, de castas e de cor, ele [o Espiritismo] ensina aos homens a grande solidariedade que deve uni-los como irmãos."

Fraterna - a cordialidade, a amizade e a fraternidade são a tônica da personalidade da Fergs. Nesse sentido, é sempre afetuosa ao comunicar-se, mas sem ser pedante - todos são tratados como velhos amigos, companheiros de trabalho. Por isso, procura fugir de formalidades excessivas e permite-se mesmo algumas brincadeiras [desde que não fujam de todas as demais recomendações aqui expressas]. Seguindo os passos de **José Simões de Mattos**, a Fergs é a amiga a quem todos podem recorrer. Como ele, é grande entusiasta da família e estende seus laços a todos que compõem a grande parentela do Movimento Espírita Gaúcho. Chama a todos irmãos e assim os trata, conforme a

recomendação dos Espíritos no Evangelho, "Completa fraternidade deve existir entre os verdadeiros seguidores da sua Doutrina".⁶

Jovial - Roberto Pedro Michelena tinha a disciplina, dedicação constante e vanguardismo como grandes marcas de sua personalidade. Em sua carreira como militar desbravou o Brasil, como liderança espírita foi responsável por movimentos de vanguarda, como o envolvimento da Fergs na criação da Feira do Livro de Porto Alegre. Grande vitalidade e energia eram empregadas em seus esforços pela Doutrina, sendo um exemplo de jovialidade. O Evangelho Segundo o Espiritismo nos ensina que

Sois chamados a estar em contato com espíritos de naturezas diferentes, de caracteres opostos: não choqueis a nenhum daqueles com quem estiverdes. Sede joviais, sede ditosos, mas seja a vossa jovialidade a que provém de uma consciência limpa, seja a vossa ventura a do herdeiro do Céu que conta os dias que faltam para entrar na posse da sua herança.

Dessa forma, conforme as recomendações evangélicas e inspirados em Michelena, a Fergs expressa em sua comunicação leve espírito jovial - tem bom humor, boa disposição e, apesar da maturidade de seus quase 100 anos, é moderna, ligada nas novidades e espirituosa. Por isso, não tem medo de mudanças e busca sempre o aperfeiçoamento de suas técnicas, canais e estratégias.

Estudiosa - A Fergs é uma leitora de carteirinha. Mas além de devorar livros, faz também profundas reflexões sobre o que lê, buscando a aplicação dos ensinamentos em seu dia a dia. A partir da luz que emana das páginas das obras espíritas, guia seus caminhos, faz suas escolhas e escreve sua história. Cada novidade e todo projeto criado têm por base vasto e exaustivo estudo, tendo as bases fortes na codificação Kardequiana. À maneira de **Dinah Rocha**, tem no esmero, atenção e estudo o esteio de sua atuação. Suas teses são embasadas em trabalho incansável de pesquisa, tendo alegria em estudar. Além disso, sempre tem uma dica de leitura na ponta da língua seja para consolar, seja para edificar.

⁶ KARDEC, Allan. O Evangelho Segundo o Espiritismo. Federação Espírita Brasileira: Brasília, 2013, p.162

Como fala?

A maneira como nos expressamos é reflexo irrefutável do que carregamos dentro de nós. O evangelho de Mateus (12:34) registrou essa verdade nas palavras de Jesus: “Da abundância do coração fala a boca”. Sobre isso, Vinícius Lousada nos diz que:

“[...] desse modo, toda a expressão nossa revela a respectiva condição de elevação espiritual de cada um, porque o que transmitimos aos outros fala o que realmente somos, pois que na palavra ou no gesto projetamos os fluidos peculiares da atmosfera espiritual que somos portadores, qualificada pelos pensamento, sentimento e emoções cultivadas na intimidade d’alma.”⁷

Assim, como já conhecemos a persona da Fergs, falta sabermos como essa essência se expressa em sua fala. Para isso, nesta sessão você encontra orientações sobre como comunicar essa persona, ou seja, a forma da expressão da Federativa. Isso tem relação não apenas com a escolha de palavras, mas também de outras linguagens: os sons, as visualidades, a música, as audiovisualidades e tantas outras variantes.

A semiótica, uma das áreas compreendidas no campo de estudos da Comunicação Social, ensina que forma e conteúdo são inseparáveis e implicam-se mutuamente. Dessa maneira, do mesmo jeito que devemos ser criteriosos na escolha dos termos e fontes bibliográficas, para que representem, não apenas a Fergs, mas a pureza Doutrinária, devemos operar a mesma fina curadoria com a imagética de fotos, ilustrações, vídeos e mesmo canções (pois estas pintam imagens nas mentes de cada um que as escuta).

Neste sentido, estabelecemos abaixo algumas diretrizes gerais para a forma da nossa expressão. Em outras palavras: como a Fergs fala?

Você - Por ser muito estudiosa, mas não prepotente e excessivamente erudita; por ser clara, simples e acolhedora, a Fergs opta pelo pronome de tratamento **você** em

⁷ LOUSADA, Vinícius Lima. A linguagem do coração: diálogo e prática do evangelho na Seara Espírita. In: União e Unificação. FERGS Editora: Porto Alegre, 2018.

suas conjugações, em detrimento do **tu** que, apesar de marca registrada da nossa terra, pode soar rebuscado demais na sua correta conjugação.

