



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DE GURUPI
UNIVERSIDADE DE GURUPI
CURSO DE JORNALISMO

ALDRIN BENTES PONTES

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA PARÓQUIA DE SANTO ANTÔNIO DO
MUNICÍPIO DE GURUPI (TO)

GURUPI - TO
2025



ALDRIN BENTES PONTES

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA PARÓQUIA DE SANTO ANTÔNIO DO
MUNICÍPIO DE GURUPI (TO)**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao curso de Graduação em Jornalismo, da Universidade de Gurupi – UnirG, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Dra. Joyce Karoline Pinto Oliveira Pontes.

**GURUPI - TO
2025**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo e foi (aprovado em sua forma final / aprovado mediante correções / reprovado) pelo(a) Orientador(a) e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 09/12/2025

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Joyce Karoline Pinto Oliveira Pontes
Universidade de Gurupi (UnirG)
Orientadora

Prof. Me. Clifton Moraes Correia
Universidade de Gurupi (UnirG)
Primeiro Avaliador

Wesley Dias Domingues
Comunicador Convidado – UnirG
Segundo Avaliador

Gurupi (TO), 09 de dezembro de 2025

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, nossa fonte de vida, força e sabedoria, pela presença constante em minha caminhada, pela inspiração diária e por permitir que este trabalho fosse concluído com fé, coragem e perseverança. Sem Ele, nada teria sido possível.

Agradeço profundamente à minha família, base sólida de amor e sustentação: à minha filha Mariah Karoline, que ilumina meus dias e me motiva a buscar sempre o melhor; à amiga, Joyce Karoline, companheira incansável, presença amorosa e dedicada que esteve ao meu lado em todos os momentos desta jornada acadêmica; à minha mãe Amerilda Bentes, mulher de fé e coragem, exemplo de dedicação; à minha sogra Célia Regina, pelo apoio e acolhimento; ao meu cunhado Jeferson Jancy; e aos meus irmãos Katryne Bentes, Alexandre Bentes e Carlos Bentes, que fazem parte da minha história e contribuíram de forma significativa para minha formação pessoal.

Dirijo meus agradecimentos à Paróquia de Santo Antônio, comunidade onde encontrei acolhida, missão e sentido na comunicação a serviço da evangelização. Meu reconhecimento ao Padre Deusimar Correia, pelo apoio e confiança; ao Diácono Joel e ao Monsenhor Juarez, pela fraternidade e orientação espiritual. Agradeço também ao amigo Kita Maciel, ao coordenador da PASCUM e amigo Murilo, à amiga Vanda, integrante comprometida da pastoral, e às dedicadas Arlete e Ivonete, responsáveis pela Catequese, pastoral com a qual também colaboro e que tanto contribui para meu crescimento na fé. A toda comunidade paroquial, meu muito obrigado pela vivência de comunhão, partilha e testemunho cristão.

Sou igualmente grato aos colaboradores do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UnirG), ao saudoso Caio Fabrício (*in memoriam*), cuja memória permanece viva e inspiradora; Wesley Domingues (Saimon), Wesley Barbosa, Rogério Domingues e Leyliny Dantas, que contribuíram de forma significativa para minha formação com profissionalismo, incentivo e orientação.

Agradeço aos colegas de classe pela convivência, parceria e aprendizado coletivo ao longo do curso. De modo especial, expresso minha gratidão à minha orientadora, Prof.^a Dra. Joyce Karoline, pela confiança e por conduzir este trabalho com sensibilidade, rigor acadêmico e compromisso. Manifesto ainda meu reconhecimento ao Prof. Me. Clifton Moraes, que além de docente tornou-se um amigo importante em minha trajetória e atuou como meu coordenador de estágio, incentivando-me de maneira decisiva em minha experiência junto à Rádio UnirG. Estendo também meus agradecimentos aos amigos da Rádio UnirG, Paulo Albuquerque,

Anderson Rodrigues e Chico Chocolate, pelo acolhimento, companheirismo e troca de saberes que fortaleceram minha formação no campo do jornalismo e da comunicação radiofônica.

Por fim, agradeço à jornalista Adriana Alves Castelo Branco pelo compartilhamento dos autores, obras e referências que fundamentaram teoricamente este estudo, possibilitando ampliar meu olhar sobre comunicação, evangelização e sobre a relevante missão da Pastoral da Comunicação (PASCOM) no contexto eclesial contemporâneo e também por ter sido minha preceptora de estágio.

Grato a todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a construção deste trabalho, deixo registrado meu sincero reconhecimento, minha gratidão e minhas orações.

Gratidão a Todos!

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como finalidade desenvolver um Plano de Comunicação para a Pastoral da Comunicação (PASCOM) da Paróquia de Santo Antônio, localizada em Gurupi, no estado do Tocantins. O estudo parte da necessidade de fortalecer e organizar os processos comunicacionais da paróquia, de modo a contribuir para a missão evangelizadora e para o aprimoramento do relacionamento com a comunidade paroquial, sobretudo diante dos desafios contemporâneos da comunicação religiosa. A pesquisa possui abordagem qualitativa e caráter exploratório, utilizando observação participante e análise documental dos conteúdos digitais e comunicacionais produzidos pela Paróquia. O referencial teórico fundamenta-se em documentos da Igreja, como o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil (CNBB, 2014) e Inter Mirifica (1963), além de autores como Beltrão (2012) e Barbosa (2015), que destacam a comunicação como elemento constitutivo da ação evangelizadora. Como resultado, apresenta-se um plano de comunicação completo, estruturado e adaptado à realidade da PASCOM, contendo diretrizes, estratégias, ações prioritárias, cronograma de implementação, fluxos operacionais e orientações para comunicação interna e externa, incluindo o uso de mídias sociais, transmissão ao vivo das celebrações e fortalecimento da identidade comunicacional da Paróquia. Espera-se que o plano contribua para maior engajamento comunitário, qualificação dos agentes e ampliação da presença evangelizadora nos meios digitais.

Palavras-Chave: Plano de Comunicação; Pastoral da Comunicação; Evangelização; Paróquia de Santo Antônio de Gurupi (TO).

