

**INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE DESIGN BACHARELADO**

JÚLIA PEREIRA HAENDCHEN

**REDESIGN DO FOLHETO “QUATRO LEIS ESPIRITUAIS” DA CRU
CAMPUS: COMPARTILHANDO O EVANGELHO NO AMBIENTE
UNIVERSITÁRIO**

Florianópolis
2025/01

Haendchen, Júlia Pereira Haendchen
REDESIGN DO FOLHETO “QUATRO LEIS ESPIRITUAIS” DA CRU CAMPUS:
COMPARTILHANDO O EVANGELHO NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO / Júlia
Pereira Haendchen Haendchen ; orientador, Sergio Henrique Prado
Scolari, 2025.
100 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Instituto Federal
de Santa Catarina, Campus Florianópolis, Graduação em Design,
Florianópolis, 2025.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design da Informação . 3. Compartilhamento do
Evangelho. 4. Redesign de Material Gráfico. 5. Público
Universitário. I. Scolari, Sergio Henrique Prado. II. Instituto
Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

REDESIGN DO FOLHETO “QUATRO LEIS ESPIRITUAIS” DA CRU CAMPUS:
COMPARTILHANDO O EVANGELHO NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO

JÚLIA PEREIRA HAENDCHEN

Este trabalho foi julgado adequado para obtenção do título de Especialista em Design e aprovado na sua forma final pela banca examinadora do Curso Bacharel em Design do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina.

Florianópolis, 18 de Agosto, 2025.

Banca Examinadora:

Dr. Sergio Henrique Prado Scolari
Instituto Federal de Santa Catarina

Dr. Ricardo Schwinn Rodrigues
Instituto Federal de Santa Catarina

Me. Raquel de Oliveira Bugliani
Instituto Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Faltam-me palavras para expressar minha gratidão. Viver a graduação foi árduo e desafiador. Me fez crescer, ampliar minhas perspectivas de mundo e enxergar outras realidades. Se cheguei até aqui, foi porque a Graça de Deus me sustentou.

Agradeço primeiramente ao Senhor, que fez com que eu vivesse o sonho de estudar em Florianópolis numa faculdade de excelência;

À minha família, que sempre me incentivou a estudar e tanto me apoiou e encorajou neste tempo de graduação;

Às pessoas que compõem a igreja, por me apoiarem nos momentos difíceis e serem casa pra mim, e por me ensinarem tantas coisas;

Aos meus amigos, por tornarem o processo mais leve e por todos os conselhos;

Às minhas psicólogas, que me ajudaram a viver meus processos e olhar pra mim com paciência;

Aos professores, tanto os de graduação quanto os do ensino regular: vocês são incríveis e o trabalho de vocês é necessário para o mundo, apesar de tantos desafios que enfrentam. Eu sou fruto do trabalho de vocês, que me fizeram sonhar, amar o estudo e o conhecimento e acreditar que isso é uma forma de mudar o mundo. Professores do IFSC: vocês me inspiram e me fizeram amar o Design.

RESUMO

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de um redesign de um folheto intitulado “Você conhece as 4 Leis Espirituais”, pertencente à Cru Campus, uma organização cristã internacional. O folheto é utilizado no contexto universitário como ferramenta de evangelização, mas apresenta problemas de adequação de linguagem e analogias para o público-alvo, os estudantes do ensino superior. Assim, o objetivo foi tornar a comunicação mais eficiente e acessível. A metodologia utilizada foi o design thinking, um método cíclico e centrado no usuário. O redesign foi feito com base nos pilares do design da informação, respeitando a identidade visual da organização. O resultado é um produto que adapta a linguagem e o formato para melhorar a compreensão do evangelho por parte dos não cristãos, ao mesmo tempo em que auxilia os mediadores na comunicação da mensagem. Por meio do estudo, foi possível evidenciar a necessidade de uma abordagem alinhada ao contexto pós-modernista e individualista no qual se encontram os universitários. O trabalho contribui para o diálogo sobre o tema e apresenta uma solução prática para o problema levantado.

Palavras-chave: Design da informação; Compartilhamento do Evangelho; Redesign de material gráfico; Público universitário.

ABSTRACT

This study presents the development of a redesign for a leaflet titled “Have you heard of the Four Spiritual Laws,” which belongs to Cru Campus, an international Christian organization. The leaflet is used in a university context as a tool for evangelism but has problems with language and analogies that are not suitable for its target audience, higher education students.

The objective was to make the communication more efficient and accessible. The methodology used was design thinking, a user-centered and cyclical method. The redesign was developed based on the principles of information design, while respecting the organization's visual identity.

The result is a product that adapts the language and format to improve the understanding of the gospel by non-Christians and, at the same time, assist mediators in sharing the message. The study highlights the need for an approach aligned with the postmodern and individualistic context of university students. This work contributes to the dialogue on the topic and presents a practical solution to the problem identified.

Keywords: Information design; Sharing the Gospel; Graphic material redesign; University public.

Embora se possa cultivar distância contra uma interpretação meramente instrumental do conhecimento, ela coloca em primeiro plano uma outra característica que atinge o design: os conhecimentos, considerados como experiências acumuladas, devem ser comunicados e compartilhados. Esse processo de mediação entre a fonte e o receptor está ligado à forma de apresentação dos conhecimentos, que deveria ser uma tarefa central do design.

Gui Bosiepe

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Ingressantes e matriculados no Ensino Superior presencial no Brasil em 2023	20
Figura 02 - Estudantes de ensino superior por período	20
Figura 03 - Estudantes de ensino superior da rede federal por período	21
Figura 04 - Faixa etária dos estudantes de ensino superior no Brasil do modelo presencial	21
Figura 05 - Estudantes do ensino superior no Brasil por gênero	22
Figura 06 - Estudantes de ensino superior no Brasil por cor de pele	22
Figura 07 - Sabonete micelar facial da marca Abouty	24
Quadro 01 - Comparação entre Métodos de Evangelismo	25
Figura 08 - Desenho Esquemático do folheto das 4 Leis Espirituais	28
Figura 09 - Capa	29
Figura 10 - Página 02	30
Figura 11 - Página 03	31
Figura 12 - Página 04	32
Figura 13 - Página 05	33
Figura 14 - Página 06	34
Figura 15 - Página 07	34
Figura 16 - Página 08	35
Figura 17 - Página 09	36
Figura 18 - Página 10	37
Figura 19 - Página 11	38
Figura 20 - Página 12	39
Figura 21 - Página 13	40
Figura 22 - Página 14	41
Figura 23 - Página 15	41
Figura 24 - Contracapa	42
Quadro 02 - Análise do folheto de acordo com os princípios do Design da Informação	43
Figura 25 - As três etapas do Design Thinking (IDEO)	47
Figura 26 - Design Thinking: IDEO e Universidade de Stanford	48
Figura 27 - Representação visual do método utilizado	49
Quadro 03: Requisitos de Produto	55
Figura 28: Painel Semântico de Público-Alvo	56
Figura 29 - Painel Estético-formal	57
Figura 30 - Capa da nova versão do Folheto	59
Figura 31 - Primeiro dos Quatro Pontos do Evangelho	59
Figura 32 - Tópicos do Primeiro dos Quatro pontos do Evangelho	60
Figura 33 - Segundo dos Quatro Pontos do Evangelho	61
Figura 34 - Tópico: O Homem é Pecador	61
Figura 35 - Continuação do Tópico “O Homem é pecador” e Tópico “Deus é Santo”	62
Figura 36 - Terceiro dos quatro pontos do Evangelho	63
Figura 37 - Tópico: Ele é o Único Caminho, do terceiro dos quatro pontos do Evangelho	64