Área é feminino - É comum, por um costume dos tempos de “Departamento”, nos referirmos ao Doutrinário, ao AFA, ao ACOM e assim por diante. Por isso, cuidado redobrado na revisão, pois Área é substantivo feminino!

Centros Espíritas - Para se referir ao conjunto de Casas, Sociedades, Grupos e outras denominações de instituições, a fergs utiliza o termo “**Centros Espíritas**”. Ao nominá-los individualmente, porém, respeita-se a denominação da instituição.

Bom dia, amigo! - Ao responder a qualquer comentário, dúvida ou crítica, a Fergs cumprimenta com um **bom dia**, boa tarde ou boa noite; Somos acolhedores! Além disso, sempre chama a pessoa **pelo nome** ou pelos vocativos **amigo** e **irmão**. Após a resposta, **agradece pelo comentário**, inclusive quando for uma crítica, reconhecendo a abençoada oportunidade de evolução e diálogo.

Uma pedra angular aparente - Sempre que possível, a Federativa ilustra seus argumentos ou apresenta sua atividade expondo suas bases através de palavras do **Cristo** ou das obras da Codificação. A forma das palavras evangélicas e das Obras Básicas conecta a imagem da Fergs diretamente ao seu propósito.

Qual belo e qual bom? - A ética platônica do belo e do bom não é novidade para os estudantes do Espiritismo. Mas é importante lembrar que, **bom e belo não são critérios pessoais**. A escolha imagética para cards, cartazes, vídeos e mesmo a seleção de fotos de divulgação deve ter como critério a mensagem inerente à visualidade em questão:

- O que os elementos da imagem comunicam?
- Sua beleza é útil? Para quê?
- Ela tem clareza e qualidade suficientes para carregar a mensagem da Federativa?

- Quais são as possíveis interpretações que ela suscita?

- Que sentimentos e pensamentos ela desperta?

As respostas a essas perguntas têm ressonância com a persona da Fergs e a mensagem espírita? Se sim, a imagem é adequada. Mas não esqueça - além de todos esses critérios, é preciso ter a devida autorização para o uso da imagem, seja o registro em coberturas jornalística, seja a licença para imagens de banco. Nada de utilizar imagens aleatórias do google, ok?

Somos muitos - A Fergs não tem apenas um, mas **muitos rostos**. Sua persona reúne os espíritas de todos os rincões, raças, gêneros, gerações e origens. Por isso, além de priorizar uma imagética humana, **diversidade** também é palavra chave para a nossa curadoria de imagens.

Despersonalizar - Se a Fergs representa a todos os espíritas gaúchos, não há espaço para personalismos em nossa comunicação. Portanto, sempre que possível, evitar a supervalorização de nomes ou rostos específicos.

Falar de sofrimento - Não raro a Federativa irá convidar seu público para **refletir sobre questões sensíveis**, como vícios, suicídio, depressão e outras mazelas da alma. Equalizar a gravidade dessas temáticas com o belo e o bom é sempre um desafio. Neste sentido, lembremos do caráter consolador da Doutrina. A mensagem das imagens utilizadas para falar de tais assuntos, portanto, deve **comunicar esperança e redenção**, nunca desespero e desengano. Além disso, as imagens são fortes estimulantes, por isso, cautela extrema no que iremos estimular através da nossa comunicação visual. Prefiramos, no caso das drogas, por exemplo, expressar a luz no fim do túnel e não ilustrar o uso de substâncias.

Um idioma secreto - ME, RD, PAF, CRSUL, UDE, UME, CRE... Se você sabe o significado de pelo menos metade destas siglas, você provavelmente já atingiu um bom nível de fluência na peculiar linguagem dos trabalhadores do Movimento Espírita. As siglas tornam a comunicação cotidiana entre esses seareiros mais rápida e prática, mas cria uma barreira intransponível para os simpatizantes. Não

podem haver mistérios ou segredos ocultos para quem busca a Doutrina através da comunicação da Fergs. Por isso, **em nossos canais não é permitido apenas lançar mão de uma sigla sem a devida tradução.**

Assim, a primeira vez em que for usada na comunicação em questão, deve ser escrita por extenso e, se possível, elucidada quanto à sua natureza. Por exemplo: União Municipal Espírita de Canoas, órgão de unificação federativo, que agrega e orienta os Centros Espíritas do Município. Essa mesma elucidação deve ser feita a outros termos próprios do movimento, como "multiplicador", ou termos técnicos da codificação, como "psicofonia". Lembre-se que a Fergs é estudiosa, na dúvida, consulte a [Kardecpedia](#), a [página sobre o Movimento Espírita](#) no site da Fergs ou a [Wiki Fergs!](#)

Espiritismo para todos - A Fergs é didática, lembra? Isso implica tornar o conteúdo e a sua forma acessíveis e sensíveis para cada público e para todos os públicos. O que isso quer dizer? Que devemos levar em conta a diversidade de limitações, de entendimentos e de gerações. As crianças necessitam de cores, de dinamismo; os idosos de clareza, de paciência; Os surdos de comunicação objetiva e, claro, de LIBRAS; Os cegos de (audio)descrição e de recursos sonoros atraentes; as pessoas com baixa audição precisam de legendas; já as com baixa visão, precisam de grande destaque e cores contrastantes nas peças visuais; os simpatizantes precisam de informação fácil e destacada; os trabalhadores e estudantes, de complexidade e profundidade; os adolescentes precisam do que há de mais moderno. E todos necessitam de acesso a Jesus. Mesmo quando focamos em um público específico, cada detalhe deve ser pensado para que ninguém fique de fora. Não será a Fergs a responsável por bloquear a nossos irmãos o acesso ao Consolador.