ABSTRACT

This Final Course Project (TCC) aims to develop a Communication Plan for the Pastoral Communication (PASCOM) of the Parish of Santo Antônio, located in Gurupi, in the state of Tocantins. The study stems from the need to strengthen and organize the parish's communication processes, in order to contribute to the evangelizing mission and to improve the relationship with the parish community, especially in the face of contemporary challenges in religious communication. The research has a qualitative and exploratory approach, using participant observation and documentary analysis of digital and communicational content produced by the Parish. The theoretical framework is based on Church documents, such as the Directory of Communication of the Church in Brazil (CNBB, 2014) and Inter Mirifica (1963), as well as authors such as Beltrão (2012) and Barbosa (2015), who highlight communication as a constitutive element of evangelizing action. As a result, a complete communication plan is presented, structured and adapted to the reality of PASCOM (Pastoral Communication), containing guidelines, strategies, priority actions, implementation schedule, operational flows, and orientations for internal and external communication, including the use of social media, live streaming of celebrations, and strengthening the communication identity of the Parish. It is expected that the plan will contribute to greater community engagement, qualification of agents, and expansion of the evangelizing presence in digital media.

Keywords: Communication Plan; Pastoral Communication; Evangelization; Parish of Santo Antônio de Gurupi (TO).

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PASCOM	Pastoral da Comunicação
UNIRG	Universidade de Gurupi
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
PROJETO DE PESQUISA	11
1. TEMA	11
2. TÍTULO	11
3. OBJETIVOS	11
3.1 OBJETIVO GERAL	11
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
4. PROBLEMÁTICA	11
5. HIPÓTESE.....	11
7. REFERENCIAL TEÓRICO	13
8. METODOLOGIA	14
9. CRONOGRAMA.....	16
10. CONSIDERAÇÕES	16
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	18
APÊNDICE.....	19

INTRODUÇÃO

A comunicação é uma dimensão essencial da vida em sociedade e, especialmente, da vivência comunitária e religiosa. No contexto da Igreja Católica, a comunicação não se restringe apenas à transmissão de informações ou divulgação de eventos, mas constitui um componente vital para a evangelização, a formação da fé e a construção da comunidade cristã. Desde o Concílio Vaticano II, com o documento *Inter Mirifica* (1963), a Igreja reconheceu a importância dos meios de comunicação social como instrumentos privilegiados para difundir a mensagem do Evangelho. Mais recentemente, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), por meio do seu *Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil* (Documento 99, 2014), reforça que a comunicação é um elemento constitutivo da Igreja, permeando toda a sua ação pastoral e missionária.

Nesse cenário, a Pastoral da Comunicação (PASCOM) emerge como um setor fundamental para a articulação e implementação de práticas comunicacionais que favoreçam o diálogo entre a Igreja e a sociedade, além de promover a integração entre os diversos setores e grupos paroquiais. A PASCOM tem a missão de dar visibilidade à vida comunitária, apoiar as iniciativas pastorais, dinamizar a participação dos fiéis e utilizar os meios de comunicação, sobretudo os digitais, para alcançar um público cada vez mais amplo.

A Paróquia de Santo Antônio, localizada na cidade de Gurupi, no estado do Tocantins, faz parte da Diocese de Porto Nacional, criada em 13 de maio de 1960. A Paróquia conta com os seguintes responsáveis pastorais: Vigário Mons. Juarez Gomes da Silva, Pároco Padre Deusimar Dias e o Diácono Joel Matos. O contato da Paróquia é pelo telefone (63) 3312-8247.

A Paróquia tem buscado ampliar sua comunicação com a comunidade por meio de diversos canais digitais oficiais. Entre eles estão o hotsite do 65^a Festejo de Santo Antônio 2025, disponível em paroquiadesantoantonio GPI.blogspot.com, o perfil oficial no Instagram @paroquiasantoantoniodegurupi, e o canal no YouTube Paróquia Santo Antônio de Gurupi¹. Além disso, utiliza a plataforma Linktree (<https://linktr.ee/santoantonio GPI>) para concentrar diversos recursos e facilitar o acesso dos fiéis a transmissões ao vivo, grupos de WhatsApp, Facebook e outras plataformas.

Essa diversidade de canais demonstra o empenho da PASCOM em manter uma comunicação efetiva e atualizada, favorecendo a participação da comunidade nas atividades paroquiais e promovendo a evangelização em um ambiente cada vez mais digital. Contudo,

¹ Canal do Youtube da Paróquia. Disponível em :<<https://www.youtube.com/@paroquiasantoantoniodeguru4440>> Acesso em 28 ago. 2025.

mesmo com esses esforços, a PASCOM da Paróquia enfrenta desafios ligados à infraestrutura, formação dos agentes voluntários e mobilização comunitária, que podem comprometer a eficácia das ações comunicacionais.

Diante desse cenário, este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo geral analisar os desafios enfrentados pela PASCOM na Paróquia de Santo Antônio em Gurupi, buscando compreender as causas desses obstáculos e suas implicações para a missão evangelizadora da Igreja local. Além disso, pretende-se propor um plano de comunicação adaptado à realidade paroquial, que possa orientar as práticas da pastoral, otimizar os recursos disponíveis e fortalecer a presença da Paróquia nos meios digitais e tradicionais.

A relevância deste estudo reside no fato de que a comunicação pastoral, quando bem estruturada e eficaz, pode fortalecer os vínculos comunitários, promover a participação dos fiéis, e favorecer a transmissão da mensagem cristã em tempos marcados pela pluralidade de informações e pela diversidade cultural e social. Conforme afirmado pela CNBB (2014), “a comunicação é essencial para a construção da comunidade e para o anúncio do Evangelho” (p. 15), e portanto, investir na melhoria da PASCOM significa investir na missão central da Igreja.

Para alcançar os objetivos propostos, o estudo adotará uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando entrevistas semiestruturadas com agentes da PASCOM, membros da comunidade e o pároco, além da observação participante das atividades pastorais e da análise dos materiais comunicacionais produzidos pela Paróquia. Essa triangulação metodológica visa proporcionar uma compreensão ampla e aprofundada da situação da PASCOM em Gurupi.