Figura 38 - Conceito do quarto dos quatro pontos do Evangelho	64
Figura 39 - Quarto dos quatro pontos do Evangelho	65
Figura 40 - Continuação do quarto dos quatro pontos do Evangelho	66
Figura 41 - Como receber a Cristo	66
Figura 42 - Como saber que Cristo está em sua vida	67
Figura 43 - Não dependa das emoções	68
Figura 44 - Sugestões para o seu crescimento espiritual	69
Figura 45 - Sugestões para o seu crescimento espiritual: dicas	69
Figura 46 - A Importância de uma Boa Igreja	70
Figura 47 - Contracapa	71
Figura 48 - Alternativas de dobras para o folheto segundo a IA Gemini	72
Figura 49 - alternativa de solução com o uso de cartões + guia	72
Figura 50 - Protótipos	73
Figura 51 - Versão atualizada e versão antiga das perguntas interativas do folheto	74
Figura 52 - Versão atualizada e versão antiga da linguagem do folheto.	75
Figura 53 - Versão atualizada e versão antiga da distribuição de conteúdo do folheto.	75
Figura 54 - Versão atualizada e versão antiga do espaço para anotações de informações no folheto	76
Figura 55 - Versão atualizada e versão antiga da capa do folheto	76
Figura 56 - Versão atualizada e versão antiga da numeração dos quatro pontos do Evangelho	77
Figura 57 - Indicador de progresso da versão proposta do folheto	77
Figura 58 - Comparação entre ilustrações que representam a segunda e terceira lei espiritual.	78
Figura 59 - Ilustração referente ao controle de vida	79
Figura 60 - Não dependa das emoções	79
Figura 61 - Sugestões para o crescimento espiritual	80
Figura 62 - Ilustração do tópico “a importância de uma boa igreja”	80
Figura 63 - Projeto gráfico do folheto (frente)	81
Figura 64 - Projeto gráfico do folheto (verso)	82

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Comparação entre Métodos de Evangelismo	22
Quadro 02 - Análise do folheto de acordo com os princípios do Design da Informação	40
Quadro 03: Requisitos de Produto	52

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Tema	10
1.2 Justificativa	11
1.3 Problemática	12
1.4 Objetivos	13
1.4.1 Objetivos Específicos	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Design da Informação	14
2.2 Princípios da Gestalt	16
2.3 Público-alvo	17
2.4 Métodos de Evangelismo	21
2.3.1 Análise dos Métodos de Evangelismo	23
3 FOLHETO: VOCÊ JÁ OUVIU FALAR DAS 4 LEIS ESPIRITUAIS?	25
4 METODOLOGIA	44
4.1 O método de Design Thinking	44
4.2 Metodologia Proposta	46
5 PESQUISAS COM O USUÁRIO	47
5.1 Mediadores	48
5.2 Receptores	50
6 REQUISITOS DO PRODUTO	52
7 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	53
7.1 Painéis Semânticos	54
7.2 Alternativas Seleccionadas	56
8 RESULTADOS	58
8.1 Aspectos Técnicos	66
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
9.1 Sugestões para Trabalhos Futuros	67
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICE A - FORMULÁRIO MEDIADORES	72

REDESIGN DO FOLHETO “QUATRO LEIS ESPIRITUAIS” DA CRU CAMPUS: COMPARTILHANDO O EVANGELHO NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, nas universidades, cristãos reúnem-se periodicamente. Nessas reuniões, existe o fenômeno do evangelismo, que é a prática de compartilhar o evangelho, intrinsecamente ligada ao cristianismo. O evangelho, que possui como significado ser uma boa-nova (Keller, 2014) (Barbaglio; Fabris; Maggioni, 1978), é a base do cristianismo que deve ser comunicada às pessoas que não são cristãs. Para essa finalidade, há o uso de diferentes tipos de materiais, usados tanto no formato digital quanto físico, que auxiliam os envolvidos nas conversas para uma melhor comunicação e entendimento da mensagem.

A incumbência primordial do design é a resolução de problemas, que pode ser aplicada no contexto do presente projeto por meio do design da informação. O design da informação procura resolver problemas relacionados especialmente à comunicação, e possui o objetivo de projetar para que o usuário, pertencente a um público-alvo específico, consiga compreender uma mensagem da maneira mais clara possível (Bonsiepe, 2011).

No contexto do design, há o desenvolvimento continuado dos produtos, denominado redesign. Os produtos advindos do processo de design podem passar por modificações ao longo do tempo, em um processo evolutivo. Nessa situação são alteradas características negativas do produto que precisam de adaptações, ao mesmo tempo em que são preservados elementos positivos em um processo evolutivo natural. Outra possibilidade de redesign é a aplicação do processo de design do zero a fim de gerar um produto novo, abrindo espaço para inovações (Norman, 2006). Um dos pretextos para tal evolução são as mudanças de necessidades do usuário, bem como a necessidade de adequar produtos obsoletos a condições de uso contemporâneas (Lobach, 2001).

No caso do folheto das 4 Leis Espirituais que será abordado neste trabalho, modificações ocorreram ao longo do tempo nas diversas versões do material. Considerando que a atualização mais recente do folheto foi realizada em 2018, entende-se que um novo redesenho é necessário para adequar a comunicação ao público-alvo, que vive em um novo contexto.

1.1 Tema

Redesign de folheto, denominado *4 Leis Espirituais*, para a Cru Campus, uma organização cristã global que trabalha com o compartilhamento do evangelho por meio de conversas espirituais

¹no meio universitário (Cru Campus, 2017), focando na melhora da exposição da mensagem por meio da aplicação do design para uma melhor comunicação entre os participantes do processo de comunicação: o mediador, que utiliza o material para facilitar o compartilhamento do Evangelho (Cru Campus, 2020), pertencente à Cru Câmpus, bem como o receptor do Evangelho, que pode ter a compreensão facilitada pelos recursos visuais que o folheto oferece. Geralmente, tanto o mediador quanto o receptor são estudantes universitários.

Outras ferramentas são utilizadas, mas esta tem o diferencial de apresentar a crença central do cristianismo de maneira clara e por meio de uma sequência lógica, em relação a outros materiais utilizados pela Cru Campus (Cru Campus, 2020). O folheto também garante que qualquer participante do movimento consiga compartilhar esta mensagem, mesmo que não seja tão experiente nesse tipo de abordagem, facilitando o papel do mediador. Além do auxílio no momento da propagação do evangelho, o formato do folheto é de fácil portabilidade tanto para o receptor, que pode levar o material facilmente quando for ter conversas espirituais, quanto para o ouvinte, que geralmente leva o material para casa.

1.2 Justificativa

O material gráfico das 4 Leis Espirituais é de grande importância para o movimento de evangelização: no mundo todo suas versões já foram distribuídas mais de 2,5 milhões de vezes, tendo sua primeira versão impressa em inglês no ano de 1965 (Cru Campus, 2020). Esta distribuição representa que a organização está auxiliando a igreja (os cristãos), a cumprirem a tarefa de testemunhar e compartilhar o Evangelho, ordenada a eles por Jesus Cristo (Wright, 2014).

O contexto atual é denominado por Zygmunt Bauman (2000) como Modernidade Líquida, onde as verdades sólidas deram lugar ao relativismo e individualismo. A fase adulta emergente, que compreende o período entre 18 e 29 anos, é uma época onde os jovens exploram muitas questões concernentes à vida em suas mais diversas áreas, inclusive no âmbito da espiritualidade, ao mesmo tempo em que têm muitas dúvidas sobre as escolhas que farão em relação ao futuro (Arnett, 2015). Muitos destes jovens estão inseridos no ambiente universitário, onde têm acesso a essas diferentes perspectivas, vivendo neste contexto individualista.