#pracegover - Além de priorizar a simplicidade da linguagem e não usar siglas sem sua "tradução" por extenso, de modo que os softwares de leitura para cegos possam reconhecer todas as palavras, nossos irmãos também precisam "**ver**" **as imagens** utilizadas em nossas redes. Dessa maneira, para toda imagem postada é preciso, ao fim do texto da postagem e após a hashtag #pracegover, acrescentar

uma **descrição fiel da imagem** utilizada. Ao final da descrição deve haver a frase "**Fim da descrição**". Outra dica importante é evitar neologismos para neutralização de gênero, como: MeninXs ou Menin@s.

LIBRAS - Você sabia que a Língua Brasileira de Sinais é a segunda língua oficial do Brasil? Nem todo surdo domina o português, assim, a tradução é sempre preferível ao uso de legendas. Dessa forma, quando os recursos se fizerem possíveis, é imprescindível a tradução de LIBRAS nos vídeos. Na impossibilidade da participação de uma intérprete, acrescentar legendas.

Marca da Fergs - Em 2019 a marca da Fergs foi modificada a partir de votação que envolveu todo o Movimento Espírita Gaúcho. Seu uso efetivou-se em 2020 e os critérios para aplicação estão disponíveis no Manual de Marca.

Fergs, não FERGS - A sigla da Fergs se escreve assim: a primeira letra maiúscula e as demais minúsculas. Isso se deve a uma regra do português para as siglas com mais de três letras, que conseguimos transformar em palavra ao lê-la.

Adeus textão! - Sabe aquele textão que você está escrevendo e planejando postar diretamente no Facebook? 2013 ligou e pediu de volta! **A era do textão acabou** e precisamos trabalhar com **camadas de interesse** e complexidade em nossas redes. Assim, no facebook, no instagram e (principalmente) no twitter é importante **priorizar as imagens** e ser objetivo na escrita! Sempre que possível, forneça um link com conteúdo em profundidade - uma notícia no blog, um link para inscrições, o vídeo completo, etc. Além disso, acredite, **é importante ser redundante!** A imagem utilizada precisa dizer o mesmo que a chamada, que precisa ser reforçada na descrição, que contém a mesma informação que será apresentada no conteúdo em profundidade do blog. Dessa forma, contemplamos os apressados, os mais preguiçosos, os interessados e os atentos.

Móvel é prioridade - *Mobile First* é um conceito aplicado em projetos ou estratégias em web, nas quais o foco primordial são os dispositivos móveis, isso

porque o acesso à internet é feito, cada vez mais, através de *smartphones* e menos por meio de *desktops*. Diante deste avanço, inclusive, especialistas acreditam que a tendência é que as plataformas deixem de ser *mobile first* para se tornarem *mobile only*. Por isso, ao criar conteúdos, seja vídeo, texto ou imagem, teste sempre seu resultado em tela de computador e também no celular, dando prioridade para melhores resultados neste último.

Do que fala?

Agora que já conhecemos a persona da Fergs e sua maneira de se expressar, abordaremos brevemente sobre o que ela fala. De maneira geral, são quatro os guarda-chuvas de conteúdo:

Evangelho de Jesus - "Amarás, pois, ao Senhor teu Deus de todo o teu coração, e de toda a tua alma, e de todo o teu entendimento, e de todas as tuas forças; este é o primeiro mandamento. E o segundo, semelhante a este, é: Amarás o teu próximo como a ti mesmo. Não há outro mandamento maior do que estes." Marcos (12:30,31)

Jesus resumiu toda a lei e os profetas em um ensinamento. A partir dele, da sua essência e profundo significado, desdobramos conteúdos no esforço de difusão da Boa Nova. Todo material produzido e divulgado em nome da Fergs deve partir desde mandamento.

Doutrina Espírita - "Ainda tenho muito que vos dizer, mas vós não o podeis suportar agora. Mas, quando vier aquele Espírito de Verdade, ele vos guiará em toda a verdade; porque não falará de si mesmo, mas dirá tudo o que tiver ouvido, e vos anunciará o que há de vir." João (16:12,13) A Doutrina Espírita é o Consolador prometido por Jesus e elucida as verdades da Boa Nova em nossa época. É missão da Federativa a difusão do Espiritismo e, aos canais online, cabe potencializar esta difusão através de alternativas criativas e fiéis aos seus princípios.

Movimento Espírita - O Movimento Espírita é o conjunto de atividades que têm por objetivo estudar, divulgar e praticar a Doutrina Espírita, colocando-a ao alcance e a serviço de toda a Humanidade.⁸ As atividades Federativas que integram o Movimento também serão mote de divulgação nos canais da Fergs, especialmente as que integram o [Plano de Atividades Federativas](#).

Regeneração Social - Allan Kardec, na Revista Espírita de 1863, informa sobre os seis períodos do Espiritismo: o da curiosidade, o filosófico, o da luta, o religioso, o intermediário e o da renovação social. Encontramo-nos, hoje, no quinto período, o intermediário, caminhando, junto do processo de Transição Planetária, para o sexto e último período, de renovação social.