O referencial teórico que fundamenta esta pesquisa envolve documentos oficiais da Igreja, como o *Inter Mirifica* (1963) e o *Diretório de Comunicação* da CNBB (2014), bem como obras de autores que discutem a comunicação como parte integrante da ação pastoral e evangelizadora, tais como Beltrão (2012) e Barbosa (2015). Esses autores ressaltam que a comunicação não é um fim em si mesma, mas um processo de encontro, diálogo e construção de sentido, que deve estar a serviço da missão da Igreja.

PROJETO DE PESQUISA

1. TEMA

Pastoral da Comunicação

2. TÍTULO

Evangelização e comunicação: um estudo sobre a PASCOM na Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO).

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um Plano de Comunicação para a Pastoral da Comunicação (PASCOM) da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO), com estratégias e diretrizes que orientem de forma eficiente os processos comunicacionais internos e externos da paróquia, contribuindo para o fortalecimento da missão evangelizadora.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir estratégias de uso das mídias sociais, transmissões ao vivo e demais canais institucionais;
- Elaborar um cronograma de ações comunicacionais pastorais, com metas e responsabilidades;
- Propor ações de formação continuada e organização dos agentes da PASCOM;.

4. PROBLEMÁTICA

Como desenvolver um Plano de Comunicação eficiente e adaptado à realidade da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO) que fortaleça a missão evangelizadora e otimize os processos comunicacionais da Pastoral da Comunicação?

5. HIPÓTESE

A ausência de um plano de comunicação estruturado limita a atuação da Pastoral da Comunicação da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO), dificultando a organização das ações, a integração dos agentes pastorais, a comunicação com a comunidade e o alcance evangelizador nos ambientes digitais e presenciais. Portanto, a elaboração de um plano de

comunicação poderá promover maior clareza, organização, engajamento comunitário e eficácia nas práticas comunicacionais.

6. JUSTIFICATIVA

A ideia em desenvolver este projeto de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) surge a partir do meu envolvimento como voluntário dentro da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO). A comunicação sempre foi elemento fundamental para a missão evangelizadora da Igreja Católica, como ressalta o Concílio Vaticano II no documento *Inter Mirifica* (1963), ao afirmar que “entre as maravilhosas invenções técnicas, que sobretudo em nossos dias o engenho humano tirou da criação divina, a Igreja acolhe e favorece aquelas que mais diretamente dizem respeito ao espírito do homem e abriram novos caminhos para a comunicação de notícias, pensamentos e instruções” (Vaticano II, 1963, p. 1).

No contexto atual, marcado pelo avanço das tecnologias digitais e pela transformação nos modos de interação social, torna-se cada vez mais urgente que a Igreja se aproprie desses meios para anunciar a “Boa Nova” de modo eficaz. Nesse sentido, a Pastoral da Comunicação (PASCOM) se apresenta como um importante instrumento para “promover a cultura do encontro e do diálogo, criando pontes entre a Igreja e a sociedade” (CNBB, 2014, p. 12).

A realidade da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi, assim como de muitas paróquias do interior, evidencia limitações estruturais, técnicas e humanas para o pleno funcionamento da PASCOM. A carência de formação dos agentes, a falta de equipamentos adequados e o pouco engajamento dos fiéis nas ações comunicacionais comprometem a eficácia da pastoral e sua capacidade de evangelizar, sobretudo por meio das redes sociais e das transmissões ao vivo, haja vista que todo trabalho é voluntário e nem sempre há domínio das técnicas de comunicação, seja em fotografia, redes sociais, filmagens e publicações através de textos para as mídias sociais.

No contexto da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO), observa-se a necessidade de aprimorar os processos comunicacionais, considerando o crescimento das demandas de informação, o uso intensivo das mídias sociais pelos fiéis, o aumento das transmissões ao vivo, agora com suporte de câmera fixa instalada desde o segundo semestre de 2025 e o papel estratégico da PASCOM na integração da vida paroquial.

A elaboração deste Plano de Comunicação apresenta-se, portanto, como ação fundamental para fortalecer a presença evangelizadora da Igreja no ambiente digital e comunitário, orientar a atuação dos agentes, promover maior participação dos fiéis, garantir

coerência na identidade comunicacional e favorecer o diálogo entre Igreja e sociedade. O documento será um instrumento de referência para decisões, planejamento, organização de rotinas, definição de prioridades e avaliação contínua das ações comunicacionais da Paróquia.

7. REFERENCIAL TEÓRICO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) fundamenta-se em autores e documentos que discutem a comunicação e a missão da Igreja no mundo contemporâneo. Em primeiro lugar, destaca-se o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, conhecido como Documento 99, publicado pela CNBB (2014), que afirma ser a comunicação “um elemento constitutivo da própria comunidade cristã e não apenas uma atividade complementar” (CNBB, 2014, p. 15).

Tal visão amplia a compreensão da comunicação como algo intrínseco à vivência comunitária e pastoral, e não apenas como um setor técnico ou administrativo.

Beltrão (2012) reforça essa ideia ao afirmar que “a pastoral da comunicação não pode ser vista como um departamento isolado, mas como uma ação transversal, que atravessa todas as demais pastorais, promovendo a unidade e a integração da comunidade” (p. 32). Ou seja, a PASCOM deve articular-se com todas as dimensões da vida paroquial, garantindo que a mensagem do Evangelho chegue de maneira clara e contextualizada aos fiéis.

Imagem 01: Equipe Litúrgica da Paróquia de Santo Antônio



Fonte: PASCOM (2025)

Se comunicar não significa, necessariamente, evangelizar, por sua vez evangelizar, sim é comunicar. “A evangelização, o anúncio do Reino, é comunicação”. Quem anuncia,

comunica. E a Igreja nasceu se comunicando”. (...) O que significa que a Igreja se manifestou ao mundo numa “explosão” de comunicação².