A Cru Campus traz uma resposta a esse dilema compartilhando uma visão acerca da espiritualidade, que envolve questões relacionadas ao sentido da vida, por meio do diálogo e abordagens criativas voltadas para o público universitário (Cru Campus, 2020). Assim, propõe uma solução que, do ponto de vista cristão, apresenta uma verdade espiritual considerada sólida e

¹ “Conversas Espirituais” é o termo utilizado pela Cru Campus para se referir a conversas com o tema da espiritualidade (CRU ORG).

absoluta — o evangelho. Essa perspectiva, embora compreendida como verdade revelada pelos cristãos, é oferecida em diálogo com outras visões de mundo, especialmente no ambiente universitário, marcado pela diversidade de ideias.

Há uma taxa significativa de problemas de saúde mental entre os estudantes universitários (Ariño; Bardagi, 2023). Tais problemas e instabilidade emocional podem despertar hábitos não saudáveis, como o vício em drogas e álcool. Assim, a espiritualidade é apontada como um fator que pode contribuir no combate a problemas de saúde mental como ansiedade e depressão e como fator de proteção, no enfrentamento de momentos difíceis, sendo associada até mesmo a uma melhor qualidade de vida, segundo Campos et al (2023). A Cru Campus contribui nesse contexto por atuar por meio de conversas espirituais entre os estudantes universitários, levando a uma auto análise dos universitários sobre o tema e apresentando a perspectiva do Evangelho.

No âmbito acadêmico, a relação entre o design de informação e a religião foi pouco explorada até o momento. Ao realizar uma busca em 03 de março de 2025 no buscador de periódicos Capes, com as seguintes palavras-chave: “design da informação” AND religião, ou gospel AND “information design”, nenhum artigo foi encontrado. O presente estudo pode trazer um maior diálogo acerca destes temas por aplicar o design da informação em um folheto evangelístico, considerando que o Evangelho é uma mensagem e o design da informação busca facilitar a compreensão e interpretação da informação por meio de interfaces.

Assim, o projeto possui relevância tanto para os cristãos, pois estarão cumprindo a tarefa de evangelizar e trazer uma resposta aos povos que não conhecem o Evangelho, tanto quanto para o público universitário, que está em busca de respostas nesta fase da vida e pode ter a espiritualidade como aliada no combate de questões de saúde mental. Além disso, o tema é pouco explorado e aplicado na academia, e o presente trabalho pode ajudar a iniciar este diálogo.

1.3 Problemática

Apesar da ampla distribuição, o folheto teve cinco modificações, sendo que a última foi feita no ano de 2018 no Brasil, com analogias em forma de ilustrações usadas desde a primeira versão do folheto de 1965 (Cruzada Estudantil e Profissional para Cristo, 1965). Além disso, este possui problemas relacionados ao design da informação: a hierarquia da informação não está bem definida, e as ilustrações que contém analogias estão obsoletas, visto que algumas delas não foram adaptadas e estão presentes no folheto desde a versão de 1965 (Cruzada Estudantil e Profissional para Cristo, 1965). Ademais, a linguagem do folheto e traduções bíblicas podem dificultar a compreensão do conteúdo. Sendo assim, esses elementos não estão devidamente adaptados ao público-alvo universitário, o que pode dificultar a comunicação e gerar menos conexão.

Em contraponto, o design possui o papel de projetar para comunicar uma mensagem, organizando uma série de elementos visuais e textuais dotados de significado para um determinado público-alvo de um determinado contexto. Assim, é necessário adequar as mensagens ao público-alvo, para que a mensagem seja adequadamente interpretada (Frascara, 2004) e a interface mediadora seja mais atrativa. Assim, a comunidade da Cru Câmpus e os cristãos serão beneficiados com uma interface que melhora o entendimento dos usuários, resultando numa maior compreensão ou até mesmo na recepção do Evangelho por meio do processo de conversão.

Diante do exposto, surge a problemática: como adequar o design do folheto 4 Leis Espirituais para auxiliar a Cru Campus no compartilhamento do evangelho no contexto universitário atual?

1.4 Objetivos

Considerando a problemática, objetiva-se fazer um redesign do folheto das 4 Leis Espirituais, considerando os princípios do design da informação e a identidade visual da Cru Campus.

1.4.1 Objetivos Específicos

- a) Compreender os princípios do design da informação;
- b) Analisar o design da informação do folheto das 4 Leis Espirituais;
- c) Analisar os materiais utilizados como estratégias de evangelismo;
- d) Entender a percepção dos mediadores da Cru Campus e dos receptores sobre o folheto das 4 Leis Espirituais;
- e) Apresentar um redesign do folheto das 4 Leis Espirituais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Na etapa de referencial teórico, foram analisados conceitos pertinentes ao Design da Informação que deram base à análise do folheto atual. Em seguida, foi realizada uma pesquisa para melhor entender as características do público-alvo, que são os estudantes de ensino superior, e, por fim, explorou-se os métodos de evangelismo sob uma perspectiva geral, identificando abordagens históricas e contemporâneas para posterior análise.

2.1 Design da Informação

Apesar da visão popular de que o design serve apenas para questões relacionadas à estética e o que diz respeito à “ornamentação”, este tem um importante papel projetual de resolução de problemas de maneira criativa, relacionando-se ao aspecto funcional. No entanto, além do importante papel de solucionar problemas, o design também está associado à capacidade de comunicar uma mensagem ou determinados requisitos levantados durante o projeto, no aspecto semiótico, transformando conceitos invisíveis em visíveis. Isso se aplica a todos os tipos de produtos advindos do processo de design (Bonsiepe, 2011; Frascara, 2004). Assim, nesse contexto de design para a comunicação, encontra-se o design da informação.

Baer (2009) argumenta que o conceito que melhor descreve o design da informação está relacionado à transformação de dados complexos e desorganizados em informações com valor, atribuídas de significado. Mais do que isso, Bonsiepe (2011) complementa que a mensagem deve se tornar clara para que haja a devida interpretação, diminuindo a complexidade cognitiva para tal tarefa. O propósito da comunicação, no entanto, não tem um fim em si mesmo segundo Bonsiepe, pois objetiva gerar conhecimento, voltado para o saber, e não para atingir algum objetivo, induzir a algum tipo de comportamento ou tornar ações mais eficientes (Frascara, 2004; Katz, 2012).

A informação, nesse contexto, sempre possui um meio ou interface por meio da qual é transmitida, e aí se encontra a atuação do designer. Esta pode ser apresentada por meio de elementos verbais e não verbais como textos, gráficos, imagens e tudo que possa ser atribuído de significado pelos indivíduos. Assim, o design da informação consiste justamente nestes dois aspectos: organizar a informação, e planejar sua representação visual. Portanto, a informação deve ser processada, organizada e apresentada de maneira verbal e não verbal, a depender das especificidades de cada projeto (Bonsiepe, 2011; Frascara, 2004).

A mensagem comunicada pode ter uma interpretação diferente para diferentes pessoas, que vivem em diferentes contextos. Isto ocorre porque os receptores não são passivos, mas interpretam por meio dos sentidos (Bonsiepe, 2011). Assim, dependendo do público-alvo, a melhor abordagem pode variar. Para isso, é crucial que o designer o compreenda esse público, para que a mensagem esteja dotada de significado (Baer, 2009). A compreensão da informação se dá quando há conhecimento contextual, no sentido de que o usuário tem de ter repertório para entender uma informação adequadamente. Cada indivíduo possui experiências e crenças diferentes, configurando a forma como vê o mundo. O designer tem o papel de tornar essa recepção e interpretação da mensagem mais fácil. Assim, é possível chegar ao cerne do design da informação, que é uma comunicação eficaz (Bonsiepe, 2011; Baer, 2009; Petersson, 2012).