A geração que surge, imbuída das idéias novas, estará em toda a sua força e preparará o caminho da que há de inaugurar o triunfo definitivo da união, da paz e da fraternidade entre os homens, confundidos numa mesma crença, pela prática da lei evangélica. Assim serão confirmadas as palavras do Cristo, já que todas devem ter cumprimento e muitas se realizam neste momento, porque os tempos preditos são chegados. Mas é em vão que, tomando a figura pela realidade, procurais sinais no céu: esses sinais estão ao vosso lado e surgem de todas as partes.⁹

Dessa forma, é momento de levar a Doutrina para além do Movimento, junto do conjunto de irmãos que necessitam do sua elucidação. Longe de praticar proselitismos, é preciso conectar o Espiritismo verticalmente a questões de nosso tempo, levando sua explicação lúcida aos anseios e sofrimentos humanos. Neste sentido, as ações da Área de Relações Institucionais estarão fortemente ligadas a este guarda-chuva de conteúdo.

Com quem fala?

⁸ Movimento espírita o que é?

<<https://www.febnet.org.br/blog/geral/o-espiritismo/movimento-espirita-o-que-e/>>

⁹ KARDEC, Allan. Período de Luta. In: Revista Espírita. ANO VI DEZEMBRO DE 1863 N°12. <<http://bit.ly/2OOA9dY>> Acesso em 27.11.19

O Plano de Comunicação Institucional determina como públicos de interesse da Federação Espírita do Rio Grande do Sul:

Público Interno: Diretoria Executiva, conselheiros, dirigentes e trabalhadores de centros espíritas, funcionários e voluntários.

Público Externo: Conselho Espírita Internacional, Federação Espírita Brasileira, Federativas Estaduais, Organizações do 1º, 2º e 3º setores e Sociedade em geral.

Portanto, além de seguir as recomendações no que diz respeito à Persona da Fergs e seu modo de expressão e dos assuntos que aborda, é preciso estudar o público alvo de cada ação de comunicação, fazendo as adequações necessárias.

Onde fala?

Tendo por base os públicos acima listados, a Federativa deve selecionar os espaços em que estará inserida de modo que haja pertinência e efetividade na sua comunicação. Atualmente, a Fergs conta com presença nas principais redes sociais (em termos de audiência e relevância), além de ter site institucional com espaço para notícias em formato de blog e, também, um sistema de envio de emails.

Essa presença não é permanente, mas sim, condicionada à relevância desses canais. Por isso, é preciso estar atento às novidades e mudanças, de modo a fazer as migrações necessárias ou modificar a abordagem de presença em alguma mídia específica. Todavia, existem alguns fatores perenes no gerenciamento de redes, independente do canal:

Frequência sustentável - A presença em uma rede deve estar condicionada à possibilidade de frequência sustentável de produção de conteúdo. As redes sociais existem em função da interação. Dessa forma, não há razão para estar nelas apenas de "corpo presente". Além disso, a constância é fator importante em todas elas. Por isso, é importante levar em consideração, na hora do planejamento, as

possibilidades da equipe envolvida, tendo um olhar realista sobre a quantidade de conteúdo que é possível produzir. A partir de tal análise, cria-se uma grade editorial e segue-se religiosamente a frequência por ela estabelecida.

Calendário e editorias - Outro fator importante é o planejamento de conteúdo. Cada rede deve ter seu próprio calendário de postagens, a partir dos seus horários de maior audiência, além de suas editorias de conteúdo próprias, levando em consideração que cada uma possui suas especificidades e ferramentas.

O automatismo afasta - Se cada rede tem seu objetivo, ferramentas e público específicos, apenas copiar e colar o mesmo conteúdo em todas é contraproducente. O automatismo afasta! Se existe um assunto de relevância que merece ser pautado em todas as redes, adapte a linguagem, as imagens e a estratégia.

Transparência e autenticidade - Sendo as redes um espaço de interação horizontal (literalmente, uma rede), é preciso inspirar confiança e verdade no público. Nesse sentido, uma instituição deve preconizar a difusão dos seus valores e dos assuntos que lhe são caros, sem se perder em conteúdos da moda apenas pelo crescimento de audiência. Além disso, é essencial que o público perceba uma interação humana por trás das páginas e perfis da Fergs. Portanto, dialogue com aqueles que comentam e compartilham o conteúdo. Curta as contribuições, responda os comentários. As redes são uma grande conversa e ninguém gosta de falar sozinho.

Antes feito, que perfeito - Na maior parte do tempo, especialmente nas coberturas ao vivo, é preciso focar na produtividade e instantaneidade mais que no perfeccionismo e no detalhismo. Tudo, claro, sem perder qualidade e fidelidade doutrinária.

Marketing de atração

Allan Kardec, na Revista Espírita de 1861, afirma que “O Espiritismo não deve ser imposto: vem-se a ele porque dele se necessita”. Por essa razão, abandonamos ações proselitistas, muito alinhadas com estratégias de marketing tradicional, para incorporar uma lógica muito próxima ao *Inbound Marketing* ou, em bom português, marketing de atração. Nesta linha, o marketing de conteúdo, SEO e estratégias em redes sociais são as ações empregadas pela Fergs em sua comunicação online.