Além disso, Francisco (2021), em sua Mensagem para o 55º Dia Mundial das Comunicações Sociais, enfatiza que “comunicar é encontrar as pessoas onde elas estão e como são” (Papa Francisco, 2021, p. 2), destacando a necessidade de uma comunicação que vá além do simples uso dos meios, mas que se comprometa com a escuta e o diálogo.

Barbosa (2015) também chama atenção para os desafios técnicos e humanos enfrentados pela Igreja ao se inserir nas mídias digitais. Segundo ele, “os agentes muitas vezes não têm a formação adequada para lidar com as linguagens e dinâmicas próprias da comunicação online, o que pode prejudicar a eficácia da mensagem” (Barbosa, 2015, p. 57).

Por fim, Fernandes (2011, p. 88) lembra que a comunicação pastoral “só se realiza plenamente quando consegue mobilizar a comunidade, tornando-a protagonista do processo comunicativo, e não apenas consumidora de informações”. Essa perspectiva reforça a necessidade de uma pastoral que seja inclusiva, participativa e capaz de dialogar com a realidade concreta da comunidade paroquial.

8. METODOLOGIA

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, de natureza qualitativa e com abordagem exploratória, uma vez que tem como finalidade elaborar um Plano de Comunicação direcionado à Pastoral da Comunicação (PASCOM) da Paróquia de Santo Antônio em Gurupi (TO), visando aprimorar as práticas comunicacionais e fortalecer a missão evangelizadora da Igreja no contexto local.

Segundo Gil (2017), a pesquisa aplicada busca gerar conhecimentos voltados para a solução de problemas específicos, envolvendo interesses práticos. Da mesma forma, Minayo (2017) ressalta que a pesquisa qualitativa possibilita compreender significados, práticas sociais e relações estabelecidas no contexto estudado, características essenciais para a análise e estruturação de estratégias de comunicação pastoral.

Para o desenvolvimento do plano, foram adotados os seguintes procedimentos:

a) Pesquisa bibliográfica e documental: Realizou-se levantamento de livros, artigos acadêmicos, documentos oficiais da Igreja, especialmente o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil (CNBB, 2014) e o decreto conciliar Inter Mirifica (1963), além de materiais

² ZOLIN, Lúcia Inês Ugoski Volcan, **A comunicação na Perspectiva da Igreja Católica** p. 170.

institucionais da própria Paróquia (conteúdos publicados nas redes sociais, boletins informativos e transmissões ao vivo). Essa etapa permitiu compreender fundamentos da comunicação pastoral e o contexto comunicacional já existente.

b) Observação participante: O acadêmico atuou de forma voluntária na PASCOM no primeiro semestre de 2025, acompanhando rotinas de trabalho, dinâmicas de produção de conteúdo, transmissões ao vivo e registros fotográficos das celebrações, possibilitando compreender os processos cotidianos e os desafios da comunicação paroquial.

Destaca-se que, desde o segundo semestre de 2025, a Paróquia passou a utilizar uma câmera fixa instalada na entrada da igreja, fato que interferiu positivamente na dinâmica das transmissões e foi considerado na elaboração do plano.

c) Diagnóstico comunicacional:

A partir das etapas anteriores, foi elaborado um diagnóstico com análise das potencialidades e limitações da PASCOM, incluindo matriz SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) como instrumento de suporte à definição das estratégias de comunicação.

Os dados coletados foram organizados e analisados por meio da Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2016), executada em três fases:

- 1) **Pré-análise:** organização e leitura flutuante do material coletado;
- 2) **Exploração do material:** codificação e categorização das informações;
- 3) **Tratamento e interpretação:** interpretação crítica e formulação de diretrizes estratégicas para o Plano de Comunicação.

O principal produto entregue por este TCC é um Plano de Comunicação paroquial estruturado, contendo:

- ✓ Diretrizes de comunicação interna e externa;
- ✓ Estratégias para mídias sociais e transmissões ao vivo;
- ✓ Normas de identidade comunicacional e uso institucional de imagem;
- ✓ Definição de funções e organização da PASCOM;
- ✓ Cronograma de implementação;
- ✓ Indicadores de acompanhamento e avaliação.

Este plano possui caráter prático, podendo servir como instrumento de gestão pastoral para tomada de decisões e planejamento comunicacional futuro. Além de apresentar também como produto final do trabalho, o desenvolvimento de um *site* institucional da Paróquia de Santo Antônio, que integrará todas as formas de comunicação da pastoral.

O *site* funcionará como uma plataforma centralizada de comunicação, permitindo que a informação chegue de maneira clara, acessível e eficiente aos fiéis, potencializando a evangelização e fortalecendo o vínculo entre a comunidade e a paróquia. Além disso, a plataforma servirá como um instrumento de apoio à formação dos voluntários da PASCOM, oferecendo conteúdos e orientações sobre boas práticas comunicacionais.

Dessa forma, o estudo não apenas amplia o conhecimento acadêmico sobre comunicação religiosa, mas também entrega à Paróquia uma ferramenta prática e funcional, capaz de consolidar as ações da PASCOM e garantir a continuidade de sua missão evangelizadora de forma mais eficaz e integrada.

9. CRONOGRAMA

Atividades 2025	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro
Pesquisa do tema	X			
Definição do tema	X	X		
Pesquisa bibliográfica	X	X	X	
Coleta de Dados		X	X	
Apresentação e discussão dos dados				X
Elaboração do projeto	X	X		
Elaboração do TCC			X	X
Elaboração do Produto Final				X
Entrega e Defesa do TCC				X

Quadro 1: Cronograma de execução de atividades

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

10. CONSIDERAÇÕES

O presente Trabalho de Conclusão de Curso teve como finalidade o desenvolvimento de um Plano de Comunicação para a Pastoral da Comunicação (PASCOM) da Paróquia de Santo Antônio, localizada em Gurupi, no estado do Tocantins. Partindo da compreensão de que a comunicação é elemento constitutivo da missão evangelizadora da Igreja, conforme orientam

o Concílio Vaticano II e o Diretório de Comunicação da CNBB (2014), buscou-se elaborar um instrumento estratégico capaz de orientar, organizar e fortalecer as ações comunicacionais da paróquia.