Frascara (2004) complementa que este processo de interpretação está muito relacionado à capacidade de percepção dos usuários, que se refere tanto à identificação do objeto em questão em meio a outros estímulos, como também à atribuição de significados, o que pode facilitar o processo cognitivo. No entanto, a apresentação visual também tem o papel de tornar as informações mais acessíveis, o que não está necessariamente relacionado à melhora do processamento cognitivo.

Segundo Frascara (2011), o design para a comunicação deve atrair e reter a atenção: e ser esteticamente atrativo, compreensível, utilizável, deve ter a capacidade de despertar interesse, ser agradável, e gerar a reação desejada no público. Além do mais, deve ser claro quanto a sua forma e conteúdo, facilitar e estimular a leitura e considerar aspectos socioeconômicos, tecnológicos e ecológicos dos projetos.

De acordo com Frascara (2011), para aplicar o design da informação, é necessário seguir algumas recomendações:

Disponibilidade da informação: A informação é facilmente disponibilizada ao público? Leva em consideração a facilidade com que a informação é disponibilizada.

Clareza: A informação está clara, livre de ambiguidades? Está legível e entendível, considerando o usuário e o ambiente? No que diz respeito aos textos, devem levar em conta a legibilidade, que é a facilidade com que os tipos podem ser lidos, e a leiturabilidade, que diz respeito à capacidade cognitiva de entender um texto. Isso varia de acordo com o repertório e capacidade intelectual, bem como da forma como o texto é escrito, considerando pontuações e a lógica do texto. A compreensibilidade também depende de fatores como cultura, linguagem e o ambiente em que se interage com o produto. O critério também leva em conta a clareza de outros tipos de símbolos gráficos, como ilustrações, símbolos e outras representações visuais (Frascara, 2011).

Usabilidade: O uso do produto é coerente com o repertório e contexto do público-alvo? Desperta as reações desejadas? É necessário levar em consideração o usuário e a situação de uso do produto, desde sua motivação e repertório ao usar o produto até as reações pretendidas, que serão desencadeadas pelas informações que o produto fornece. Aorna o acesso a informação mais confortável por meio da ergonomia. Em relação a este tópico, também considera-se a qualidade da interface utilizada, levando em conta as tecnologias existentes (Frascara, 2011).

Confiabilidade: O conteúdo é confiável? Leva em consideração se a fonte de informações ou o conteúdo não desperta dúvidas no usuário.

Contexto: O texto é relevante para o usuário, ligado ao seu objetivo? É adequado ao ambiente em que está inserido? É necessário entender o contexto em que a informação está inserida, para que comunique o pretendido, e que seja contextualizada em um momento útil para o usuário,

relacionada ao seu objetivo. Além desse tipo de contextualização lógica, é necessário considerar o ambiente em que o usuário terá contato com a informação.

Gerar reações desejadas ao usuário: Gera as reações desejadas no nível operacional e cultural? Além de comunicar, o design gera reações nos usuários. Toda forma comunica algo (Frascara, 2011). Tais reações têm impacto cultural e podem contribuir para a criação de hábitos cognitivos. Assim, além de facilitar o acesso à informação no cotidiano, o design pode contribuir para educar o usuário e associar-se a um sistema de valores e até mesmo gerar impacto social por facilitar a compreensão dos usuários.

Estética: O conteúdo está organizado de forma clara e estruturada, respeitando a linguagem visual do material? Este princípio está relacionado à organização, que facilita a compreensão da linguagem visual, para que haja a devida interpretação que satisfaz o usuário. Leva em conta princípios da gestalt para organizar, compreender e atrair o público-alvo por meio de sua linguagem visual, tornando o contato com a interface mais prazeroso. Leva em conta o princípio de integração e segregação, que abrangem proximidade, semelhança, e continuidade da forma no que diz respeito à coesão da linguagem visual (Frascara, 2011).

Eficiente: o conteúdo está otimizado, sem redundâncias? Leva em consideração se o conteúdo está conciso e com informações suficientes, prezando pela função prática de comunicar e facilitar os processos perceptivos e cognitivos, quando necessário apontando para uma ação prática e sem adornos.

2.2 Princípios da Gestalt

A Teoria da Gestalt está relacionada à psicologia experimental. É um sistema de leitura utilizado para melhor compreender os objetos, que são manifestações visuais das formas mais diversas, e enquadram-se tanto em bidimensionais, abrangendo o design gráfico digital, quanto em tridimensionais, levando em conta objetos tangíveis. Em ambos os casos, as formas são passíveis de serem analisadas e interpretadas com base na percepção. A aplicação destas leis contribui para uma melhor clareza visual, como também para uma experiência estética mais harmônica e eficaz. A seguir, serão apresentadas as Leis da Gestalt, de acordo com Gomes Filho (2003).

A primeira Lei da Gestalt é a Unidade. Pode significar tanto uma unidade dentro de um todo quanto o todo, que é o próprio objeto. Pode ser composta de acordo com cores, texturas ou dimensões.

A segunda Lei, da Segregação, trata-se de separar, diferenciar, contrastar as unidades, considerando o todo (objeto) ou partes, que são as unidades deste todo.

A Lei de Unificação, trata-se da semelhança presente na composição, produzida pelos estímulos visuais. Está relacionada à harmonia, equilíbrio e coerência nas unidades ou no objeto de modo geral. As Leis de Proximidade e Semelhança contribuem para o princípio da Unificação.

A Lei do Fechamento se refere à sensação de fechamento gerada por conta da organização da forma, contribuindo para a formação de unidades.

A Lei da Continuidade diz respeito à fluidez ou sucessão coerente das partes, sem haver interrupções, além de proporcionar um movimento contínuo na mesma direção de maneira coesa, por meio de vários recursos visuais como cor, volume, etc, trazendo estabilidade.

A Lei de Proximidade se refere a elementos dispostos de maneira próxima uns dos outros, constituindo o objeto ou unidades dentro deste objeto. Esta lei caminha junto com semelhança, o que faz com que contribuam para a formação de unidades e para a harmonia.

A Lei da Semelhança diz respeito a características semelhantes como forma, cor, tamanho ou textura, que fazem com que exista maior probabilidade de se formarem unidades de partes semelhantes.

Por fim, a Pregnância da Forma está muito relacionada à facilidade de compreender um objeto como um todo, e à clareza da forma no quesito de organização visual, pois objetos com alta pregnância são harmônicos, simples e homogêneos.

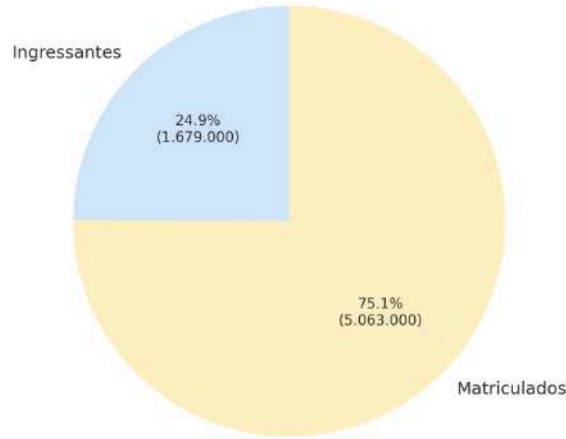
2.3 Público-alvo

O público-alvo é composto de universitários que frequentam cursos de ensino superior de maneira presencial, visto que as abordagens realizadas pela Cru Campus ocorrem presencialmente, pertencentes ao ensino público e privado. Este público é composto por: mediadores, que fazem parte da Cru Campus e utilizam o material para compartilharem o evangelho nas conversas espirituais; e os receptores, estudantes que não fazem parte da Cru Câmpus e não são cristãos. Os receptores são o público primário, visto que a comunicação do Evangelho é direcionada a eles, e os mediadores são o público secundário, que já tem contato com os conceitos apresentados no folheto.