Em termos práticos, isso quer dizer que não batemos de porta em porta, mas sim, que deixamos a nossa própria porta aberta, sinalizando-a com placas em neon. Dessa forma, necessitando, aquele que busque resposta aos seus sofrimentos e anseios, encontrará o Espiritismo e sua doutrina de amor com mais facilidade.

Abaixo, apresentamos as nossas redes atuais, uma a uma, ressaltando as suas principais características e estratégias.

Blog

O blog da Fergs consiste no espaço “notícias” do site [<https://www.fergs.org.br/noticias>]. Nele, além de notícias e matérias, também são publicados os textos dos colunistas.

SEO - A sigla SEO quer dizer *Search Engine Optimization*, ou Otimização de Mecanismo de Busca, em tradução livre. Basicamente, são técnicas utilizadas em sites para serem melhor ranqueados nos mecanismos de buscas, como o Google. Ou seja, quanto melhor forem as estratégias adotadas, mais chances de um site aparecer logo nas primeiras páginas da pesquisa e também maior a probabilidade de acessos.

No site, utilizaremos o chamado **SEO on Page**, aplicado para melhorar o desempenho dos posts do blog nos mecanismos de busca. O **SEO Off Page** é, como o nome indica, a geração de links externos que levam ao site. Isto é feito através das nossas redes sociais e mailling, como veremos nas seções mais a frente.

Atente para os itens abaixo para garantir um bom SEO - estas técnicas devem ser empregadas em todos os posts do site, assim como nas páginas criadas:

1. **Título:** O título é um dos passos mais importantes para a produção de conteúdo. Precisa ser instigante para o leitor, mas sem negligenciar o SEO. É preciso inspirar curiosidade, mas sem desonestidade (não caçamos cliques por aqui!). Para isso, utilize critérios jornalísticos para compor o título através do famoso LIDE (o *que*, *quando*, *onde*, *quem* e, se possível, *como* e *porquê*). Por fim, selecione uma ou duas palavras-chave e utilize-as! Ahhh, nada muito maior que 55 caracteres!
2. **Conteúdo de qualidade e palavras-chave:** sua redação deve prezar pela qualidade, relevância e originalidade. Um texto bom já é meio caminho andado para bons resultados. Mas, além disso, utilize as mesmas **palavras-chave** do título no **primeiro parágrafo** do seu texto e, também, nos **subtítulos**. Aliás, invista nos subtítulos, eles organizam e facilitam a leitura!
3. **Não esqueça da meta-descrição!** A meta-descrição é um pequeno texto usado pelos buscadores para descrever o conteúdo de uma página. Você a encontra clicando em "SEO" em nosso editor de texto do blog do wix e deve preenchê-la com um texto objetivo e claro, que descreva o que o leitor encontrará naquele artigo. As palavras-chave que você escolheu e utilizou no título, primeiro parágrafo e subtítulos também devem aparecer por aqui! Apesar de não ser um fator de ranqueamento reconhecido pelo Google, os usuários conseguem, através desta breve descrição, entender se aquele artigo atende ou não às suas expectativas de busca, o que ajuda nos resultados.
4. **URL** - Sempre edite a URL do seu post. Aqui também a palavra-chave deve aparecer. Tornar sua URL amigável facilita não só o trabalho do Google, que consegue identificar o assunto da página apenas pelo *slug* (parte da url legível para humanos e também mecanismos de busca) como também para os usuários. Além disso, evite URLs longas, use hífen e não use maiúsculas ou acentos.
5. **Precisa desenhar? Precisa.** Um post com imagens ilustrativas e bonitas sempre gera mais resultado. Além de fotos, invista no visual do post organizando o conteúdo em parágrafos, utilizando recursos como olho (o

primeiro parágrafo), destaques e legendas. **Importante:** quando inserir uma imagem, acrescente sempre uma descrição objetiva do que nela contém e (adivinha só!) use as mesmas palavras-chave do título, primeiro parágrafo, subtítulos e URL. Além de melhorar os resultados, a descrição da imagem é importante para que os cegos possam saber o que há na imagem ao utilizar seus softwares de leitura.

6. **Hiperlinkando** - Mantenha o leitor no site hiperlinkando palavras com páginas internas e sugerindo posts antigos. Se você está falando sobre a diretoria executiva, por exemplo, selecione a primeira vez que o termo aparece e hiperlink com a página "Diretoria Executiva". Se está falando de uma ação da Área da Família, faça o mesmo com a página da AFA, e assim por diante. No caso de seu texto remeter a um fato antigo e já noticiado, hiperlink com o post referido.

Factual - utilizando critérios de noticiabilidade, selecione os acontecimentos que devem ser noticiados jornalisticamente em nosso blog. O conceito de noticiabilidade, de acordo com Nelson Traquina¹⁰ (2008, p. 63), pode ser definido como o "conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia". Na redação, seja claro e objetivo e não esqueça de utilizar SEO também nesses textos.