A metodologia adotada, de abordagem qualitativa e natureza exploratória, permitiu a imersão na realidade comunicacional da PASCOM por meio de observação participante, análise documental e entrevistas com agentes pastorais e membros da comunidade, possibilitando a identificação de necessidades, limitações e potencialidades presentes no contexto paroquial. Destaca-se, entre os avanços recentes observados, a instalação de uma câmera fixa para transmissões ao vivo a partir do segundo semestre de 2025, contribuindo para a melhoria técnica das celebrações transmitidas pelo canal oficial da Paróquia no YouTube (Imagem 02).

Com base no diagnóstico elaborado, o Plano de Comunicação propõe diretrizes, estratégias, fluxos operacionais, cronograma de ações e indicadores de acompanhamento, com vistas à qualificação da comunicação interna e externa, ao fortalecimento da identidade institucional e ao aumento do engajamento dos fiéis na vida paroquial. O documento contempla ainda orientações para o uso das mídias sociais, transmissões litúrgicas, políticas de uso de imagem, organização e formação dos agentes da PASCOM, além de possibilidades de mensuração e avaliação contínua dos resultados.

Imagem 02: Paróquia Santo Antônio - Layout Canal Youtube



Fonte: Youtube Paróquia Santo Antônio (2025)

Espera-se que este plano se torne um instrumento eficaz de gestão pastoral, contribuindo para o aprimoramento das práticas comunicacionais, para a construção de relações mais integradas entre os setores da paróquia e para o fortalecimento da missão evangelizadora da

Igreja, especialmente num tempo em que os meios digitais ocupam lugar central nos processos de socialização e de vivência da fé.

Por fim, recomenda-se que o Plano seja periodicamente revisto e atualizado, considerando os avanços tecnológicos, as mudanças nas dinâmicas comunicacionais e as novas demandas da comunidade paroquial. Da mesma forma, reforça-se a importância da formação continuada dos agentes voluntários da PASCUM, garantindo que a comunicação seja sempre realizada de forma ética, responsável, dialógica e comprometida com os valores do Evangelho.

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Francisco Souza. **A comunicação como missão: evangelizar hoje**. São Paulo: Paulinas, 2015.

BELTRÃO, Luiz. **Pastoral como comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2012.

BRANCO, Adriana Alves Castelo. **A comunicação do rádio como meio de evangelização na sociedade contemporânea**. 1ª edição, Gurupi, TO: Editora Veloso, 2021.

CNBB. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil – Documento 99**. Brasília: Edições CNBB, 2014.

FERNANDES, José Luiz. **Comunicação e Pastoral: um caminho para a evangelização**. São Paulo: Loyola, 2011.

MARTINS, Célia. **Desafios da comunicação pastoral nas paróquias**. Belo Horizonte: Dom Total, 2017.

PAPA FRANCISCO. **Mensagem para o 55º Dia Mundial das Comunicações Sociais**. Vaticano, 2021. Disponível em: <https://www.vatican.va>. Acesso em: 02 set.2025.

PARÓQUIA SANTO ANTÔNIO DE GURUPI. **Paróquia Santo Antônio de Gurupi**. Instagram, 13 maio 1960. Disponível em: <https://www.instagram.com/paroquiasantoantoniodegurupi/>. Acesso em: 14 set. 2025.

SILVA, Maria Aparecida da. **Comunicação e Igreja: novos tempos, novos desafios**. São Paulo: Paulus, 2018.

VATICANO II. Inter Mirifica: **Decreto sobre os Meios de Comunicação Social**. 1963. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/index.htm. Acesso em: 26 ago.2025.

APÊNDICE

PLANO DE COMUNICAÇÃO – PARÓQUIA DE SANTO ANTÔNIO

1. Introdução do Plano

O Plano de Comunicação da Paróquia de Santo Antônio de Gurupi (TO) foi elaborado com a finalidade de orientar e organizar os processos comunicacionais internos e externos da Pastoral da Comunicação (PASCOM), visando fortalecer a missão evangelizadora da Igreja e aprimorar o relacionamento com a comunidade local. Seguindo as orientações do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil (CNBB, 2014), a comunicação paroquial deve ser compreendida como instrumento essencial para a vivência da fé, para a participação comunitária e para a transmissão da mensagem cristã.

Esse plano foi construído a partir de observação participante, análise documental e estudo da realidade comunicacional da Paróquia, considerando as potencialidades existentes, as fragilidades identificadas e as oportunidades de expansão da evangelização no ambiente digital. Assim, o documento organiza diretrizes, estratégias, ações práticas, cronograma e indicadores de avaliação que permitirão à PASCOM atuar com maior eficiência, coesão e continuidade.