Segundo o Censo de Educação Superior do INEP (2024), ao todo, mais de 1.679.000 estudantes ingressam no ensino presencial superior em 2023. Em 2023, havia mais de 5 milhões e 63 mil matriculados em cursos presenciais (Figura 01). Dos cursos presenciais, os com o maior número de matrículas são alunos do curso de direito, psicologia, enfermagem, medicina e administração, respectivamente. Dos cursos pertencentes a esta modalidade 54% das pessoas estudam em período noturno, enquanto 46% estudam no período diurno (Figura 02). Na rede federal, 70% destes alunos estudam no período diurno, de acordo com a Figura 03. Alunos que têm

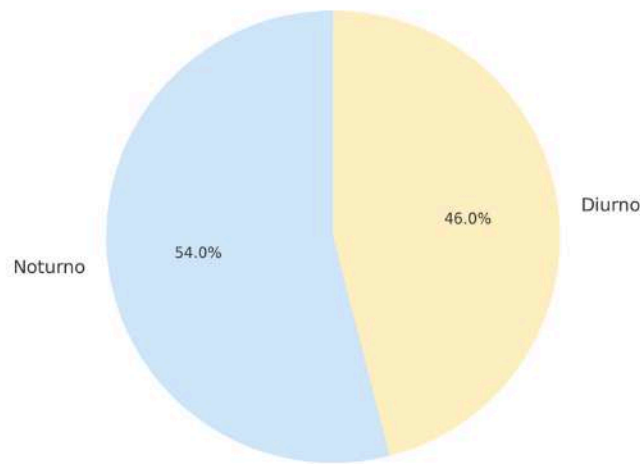
aulas no período diurno ou estão em cursos integrais, podem ter mais tempo de ócio nas universidades, podendo conversar por mais tempo nas abordagens com o folheto.

Figura 01 - Ingressantes e matriculados no Ensino Superior presencial no Brasil em 2023



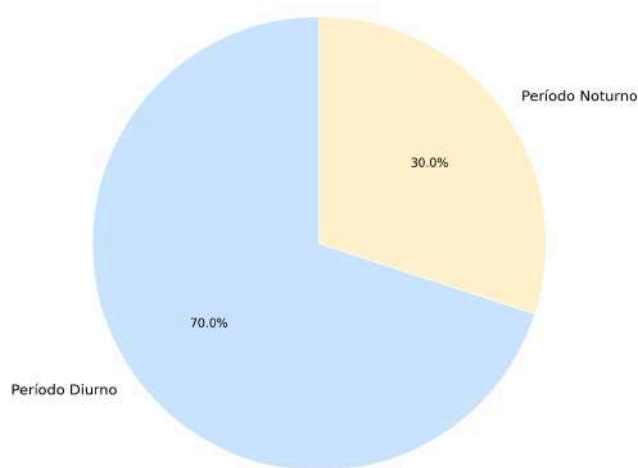
Fonte: INEP (2024).

Figura 02 - Estudantes de ensino superior por período



Fonte: INEP (2024).

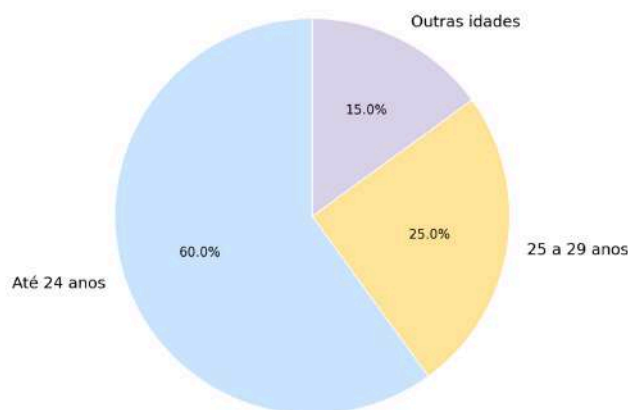
Figura 03 - Estudantes de ensino superior da rede federal por período



Fonte: INEP (2024).

Os estudantes do modelo presencial geralmente são mais novos do que os que estudam remotamente, e no geral mais de 60% possuem até 24 anos de idade. A segunda maior faixa etária é a de 25 a 29 anos nos cursos presenciais (Semesp, 2024), de acordo com a Figura 04.

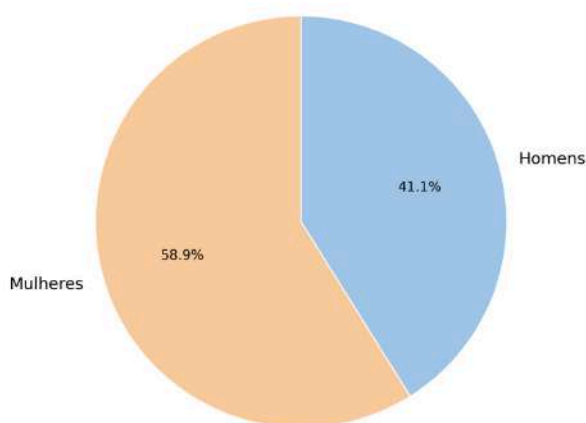
Figura 04 - Faixa etária dos estudantes de ensino superior no Brasil do modelo presencial



Fonte: Semesp (2024).

Com relação a dados socioeconômicos, a maior parte dos estudantes do ensino superior pertencem ao sexo feminino considerando o ensino superior público e privado: 58,9% dos estudantes são mulheres e 41,1% são homens (Semesp, 2024; Inep, 2023), como é possível visualizar na Figura 05.

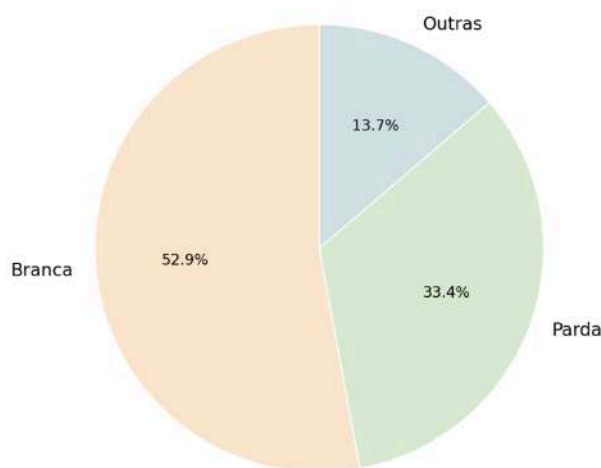
Figura 05 - Estudantes do ensino superior no Brasil por gênero



Fonte: Semesp (2024) e Inep (2023).

Dos estudantes, a maioria (67,9%) são solteiros, e 67,2% possuem pais sem graduação (Inep, 2023). Dos estudantes no geral 51,4% trabalham 40h semanais ou mais. Em relação a cor, a maioria é branca (52,9%) e parda (33,4%), respectivamente (Inep, 2023), conforme a Figura 06. A maioria (39,1%) dos alunos de cursos presenciais pertence à classe C, e em seguida D (26,9%) e E (23,5%) (Semesp, 2020).

Figura 06 - Estudantes de ensino superior no Brasil por cor de pele



Fonte: Semesp (2020)

Os jovens das Instituições Federais de Ensino costumam se informar por meios eletrônicos. Os que possuem de 18 a 24 anos costumam usar blogs e redes sociais para obterem informação (Andifes, 2019). Isso mostra o contato destes universitários com uma parte do universo da internet que costuma utilizar uma linguagem mais informal, denotando que a linguagem do folheto deve

estar adaptada a essa realidade, além de que o conteúdo consumido costuma ser interativo e audiovisual.