Produção de pautas - Você lembra dos nossos guarda-chuvas de conteúdo? Além de publicizar o que acontece no Movimento Espírita, é importante produzir pautas também sobre os demais assuntos em nossos canais. Portanto, não esqueçamos de criar posts de fácil consumo sobre o Evangelho e o Espiritismo. As listas, por exemplo, são um formato muito recomendável para consumo fácil pelos curiosos que podem cair em nosso site e precisam encontrar conteúdo que traga conceitos de assimilação acessível. Veja só essas duas possibilidades: "10 momentos em que Jesus falou sobre tolerância no Evangelho", "9 obras para entender o

¹⁰ TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008, p.63

tríplice aspecto da Doutrina Espírita". Você consegue imaginar outras pautas nesse formato? Sim? Então mãos à obra!

Colunistas - O espaço do blog abriga também os textos dos colunistas. Estes autores precisam de liberdade em sua redação. Por isso, não necessariamente terão seguido o passo a passo do SEO. É preciso, portanto, fazer pequenas e sutis alterações nos textos recebidos, especialmente nos títulos, para que o post possa performar positivamente e a mensagem chegar em quem precisa dela.

Mailling

Através de uma plataforma de automação de marketing digital [atualmente, a Dinamize], a Fergs gerencia contatos e faz envios de emails não apenas para a rede federativa, mas também para cerca de 13mil cadastrados para receber atualizações sobre o PAF, a Fergs TV e a Editora.

Opt in - O primeiro e mais importante passo no envio de emails é a montagem de uma lista qualificada. A coleta dos endereços pode ser feita em eventos, redes sociais ou *landing page*. Já o opt in, termo utilizado para expressar que alguém concordou em receber emails, é imprescindível. A compra de listas ou cadastros de pessoas que não optaram por receber seus emails é uma prática de *black hat*¹¹ e pode gerar problemas judiciais, além de classificar o email da Fergs como spammer.

Quer se descadastrar? - É recomendável oferecer o descadastro em todos os emails enviados. Isso evita a classificação como spam e melhora os resultados de abertura e clique em nossos emails. O descadastro deve ser oferecido sem verificação para os emails pessoais. Já aos emails @fergs.org.br é vedado o descadastro, visto serem endereços institucionais ligados à federativa.

¹¹ Práticas de *Black Hat* são técnicas de [SEO](#) feitas para enganar as ferramentas. O nome faz alusão aos filmes *western*, nos quais os bandidos geralmente usavam um chapéu preto.

Segmentação - Sempre que possível, busque segmentar a lista através de tags que indiquem a procedência do contato (evento, site, etc) e seus interesses.

Assunto - O assunto do email é o item mais estratégico a ser pensado pelo produtor de conteúdo. A primeira dica é ser objetivo - assuntos curtos performam melhor. Nada de caixa alta, utilize maiúsculas e minúsculas, escrevendo e pontuando a partir das regras de português. Tente personalizar usando "você". Além disso, o uso de emojis está liberado. Porém, o mais importante é dizer exatamente o que o email irá entregar. Às vezes, tentando gerar curiosidade, mais confundimos, que instigamos o leitor.

Imagem é imagem, texto é texto - Evite enviar emails que tenham como conteúdo apenas uma imagem. Utilize o editor e, o que for conteúdo em texto deve estar contido nas caixas de texto, sendo as imagens recursos ilustrativos. Quando enviamos apenas uma imagem, corremos o risco desta não abrir imediatamente e perdermos o leitor.

Newsletter - a newsletter é um envio periódico. Na Fergs, o envio é quinzenal, nas segundas-feiras, às 9h, com uma retomada de tudo que foi publicado no blog no período dos 15 dias anteriores, eventos que estão por vir, assim como os destaques da Fergs TV.

Envios pontuais - Em casos específicos, como avisos e divulgação de eventos, serão feitos envios pontuais. Nesses casos, evita-se o envio no fim de semana e no final do dia, priorizando-se a manhã dos primeiros dias da semana. É importante não fazer mais de um envio no mesmo dia, ou envios excessivos em uma mesma semana.

Hooked - A técnica hooked consiste em uma lógica de conteúdo para uma série com no mínimo 4 emails. Usaremos esta técnica no lançamento de obras ou eventos de grande importância. O conteúdo dos disparos será composto a partir dos seguintes focos: **Gatilho** (fazer perguntas) → **Ação** (contar uma história e incentivar) → **Recompensa** (fazer promessas - e cumprir!) → **Investimento**

(relembrar o leitor do “problema inicial”). Após o último email é possível reiniciar o ciclo com um novo gatilho.

Instagram

Conta criada em 13 de janeiro de 2017, atualmente o instagram da fergs [instagram.com/federacaoespiritars] conta com 9mil curtidas e é a rede com maior envolvimento e alcance dentre as utilizadas.

Uma rede visual - o Instagram é uma rede para interação através de imagens. Por isso, o cuidado com a qualidade deve ser redobrado - o usuário irá interagir com a imagens ou vídeos mais bonitos e atrativos. Assim, há dois passos importantes a seguir:

- 1) Trate e edite todas as imagens antes da postagem, invista em cores e iluminação.
- 2) Certifique-se de adequar o tamanho da imagem: 16:9 para stories e 1200x1200 no feed.

Humanize - este é um espaço para mostrarmos a cara da Fergs, literalmente. Por aqui é possível investir nos retratos e até nas selfies - sempre buscando um equilíbrio entre o anônimo e o personalismo [lembre-se de observar nossas orientações sobre a linguagem]. Mostrar pessoas humaniza e gera engajamento em um rede dedicada a empreender conexão através de imagens.