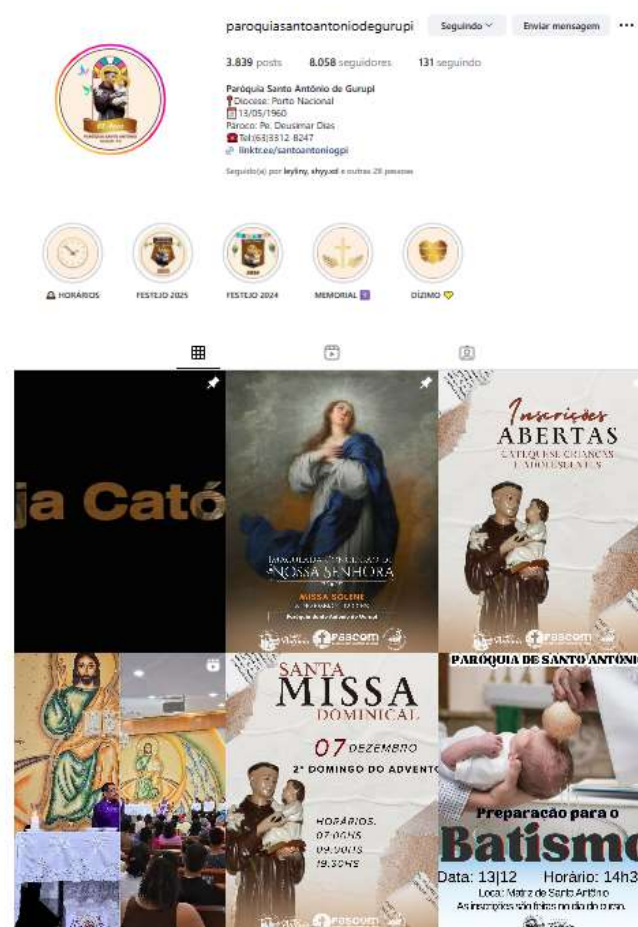
2. Diretrizes Gerais de Comunicação

As diretrizes gerais deste plano servem como princípios que fundamentam todas as ações comunicacionais da Paróquia. Elas garantem que a comunicação não seja apenas uma tarefa operacional, mas uma dimensão pastoral que sustenta a missão da Igreja.

Em primeiro lugar, estabelece-se que a evangelização é o eixo central de toda comunicação da Paróquia. Isso significa que cada conteúdo produzido, seja um aviso, uma transmissão ao vivo, uma foto ou um texto, deve colaborar com o anúncio do Evangelho, com a formação da fé ou com a promoção da vida comunitária. Essa diretriz está em consonância com o documento *Inter Mirifica* (1963), que ressalta a Comunicação como instrumento fundamental da missão eclesial.

A segunda diretriz é a promoção da cultura do encontro, conceito enfatizado pelo Papa Francisco (2021), que indica que a comunicação deve aproximar pessoas, promover diálogo e acolhimento e construir pontes entre a Igreja e a sociedade. A Paróquia deve comunicar de forma acolhedora, humana e próxima da realidade das famílias gurupienses.

Imagem 03: Paróquia Santo Antônio - Layout Instagram



Fonte: Youtube Paróquia Santo Antônio (2025)

A terceira diretriz consiste em garantir unidade e coerência comunicacional, o que inclui a padronização visual, textual e estética dos conteúdos, para que a Paróquia tenha uma identidade reconhecível, organizada e confiável. Isso evita ruídos, informações desconstruídas e contradições. A quarta diretriz é a responsabilidade ética no uso de imagens, dados e informações, preservando sempre a dignidade das pessoas, o respeito ao contexto litúrgico e a privacidade da comunidade, especialmente crianças e adolescentes.

Por fim, a quinta diretriz estabelece o protagonismo comunitário como fundamento: a comunicação deve incluir e valorizar as pessoas da paróquia, tornando a comunidade parte ativa da evangelização. Isso significa registrar, dar visibilidade e engajar os fiéis para que se sintam pertencentes e participantes da missão de Santo Antônio.

3. Diagnóstico Comunicacional

O diagnóstico comunicacional é fundamental para compreender como a PASCOM atua e quais elementos precisam ser aprimorados. Esse levantamento foi realizado por meio de observação participante e análise dos canais da Paróquia.

A Paróquia apresenta importantes pontos fortes, como a existência de equipe voluntária comprometida, presença ativa nas redes sociais, transmissões ao vivo bem aceitas pela comunidade e uma câmera fixa instalada no segundo semestre de 2025 que agilizou o processo de lives. Além disso, o apoio constante do pároco fortalece as iniciativas da PASCOM.

No entanto, também foram identificadas fragilidades que prejudicam o bom funcionamento da comunicação interna e externa, como ausência de capacitação técnica contínua para voluntários, falta de padronização visual e textual nas publicações, baixa organização do calendário editorial, dependência de poucos agentes e recursos técnicos limitados.

Atualmente há um coordenador da PASCOM e cinco voluntários, mas a falta de preparo e oficinas, prejudica o bom andamento das atividades, necessitando de pessoas comprometidas, mesmo que seja de forma voluntária. Além disso, o diagnóstico revelou importantes oportunidades, como a crescente presença digital dos fiéis, a possibilidade de parcerias com instituições como a Rádio UnirG na transmissão das missas, o potencial evangelizador dos eventos paroquiais (como o Festejo de Santo Antônio) e o interesse da comunidade por novos tipos de conteúdos religiosos.

Por outro lado, existem ameaças, como a sobrecarga dos voluntários, a descontinuidade de atividades em razão do caráter voluntário, o excesso de informações nas redes que dificulta o alcance orgânico e possíveis ruídos comunicacionais entre pastoraes.

4. Públicos da Comunicação Paroquial

Os públicos foram divididos em internos e externos para facilitar o planejamento. O público interno inclui todos aqueles que fazem parte da estrutura pastoral: agentes voluntários, movimentos religiosos, equipes de liturgia, catequese, secretaria paroquial, ministros da Palavra e Eucaristia, além do pároco, vigário e diácono. Para esse público, a comunicação deve priorizar clareza, organização e partilha de informações relevantes para o funcionamento da Paróquia.

O público externo compreende fiéis seguidores das redes sociais, visitantes, famílias da cidade, imprensa local, romeiros e internautas que acompanham as transmissões. Nesse caso, a comunicação deve ser mais evangelizadora, acolhedora e informativa, aproximando a Paróquia de pessoas que não frequentam presencialmente a comunidade.

5. Identidade Comunicacional

Para garantir coerência, é necessário estabelecer uma identidade que represente a Paróquia de forma clara. Essa identidade envolve linguagem, estilo visual e tom de voz

institucional. A linguagem da Paróquia deve ser simples, acessível, respeitosa e pastoral, evitando tecnicismos e mantendo proximidade com a realidade da comunidade.

O estilo visual deve ser padronizado: cores alinhadas ao padroeiro Santo Antônio, tipografias definidas para postagens e criação de modelos fixos para avisos, divulgações, transmissões e fotografias. Essa identidade facilita o reconhecimento da Paróquia na rede e reforça sua unidade evangelizadora.

6. Estratégias de Comunicação

As estratégias são as formas como os objetivos serão alcançados.