Dentre os dados levantados, é nítida a pluralidade presente no contexto universitário, que atende um público das mais diferentes classes socioeconômicas, rotinas e estruturas familiares, bem como abrange diferentes tipos de personalidade e perfis associados aos cursos. Esses fatores, somados à faixa etária e o contato com os meios digitais de tecnologia fazem com o presente projeto tenha que ter uma comunicação interativa no sentido de possibilitar a interação e o diálogo, atrativa e predominantemente visual, que represente diferentes realidades, na medida do possível. A linguagem deve ser informal e de fácil entendimento para os diferentes tipos de perfil, respeitando os diferentes tipos de público.

2.4 Métodos de Evangelismo

Desde o início da história do cristianismo, há o fenômeno do evangelismo, que prevalece na contemporaneidade. Segundo o Catecismo da Igreja Católica (1997), no artigo 76 é salientado que inicialmente os apóstolos comunicaram o evangelho oralmente e por meio da escrita. No entanto, ao longo do tempo os métodos de compartilhamento do evangelho evoluíram, visto que os modos de transmissão de conhecimento acompanham as tecnologias existentes, conforme McLuhan (1964), traduzindo as experiências humanas de outras maneiras. Assim, as próprias tecnologias não apenas comunicam, mas transformam a maneira como a comunicação é realizada e interpretada pelos indivíduos, modificando as relações sociais e a forma de enxergar o mundo.

Visto que o Evangelho é um tipo de conhecimento, os métodos de evangelismo usados em cada época variaram de acordo com o paradigma tecnológico correspondente, além do próprio entendimento da igreja sobre missões. Durante a história, houve momentos em que o evangelismo era feito por meio de coerção e aliado a interesses seculares de maneira imperialista, principalmente em contextos em que a Igreja era aliada ao Estado, muito vinculada ao processo de colonialismo, como por exemplo no contexto de descobrimento da América (Raschiatti, 2022).

Ao longo do tempo, surgiram diversas novas formas de comunicação e conseqüentemente interfaces para esse fim, que fizeram com que os métodos evangelísticos evoluíssem e utilizassem-se desses meios. Dentro disso, é possível citar a popularização da impressão de livros no século XVI na Europa e a evolução das telecomunicações, advindas do processo de industrialização (Campos, 2004). No século XVI houve a popularização dos livros na Europa e posteriormente a popularização da impressão em massa, a partir do século XIX, que difundiram o evangelismo por meio de materiais gráficos. No Brasil, por exemplo, em meados do século XIX os evangélicos que chegavam às terras brasileiras utilizavam livros para compartilhar o evangelho

(Campos, 2004; Cardoso, 2013). Esse tipo de evangelismo por meio de materiais impressos ocorre até hoje, por meio de panfletagem ou entrega de folhetos.

Além das comunicações impressas, a evolução nos meios de telecomunicação como rádio e televisão também trouxeram novos canais para a pregação, com programas de rádio que surgiram no Brasil a partir da década de 1940 em 1960 na televisão (Santana, 2005). O conteúdo dos programas de televisão mudou ao longo do tempo, bem como de certos jornais impressos, que atualmente são também voltados ao entretenimento ao invés de apenas pregações e conteúdos religiosos (Sousa, 2021).

Além dos meios citados, atualmente são utilizadas embalagens, camisetas, materiais impressos, fachadas de loja e cartazes em locais públicos para o evangelismo como uma abordagem indireta, ainda que estas práticas não tenham sido exploradas no contexto acadêmico. Na figura 07, há um cosmético da marca Abouty com um versículo bíblico, um dos exemplos dessa abordagem que ocorrem no cotidiano.

Figura 07 - Sabonete micelar facial da marca Abouty



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Atualmente, a vida social acontece também no ciberespaço. Conforme Sbardelotto (2012), dado que os meios de comunicação evoluíram e trouxeram novas formas de lidar com o mundo, a igreja também se adaptou para estar nesses meios. Assim, atualmente são utilizados meios digitais para alcançar pessoas de contextos diferentes, como é o caso da página Jovens Conectados, pertencente à instituição da igreja católica no Facebook (SBARDELOTTO, 2016), que

compartilhava mensagens bíblicas em seu perfil. Outra maneira de fazer esse compartilhamento é por meio do perfil pessoal dos fiéis através de vídeos ou de imagens, que é uma abordagem mais pessoal, visto que os receptores podem conhecer o transmissor da mensagem. Outros meios digitais passíveis de serem utilizados são páginas da internet e sites.

Por mais que haja diversos meios para esse compartilhamento, é possível separá-las em métodos com e sem mediador. Os métodos com mediador necessitam da presença humana para o compartilhamento, de maneira direta. Por outro lado, os métodos sem mediação são independentes da presença humana no momento do compartilhamento.

A compreensão sobre missões (que é a tarefa de compartilhar o evangelho) e sua abordagem dentro do cristianismo vem mudando. Um dos acontecimentos que ratificou isso foi a popularização do conceito de *Missio Dei*, a partir da década de 1950 (Keller, 2012) e pela promulgação do decreto *Ad Gentes* pelo Vaticano na década de 60, apoiando uma mudança no entendimento e prática sobre missões. A partir desses acontecimentos, caminha-se para um entendimento de que esta tarefa ocorre a partir do entendimento do amor de Deus, que busca se relacionar com o ser humano. Assim, a ação evangelística ocorre por meio do diálogo e relacionamento com o mundo, numa abordagem horizontal e humanizada com as pessoas que receberão o evangelho (Raschietti, 2022), visão que também é compartilhada pela Cru Campus (2020), que atua num contexto de ensino superior onde ocorre o diálogo com diversos pontos de vista.

Assim, no presente contexto é valorizada a mediação no compartilhamento do Evangelho, a fim de haver uma conexão genuína entre o cristão e o receptor.

2.3.1 Análise dos Métodos de Evangelismo

No quadro abaixo (Quadro 01), é possível visualizar os métodos levantados. Dentre eles, foi acrescentado o método de evangelismo oral com o auxílio de material impresso - que é o modelo que a Cru Campus mais utiliza atualmente -, além de uma comparação com uma abordagem oral com o auxílio de material digital:

Quadro 01 - Comparação entre Métodos de Evangelismo

Método	Tem mediador direto?	O receptor tem acesso ao conteúdo após o compartilhamento?	Interatividade
Oral	sim	não	alta
Panfletagem	sim	sim	baixa/média
Rádio/televisão	não	não	baixa

Embalagens	não	sim	baixa
Camiseta	não	não	baixa/média
Fachadas de loja/cartazes em locais públicos	não	não	baixa
Conteúdo em rede social	sim	sim	média ou alta
Oral com material digital	sim	sim	alta
Oral com material impresso	sim	sim	alta

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O método de abordagem oral sem uma interface de apoio conta com um mediador direto, mas conta com a desvantagem do receptor não ter acesso ao conteúdo após o compartilhamento. Seu grau de interatividade é alto e tem a vantagem de ocorrer a qualquer momento no dia a dia sem depender de nenhum tipo de material de suporte. No entanto, conta exclusivamente com a capacidade de comunicação e conhecimento do mediador, o que pode tornar a prática mais desafiadora para este.

A panfletagem também conta com um mediador direto, de maneira presencial. Possui a vantagem de o receptor ter acesso ao conteúdo após a abordagem. No entanto, como geralmente não há uma conversa mais profunda entre o mediador e o receptor, o receptor provavelmente jogará o panfleto no lixo. Neste caso, o panfleto ou material impresso teria que chamar muita atenção, ou conter informações de contato do mediador, caso o receptor tenha se interessado. A eficiência deste método está na atratividade e relevância do material.