Não custa lembrar - Você lembra que demos adeus ao textão, certo? Mas não custa repetir que este não é o espaço para longas divagações! Busque falar através das imagens [metaforicamente] e seja objetivo na descrição. Havendo a necessidade encaminhe o usuário para mais informações através de um link!

Link na bio - No feed, só é possível fornecer link através de patrocínio pago. Por essa razão, na descrição da imagem ou vídeo, indique o acesso ao link na bio. Lá, mantemos o endereço do link tree [linktr.ee/federacaoespiritars]. Este, toda vez que houver algum conteúdo novo, deve ser atualizado.

Hashtags - o uso das hashtags deve ser feito em toda postagem. A partir do tema central da publicação, selecione de duas a cinco hashtags e acrescente ao final do post. Este passo é muito importante, pois no Instagram, além de perfis, também é possível seguir hashtags. Assim, estrategicamente, além das específicas, acrescente sempre hashtags mais gerais que funcionam como âncora, pois são seguidas por mais pessoas. #Espiritismo, #Jesus, e #Kardec são bons exemplos de hashtags de ancoragem. Todavia, as específicas, como #livroespírita e #ChicoXavier, por exemplo, irão direcionar um público mais qualificado à postagem, quando representarem seu tema central.

Além disso, é importante ficar alerta às hashtags mais usadas no momento, pois sendo pertinente, é possível utilizá-las também. Todo ano, a hashtag #setembroamarelo, por exemplo, é importante na divulgação da campanha contra o suicídio.

Tendo a ética e a honestidade na base de nossa comunicação, não utilizaremos hashtags em alta apenas pela ancoragem. Então nada de acrescentar #filhotesdegatinhos ou #eleições2020 na descrição para ganhar likes, certo?

Diversidade - Para melhores resultados, seja criativo e utilize todas as ferramentas disponíveis no feed. Publique vídeos, fotos e álbuns.

O privilégio do feed - O feed do instagram não é feito para envios múltiplos. Escolha o principal conteúdo do dia e dê destaque a ele no feed. Demais conteúdos devem ser bem trabalhados nos stories. Isso evita que o algoritmo do instagram configure nossa conta como spammer e permite que as postagens performem melhor.

Interação - Utilize os recursos dos stories para criar interação. A caixa de perguntas e as enquetes são bons exemplos de ferramentas para serem exploradas. Além disso, sempre que passar pelo filtro da avaliação de pertinência, faça repost de quem estiver falando da Fergs dos stories, interaja! E não esqueça de curtir e responder os comentários.

Facebook

O Facebook é a rede mais antiga da Fergs e conta com mais de 24mil curtidas. Mesmo com o alcance em vertiginosa queda, é importante não subestimar suas potencialidades e importância, especialmente entre o público com mais de 35 anos.

Call to action - O facebook é espaço para convocações e convites. Por isso, redija descrições que incluam os chamados *call to action* - "chamados para ação" em claro português. Convide os usuários a comentar, curtir, compartilhar, acessar links, inscrever-se, etc.

Conteúdos atemporais - Os conteúdos atemporais, via de regra, são os que melhor performam no facebook. Por isso, além de notícias e divulgações de eventos, invista em conteúdo que podem rodar na rede, através de compartilhamentos, por longo tempo. Nesse escopo, estão as pílulas de palestras, citações de livros e imagens inspiradoras.

A regra do 80/20 - Na trilha dos conteúdos atemporais, existe a já consolidada regra do 80/20, sendo essa a proporção de conteúdos de interesse e conteúdos de divulgação. Conteúdos de interesse dizem respeito ao que o público busca em termos gerais - espiritualismo, evangelho, fé, espiritualidade, sentido para a vida. Já os conteúdos de divulgação, no caso da nossa Federativa, seriam aqueles que dizem respeito ao movimento, obras da editora, etc. É preciso que os conteúdos de interesse estejam proporcionalmente muito mais presentes que os de divulgação para que a página performe melhor e, também, para que simpatizantes cheguem com mais facilidade aos nossos canais.

Vídeos curtos e direto ao ponto - o formato mais recomendável para o Facebook, de longe, é o vídeo. A rede possui um player automático, que toca o vídeo assim que o usuário passa por ele na timeline. Por essa razão, os primeiros segundos são cruciais, então vá direto ao ponto!

Abuse dos links - Pela facilidade de compartilhamento de links, o facebook é ferramenta importantíssima no SEO Off Page. Portanto, abuse nos encaminhamentos. “Mais informações, acesse [link]”; “Quer saber mais? [link]”; “Confira o vídeo completo em [link]”; “Leia a notícia completa no site [link]”; são alguns exemplos para ativação de endereço. E não esqueça, priorize o site oficial!

Publicação com dia e hora marcados - É importante respeitar as editorias criadas no que diz respeito ao dia e hora estipulados.

Qualidade e quantidade - Além de primar pela qualidade das postagens é importante não flodar a timeline da página. Páginas que publicam em demasia diariamente são marcadas como spammers e bloqueadas pelo algoritmo. Prefira respeitar a grade editorial.

Transmissões - As transmissões ao vivo são conteúdo como qualquer outro na página. Por isso, é preciso que a descrição seja completa e siga nossos padrões de linguagem. Além disso, é importante que alguém esteja responsável por mediar e responder aos comentários, através da página da Fergs, ao vivo, enquanto a transmissão acontece. Para isso, esse colaborador ou voluntário deve ser capacitado pela Assessoria de Comunicação e ciente do conteúdo deste manual.