6.1 Estratégias para Mídias Sociais

As redes sociais são o principal campo de evangelização da PASCOM. No Instagram, pode ser implementado um calendário editorial mensal com três categorias principais:

Imagem 01 – Tipos de Conteúdos

Conteúdos Informativos	Avisos paroquiais, horários de missas, campanhas
Conteúdos Inspiracionais	Versículos, reflexões, santos do dia
Conteúdos Comunitários	Fotos de celebrações, voluntários, momentos especiais

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

Os vídeos curtos (reels) – (<https://www.instagram.com/paroquiasantoantoniodegurupi>) serão priorizados, pois possuem maior alcance. As publicações terão legendas padronizadas, *hashtags* específicas da Paróquia e identidade visual fixa. No Facebook (https://www.facebook.com/santoantoniogurupi/?locale=pt_BR), o foco será em conteúdos voltados ao público mais adulto e idoso, favorecendo avisos e transmissões.

O YouTube (<https://www.youtube.com/@paroquiasantoantoniodeguru4440>) será fortalecido por meio de transmissões com qualidade técnica e criação de novos quadros, como reflexões semanais, catequese rápida e vídeos institucionais sobre história e vida da comunidade.

Em 2025, foi criada uma página para divulgar o Festejo de Santo Antônio - <https://paroquiadesantoantoniogpi.blogspot.com/> e que a continuidade desta ação prevaleça.

O *WhatsApp*, se a Paróquia adotar esse meio de comunicação que ainda não tem, poderá atuar como meio ágil para avisos, mas com regras claras: só admins enviam mensagens, evitando excesso e poluição informacional.

6.2 Estratégias para Comunicação Interna

Para melhorar a comunicação entre pastorais, serão implementados informativos digitais semanais, uma agenda mensal de atividades, grupos organizados por setores e reuniões

mensais da PASCOM para alinhamento de demandas. Essas ações evitam conflitos de agenda, garantem comprometimento e fortalecem a organização interna da Paróquia.

6.2 Estratégias para Comunicação Interna

Para melhorar a comunicação entre pastorais, serão implementados informativos digitais semanais, uma agenda mensal de atividades, grupos organizados por setores e reuniões mensais da PASCOM para alinhamento de demandas. Essas ações evitam conflitos de agenda, garantem comprometimento e fortalecem a organização interna da Paróquia.

6.3 Estratégias para Comunicação Externa

A Paróquia fortalecerá sua relação com a imprensa e com a cidade por meio de notas, releases e convites para cobertura de eventos importantes. O site institucional será o centro de todas as informações, permitindo acesso fácil aos fiéis. As redes sociais trabalharão sempre alinhadas ao site, ampliando o alcance da evangelização.

6.4 Estratégias para Transmissão ao Vivo

O plano propõe padronização completa das transmissões: título, descrição e abertura institucional. A equipe deve ser treinada em áudio, câmeras e enquadramento. O uso da câmera fixa instalada em 2025 será potencializado com testes prévios, *checklists* e supervisão voluntária. As transmissões serão analisadas mensalmente quanto ao desempenho.

6.5 Estratégias de Formação dos Agentes

A qualificação dos voluntários é indispensável. Serão promovidas oficinas trimestrais sobre: fotografia religiosa, redação para redes sociais, edição de vídeo, transmissão ao vivo, ética pastoral e comunicação litúrgica. Isso profissionaliza a equipe e garante continuidade do trabalho.

7. Ações Prioritárias do Plano

As ações propostas materializam as estratégias. Entre elas estão a criação de um manual de identidade visual, implementação de calendário editorial, produção de campanhas temáticas (Natal, Advento, Quaresma, Festejo), organização de banco de imagens, capacitação de voluntários, desenvolvimento do site e estruturação de relatórios mensais de desempenho. As ações priorizam a organização, a continuidade do trabalho e a unidade comunicacional da Paróquia.

8. Fluxos Operacionais

Para garantir organização, o plano estabelece fluxos para publicação, foto, edição e transmissões.

O fluxo de publicação detalha o caminho da informação desde a solicitação feita por uma pastoral até a publicação final: a demanda é enviada à PASCUM, que produz arte e texto, envia para revisão pastoral, recebe aprovação do pároco, agenda e publica seguindo identidade visual.

O fluxo de transmissão organiza todas as etapas antes, durante e após a live, garantindo qualidade técnica e reverência ao ambiente litúrgico. O fluxo de fotografia define escalas, edições e envios, garantindo material consistente e cuidadoso.

9. Cronograma de Implementação

O cronograma estabelece um período inicial de seis meses para implementar ações prioritárias. No primeiro mês ocorre formação da equipe e criação da identidade. No segundo, definem-se fluxos e calendário. No terceiro, o site é lançado. No quarto, campanhas são desenvolvidas. No quinto, métricas são analisadas. No sexto, realiza-se avaliação geral com ajustes finais.

10. Indicadores de Avaliação

A avaliação será contínua, com indicadores quantitativos (seguidores, alcance, engajamento, acessos ao site) e qualitativos (feedback da comunidade, qualidade das transmissões, organização interna). Esses indicadores permitirão ajustes e garantirão que a comunicação permaneça eficiente, dinâmica e evangelizadora.

11. Análise Interpretativa da Matriz SWOT

É importante apresentar uma interpretação crítica dos dados através da análise SWOT, revelando que a Paróquia de Santo Antônio possui elementos internos favoráveis ao desenvolvimento de uma comunicação pastoral sólida, especialmente a presença de uma equipe voluntária engajada, o apoio do clero e a diversidade de canais digitais já utilizados pela comunidade. Esses fatores demonstram que a infraestrutura humana e espiritual necessária para o fortalecimento da PASCUM está presente.

Entretanto, foram identificadas fragilidades significativas, principalmente relacionadas à falta de padronização, capacitação técnica e equipamentos adequados. Essas fragilidades limitam a qualidade e a constância das ações comunicacionais, dificultando o alcance de resultados mais amplos.