O evangelismo por meio de rádio ou televisão não conta com mediação direta, a não ser que seja por meio de programas ao vivo, portanto geralmente a interatividade é baixa. Apesar de ser um método válido, os programas de televisão estão sendo secularizados e contando com entretenimento, o que pode diminuir a seriedade e o caráter teológico da abordagem. Por fim, o receptor não tem acesso a nenhum material após o compartilhamento.

O evangelismo por meios indiretos como embalagens, fachadas de loja e cartazes públicos não possui um mediador direto e por isso têm baixa interatividade. No caso das embalagens, porém, há a vantagem de ter acesso ao conteúdo após o compartilhamento, apesar de ser um conteúdo raso.

O evangelismo por meio de camisetas também é indireto, mas conta a vantagem de sempre ter um mediador. Assim, há a possibilidade de ter uma interatividade principalmente com pessoas conhecidas. O sucesso da abordagem está relacionado ao caráter atrativo da camiseta, que pode ser vista por muitas pessoas. O nível de interatividade relaciona-se à abertura do mediador às conversas espirituais, potencializando-se com o método oral de compartilhamento.

A abordagem por meio de redes sociais pode ocorrer por meio de uma página ou por meio de um mediador. Pode ser bastante positiva por conta da autonomia que o receptor tem de se aprofundar no tema. Caso veja algum conteúdo do seu interesse, pode ir até o perfil que publicou a postagem ou entrar em contato com a pessoa que publicou o conteúdo, a não ser que seja uma pessoa famosa. Nesse sentido, o grau de interatividade pode ser de baixo a alto, além de que o receptor pode ter esse conteúdo após a abordagem.

A abordagem oral com material físico e digital é bastante completa, pois conta com um mediador e também com uma interface que o receptor pode acessar após a abordagem, e conta com uma interatividade alta, considerando o modelo de compartilhamento atual da Cru Campus do material das 4 Leis Espirituais. Em uma abordagem com o material físico, o receptor pode levar para a sua casa e consultar esse material em ocasiões futuras. No caso de um material digital, o acesso é facilitado e seu compartilhamento torna-se mais simples, visto que o receptor pode mandar o conteúdo para outras pessoas, além de proporcionar maior autonomia para o receptor, que pode não precisar tanto do mediador. O grau de interatividade com o mediador depende do material, mas no caso do físico, a interatividade é maior no momento da abordagem e depois diminui. No caso do material digital, a interatividade é grande no momento da abordagem e continua após.

3 FOLHETO: VOCÊ JÁ OUVIU FALAR DAS 4 LEIS ESPIRITUAIS?

O material aborda o Evangelho, que é a mensagem central do Cristianismo, sintetizado nas chamadas 4 Leis Espirituais, formuladas pelo criador da Cru Campus, Bill Bright. O folheto disponível no formato físico é produzido em papel e possui 15 páginas, com dimensões de 107 milímetros de largura e 70 milímetros de altura. Suas folhas são presas por meio de grampos, conforme a Figura 08. É categorizado como folheto pela sua quantidade de páginas e por conter grampos. (ABNT, 2006; Cesca, 2005).

Figura 08 - Desenho Esquemático do folheto das 4 Leis Espirituais



Fonte: elaborado pela autora no Chatgpt (2025).

Segundo Stott (1971), um renomado teólogo cristão muito envolvido com missões universitárias, o evangelho é a mensagem de que Jesus Cristo é o filho de Deus, e veio ao mundo para salvar os pecadores e restaurar o relacionamento que os seres humanos tinham com Deus. Tal restauração é necessária porque todas as pessoas estão separadas de Deus pelo pecado. Portanto, após crerem nesta mensagem, os cristãos tomam uma atitude de entregar suas vidas a Jesus, acolhendo sua mensagem de amor.

Além da mensagem do evangelho, o material também dá dicas para pessoas novas na fé. Assim, considerando que o material aborda questões espirituais, o folheto utiliza-se de versículos bíblicos e analogias em forma de ilustrações para facilitar o entendimento do receptor, que pode entrar em contato com conceitos nunca vistos anteriormente.

A primeira parte do material (página 2 à 7) apresenta as primeiras três leis espirituais. A quarta lei é a mais extensa, que vai desde a página 8 até a 13. Na segunda parte, nas páginas 14 e 15, há dicas para as pessoas que aceitam a Cristo.

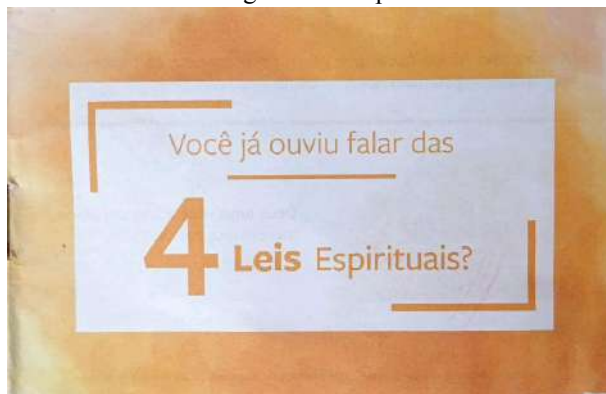
No fim de cada lei, no canto inferior da página da direita, há uma pergunta interativa enfatizada em negrito que faz uma conexão com a lei espiritual subsequente, reforçando a estrutura narrativa e conectando todas as leis.

3.1 Análise do Folheto

A análise do folheto foi feita em todas as suas páginas (incluindo capa e contracapa), a partir dos sete pilares do Design da Informação descritos no capítulo 2.1. O critério da disponibilidade da informação não foi incluído na parte de análises página por página, mas sim em um âmbito geral.

Este critério leva em consideração a facilidade com que a informação é disponibilizada, referindo-se ao conteúdo do folheto como um todo, neste caso, pois todas as páginas apresentam a informação da mesma maneira, no formato físico.

Figura 09 - Capa



Fonte: elaborado pela autora (2025)

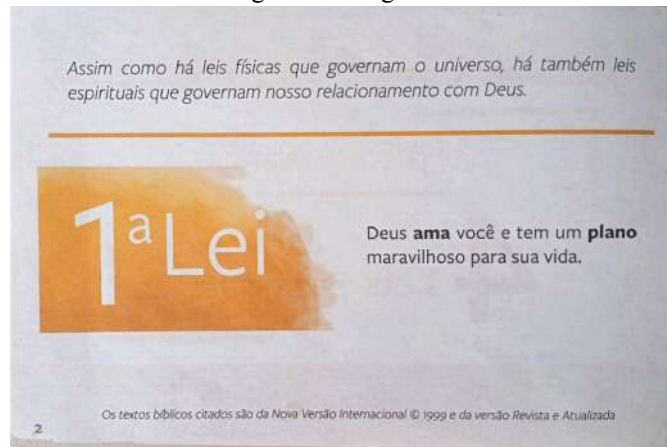
Como pode ser visto na Figura 09, a capa do folheto possui uma moldura externa preenchida em amarelo, com variação de tons em degradê. Dentro da moldura, está o título: “Você já ouviu falar das 4 Leis Espirituais?”. Há linhas ornamentais separando a frase, e destacando a moldura.

Em análise, foi constatado que a capa possui baixo contraste entre tipografia e fundo, podendo dificultar a legibilidade e apresentar um problema de clareza. Além disso, não há identificação da autoria da Cru Campus, podendo ser prejudicial ao critério do Design da Informação da confiabilidade do folheto.

Ademais, apesar do nome do material estar alinhado à visão da Cru Campus de que seu conteúdo é visto como uma lei pela organização, não é a melhor nem a mais atrativa maneira de apresentar o material, tampouco transmite a essência de sua mensagem, que foca mais na restauração do relacionamento com Deus do que em apresentar verdades absolutas. Isso marca um problema relacionado ao pilar do contexto.