Twitter

O twitter, apesar de atualmente não ser uma rede massiva, tem forte caráter institucional e é um canal interessante para o diálogo com outras instituições e com a imprensa. Por essa razão, precisa ser cuidado com carinho, tendo uma estratégia própria e atenção no seu gerenciamento.

Trending topics - Esteja atento diariamente aos trending topics. Fazendo sentido, busque abordar o assunto enquanto tema para ancoragem, lançando luz sobre o tópico a partir do prisma da Doutrina Espírita.

Hashtags - Assim como o Instagram, o Twitter opera, em grande parte, a partir das hashtags. Por isso, use-as sempre que possível, na mesma lógica que explicamos no Instagram.

SEO Off Page - Utilize o twitter para gerar tráfego externo para o site. Sempre que for pertinente, portanto, encaminhe o usuário para o site através de links. Mas não esqueça de usar um encurtador de URL, já que as postagens têm limite de caracteres.

Imagens - As postagens no twitter também performam melhor quando contam com imagens. Respeite a proporção 2:1 e preze pela qualidade.

Interagir - Por fim, uma das estratégias mais importantes no Twitter é a promoção de interação. Cite outras contas, faça perguntas, evidencie relações, etc. Ahh, e não esqueça de responder a todos que citarem a Fergs!

Fergs TV

O youtube, além de maior videoteca online do mundo, é a segunda rede social mais acessada no planeta. Sendo assim, apesar de nosso canal chamar-se Fergs TV, esta rede está longe de ter a lógica vertical característica da televisão. Por isso, é preciso que, também no youtube, tenhamos o cuidado na linguagem e no relacionamento digital.

Visual padrão - O mesmo cuidado que temos com as páginas e perfis das demais redes, é essencial para o canal da Fergs no Youtube. Portanto, mantenha descrições, playlists, avatar e imagem de capa sempre atualizados. Os usuários devem reconhecer a instituição em sua linguagem e estética, conferindo legitimidade ao conteúdo.

Este conteúdo é para crianças? - O youtube tem uma política super rígida com relação ao conteúdo. Por isso, sempre que postarmos algo que seja direcionado especificamente a crianças, a rede exige que informemos. Esses vídeos não

poderão conter conteúdo de venda ou anúncios, de modo a proteger esta faixa etária de conteúdo comercial. Assim, nossos vídeos do programa do Conte Mais, por exemplo, serão sempre marcados como conteúdo para crianças.

Palavras-chave - Preencha sempre o campo das palavras-chave focando no assunto principal do vídeo. Adicione sinônimos e conceitos que sejam complementares à ideia central, de modo que pessoas interessadas no tema cheguem ao vídeo com mais facilidade.

Playlists - Organize o conteúdo! Nosso canal tem uma infinidade de material. Por isso, todo vídeo, de preferência, deve ser incluído em uma playlist para facilitar a navegação.

Tela final - Adicione sempre, na tela final de cada vídeo, um ou dois vídeos que possam ser de interesse do usuário. Isso irá mantê-lo no canal. No caso de programas, adicione sempre o episódio seguinte.

Título e descrição - Capriche no título e na descrição de cada vídeo. Lembra as dicas de SEO que demos para os títulos no blog? Você pode utilizá-las por aqui também. Já a descrição precisa ser objetiva, completa e também instigante.

Links e outras redes - Ajude o usuário a encontrar a Fergs! Em todas as descrições de vídeos, compartilhe os links das demais redes e do site e convide-o a nos seguir.

Hashtags, use, mas não abuse - No youtube, as hashtags aparecem logo acima do título do vídeo. Por isso, escolha uma ou duas para incluir na descrição. Além de otimizar os resultados de busca, elas filtram o conteúdo e o usuário pode navegar na rede através delas. Por isso, seja certo nesta escolha.

Relacionamento - Não negligencie o relacionamento no youtube. Curta e responda a todos os comentários.

Frequência - Respeite a frequência de programas e busque atualizar o canal conforme estabelecido em sua grade editorial

Avaliação

A avaliação é atividade perene dentro de uma lógica de marketing de atração. Por isso, periodicamente, monte relatórios, avalie e pivote o que for necessário.

Relatórios mensais - Todo primeiro dia de cada mês, é preciso emitir um relatório completo que dê conta dos indicativos específicos de cada rede referente ao mês anterior. Mas, em termos gerais, é preciso analisar:

- 1) Melhores dias e horários: seja para envio do mailling, publicação de notícias e postagens nas redes.
- 2) Resultados de SEO IN e OFF Page: Como estão performando as palavras chave e quais são os principais canais que direcionam ao site.
- 3) Dados demográficos: quem é o público principal dos canais da Fergs e suas características
- 4) Conteúdos com melhor performance: que posts, textos e vídeos deram melhor resultado.

Atualizar estratégias - a partir dos dados gerados, analisar as estratégias atuais, buscando corrigir falhas e potencializar o que está dando certo.

Comece de novo - O processo de coleta de dados, avaliação e atualização é cíclico. Isso quer dizer que nunca atingimos a fórmula final. Ela está em perene e constante construção. Terminou? Comece de novo!