Quadro 01: Análise SWOT

1. Forças (Strengths) <ul style="list-style-type: none">• Apoio do pároco e liderança.• Presença ativa nas redes sociais.• Transmissões ao vivo pelo YouTube.	2. Fraquezas (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none">• Falta de padronização das publicações.• Poucos equipamentos próprios.• Rotatividade dos voluntários.• Carência de formação técnica.
3. Oportunidades (Opportunities) <ul style="list-style-type: none">• Crescente consumo de conteúdos religiosos online.• Possibilidade de Desenvolver um Site• Alcance ampliado em eventos como o Festejo.• Expansão das transmissões digitais.	4. Ameaças (Threats) <ul style="list-style-type: none">• Saturação de informações nas redes.• Dependência de poucos voluntários.• Mudanças tecnológicas rápidas.• Riscos de falhas técnicas nas transmissões.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025)

No ambiente externo, observa-se um cenário positivo, marcado pela crescente presença digital dos fiéis e pela possibilidade de parcerias estratégicas, que podem ampliar a capacidade da Paróquia de evangelizar e se comunicar. Ao mesmo tempo, existem ameaças que precisam ser consideradas, como o excesso de informações nas redes, demandas tecnológicas cada vez maiores e o risco de ruídos comunicacionais.

O cruzamento entre esses elementos reforça a necessidade de um plano estruturado, como o que foi proposto neste trabalho, para potencializar as forças, superar as fraquezas, aproveitar oportunidades e minimizar ameaças.

12. Considerações Finais

O Plano de Comunicação desenvolvido para a Paróquia de Santo Antônio de Gurupi (TO) representa um instrumento estratégico e pastoral de grande relevância para o fortalecimento da missão evangelizadora da Igreja no contexto contemporâneo. Sabendo que vivemos em uma sociedade marcada pela rapidez da informação, pela multiplicidade de plataformas digitais e por profundas transformações culturais, torna-se indispensável que a comunicação paroquial seja planejada, organizada e exercida de forma profissional, sensível, ética e evangelizadora.

Ao longo deste estudo, constatou-se que a Paróquia possui uma rica vida comunitária, marcada pela participação dos fiéis, pela força espiritual das celebrações e pelo protagonismo dos movimentos e pastorais. No entanto, essa vitalidade precisava ser acompanhada por uma

comunicação igualmente estruturada, que desse visibilidade às ações pastorais, fortalecesse os laços comunitários e tornasse mais efetiva a evangelização através dos meios digitais. A ausência de um plano anteriormente estruturado gerava lacunas, como sobrecarga dos poucos voluntários da PASCUM, publicações desorganizadas e ausência de padronização visual e textual.

O plano aqui apresentado busca responder a tais desafios por meio da organização de diretrizes, estratégias e ações que proporcionam coerência e continuidade ao trabalho da Pastoral da Comunicação. Ele se fundamenta no entendimento de que comunicar não é apenas divulgar informações, mas construir pontes, gerar encontros e fazer da Paróquia um espaço de acolhida, formação e anúncio. Dessa forma, a comunicação torna-se um serviço indispensável para promover a cultura do encontro, como afirmado pelo Papa Francisco, e para garantir o protagonismo dos fiéis na missão evangelizadora.

As estratégias definidas contemplam desde a comunicação interna, essencial para a harmonia entre pastorais, até a comunicação externa, que dialoga com a sociedade local e com os fiéis que acompanham à distância. A integração entre redes sociais, transmissões ao vivo, site institucional e canais de relacionamento permite que a Paróquia alcance públicos diversos, ampliando sua presença digital e fortalecendo sua imagem institucional. Além disso, ao definir fluxos operacionais, a equipe da PASCUM passa a ter rotinas claras, funções definidas e processos organizados, o que facilita a continuidade do trabalho mesmo diante da rotatividade natural dos voluntários.

Outro ponto relevante é que este plano também considera a formação continuada dos agentes da PASCUM como uma necessidade urgente. Em um tempo de tecnologias dinâmicas e linguagens multimodais, é fundamental que os voluntários estejam preparados para atuar com qualidade técnica e sensibilidade pastoral. Assim, o plano propõe capacitações periódicas em fotografia, redação, edição audiovisual, ética e espiritualidade, reforçando a dimensão humana e missionária da comunicação.

Ao organizar um calendário editorial, criar padronizações visuais, definir diretrizes para transmissões ao vivo e estabelecer indicadores de avaliação, o plano também favorece a transparência, a objetividade e a gestão eficiente do trabalho comunicacional. Isso contribui para que a Paróquia apresente uma comunicação cada vez mais profissional, engajada e coerente com a Doutrina da Igreja.

É importante ressaltar que este plano não é um documento estático, mas um instrumento dinâmico, que deve ser revisado, adaptado e aprimorado constantemente conforme as

necessidades da Paróquia evoluam. A comunicação é viva e exige atualizações quando surgem novas demandas, tecnologias, plataformas ou desafios pastorais. Por isso, a recomendação é que a equipe da PASCUM realize avaliações periódicas do plano e o atualize anualmente, garantindo sua eficácia e pertinência.

Além disso, é essencial compreender que, por trás de todos esses processos técnicos e organizacionais, há uma espiritualidade que fundamenta a missão da PASCUM: comunicar para evangelizar. Como afirma a CNBB (2014), a comunicação é elemento constitutivo da identidade da Igreja. Assim, mais do que ferramentas, equipamentos ou redes sociais, o que dá sentido a esse plano é o propósito de levar a mensagem do Evangelho ao coração das pessoas, fortalecendo a fé, a vida comunitária e o compromisso com o Reino de Deus.

Por fim, espera-se que este Plano de Comunicação se torne uma referência prática e pastoral para a Paróquia de Santo Antônio, auxiliando na tomada de decisões, na melhoria da qualidade comunicacional, na ampliação do engajamento dos fiéis e na consolidação de uma presença significativa no ambiente digital e presencial. Que ele contribua para uma comunicação mais fraterna, organizada, profissional, missionária e alinhada aos valores cristãos, tornando a PASCUM um verdadeiro instrumento de serviço, unidade e evangelização dentro da Igreja.