Por fim, a estética do folder não está de acordo com os princípios da Gestalt de unidade e segregação: as duas frases estão distantes e com uma linha ornamental separando-as, sendo que a frase compõe uma unidade. Os ornamentos ao redor do título não tem função prática e eliminam o espaço de “respiro” entre a margem e o título. Não há a ênfase adequada na parte “4 Leis Espirituais”.

Figura 10 - Página 02



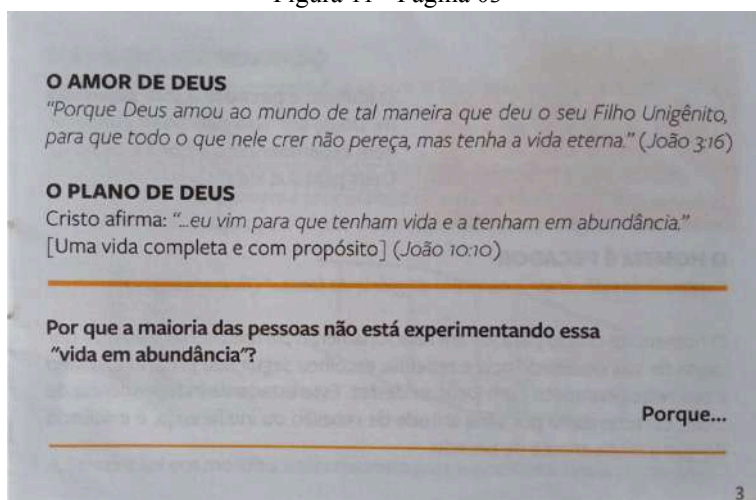
Fonte: Cru Campus (2018).

A página 02 (Figura 10) apresenta a 1ª Lei Espiritual: “Deus ama você e tem um plano maravilhoso para a sua vida”. O primeiro texto é uma frase de contextualização do material que segue a narrativa da capa e conecta-a ao conteúdo. O termo “1ª Lei” conta com o fundo destacado em amarelo, e a própria lei conceituada ao lado. A frase de conceituação possui palavras-chave em negrito, que são aprofundadas e explicadas nos tópicos explicativos presentes na página 04 (Figura 04).

Esta página também possui problemas ligados ao princípio da clareza, que leva em conta a legibilidade, por conta da tipografia diminuta e em itálico. A linguagem encontrada nos textos é formal, não sendo a mais adequada ao público-alvo, denotando um problema de contexto.

Além disso, também apresenta problemas relacionados à estética, por não ter um aproveitamento adequado da folha por conta da má aplicação dos princípios de unidade e segregação da Gestalt: o espaço entre o conceito da primeira lei e a parte inferior é grande e desarmônico, por não ser o mesmo espaçamento da parte superior. Além do mais, em relação à hierarquia da informação, a frase de conceituação da primeira Lei não está devidamente enfatizada, e o termo “1ª Lei” está enfatizado demais.

Figura 11 - Página 03



Fonte: Cru Campus (2018).

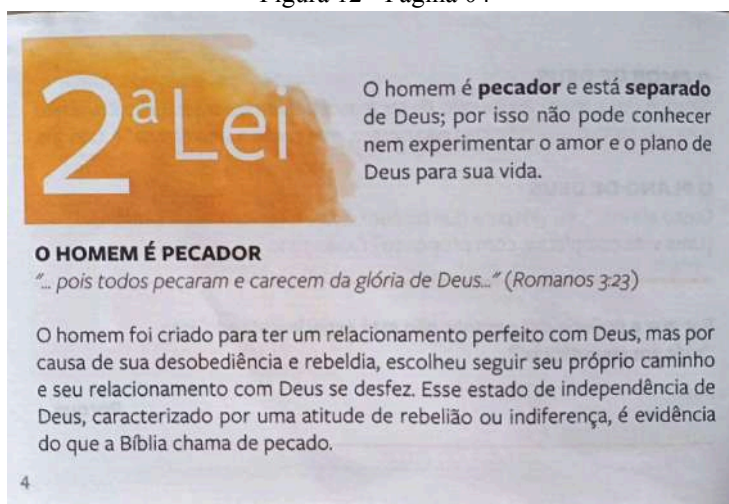
A terceira página (Figura 11) destrincha as ideias apresentadas no conceito da primeira Lei Espiritual. Há um tópico denominado “O amor de Deus”, relacionado a um versículo bíblico, e o tópico “O plano de Deus”, relacionado a outro versículo bíblico, com uma explicação do conceito de vida em abundância entre colchetes. Há duas linhas amarelas entre a frase interativa que está em negrito, a fim de separar os assuntos.

Há um problema de clareza, relacionado à legibilidade por conta do uso da tipografia em itálico. No âmbito da clareza, também não está claro que o acesso a Deus é um sinônimo da vida abundante, o que dificulta a usabilidade nas páginas posteriores e deixa a narrativa menos clara. No que se refere ao pilar do contexto, esta página conta com uma linguagem formal, incluindo a tradução bíblica que não é a mais adequada.

O primeiro tópico desta página apresenta um versículo que sintetiza todo o conteúdo do folheto. No entanto, o versículo denota uma quebra com a narrativa posterior, porque já antecipa a parte que Jesus morreu pelos pecados, denotando um problema de usabilidade e dificultando para quem nunca teve contato com o Evangelho.

Há também o problema de estética nesta página, relacionado ao uso das linhas de espessuras diferentes para enfatizar e separar a frase interativa, denotando problemas relacionados à continuidade de acordo com a Gestalt. Os espaçamentos entre os elementos não estão adequados, nem o alinhamento da frase.

Figura 12 - Página 04



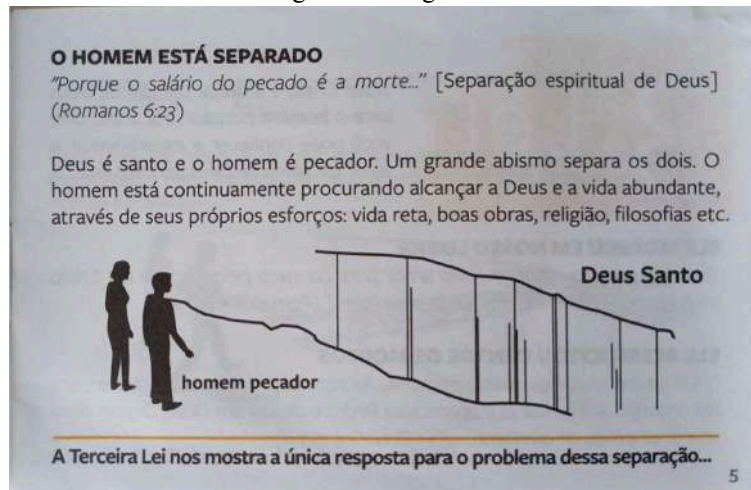
Fonte: Cru Campus (2018).

Na quarta página (Figura 12), há a explicação da segunda Lei Espiritual. A página segue a mesma linguagem visual da página que apresenta a primeira Lei, com o termo “2ª Lei” com o mesmo fundo destacado em amarelo com o número da lei em negativo, e a própria lei conceituada ao lado. A frase de conceituação também possui as palavras-chave “pecador” e “separado” em negrito, que são aprofundadas e explicadas nos tópicos explicativos presentes na página 06 (Figura 06). Na segunda Lei, o primeiro tópico explicativo “O homem é pecador” encontra-se na mesma página de conceituação da Lei.

Assim como as páginas anteriores, há um problema de legibilidade que compromete o princípio da clareza do folheto, relacionado ao uso da tipografia em itálico.

Além disso, a contextualização sobre o pecado pode suscitar dúvidas e não é aplicada no sentido prático, relacionando ao contexto dos receptores, conferindo um problema de usabilidade e de não adequação ao contexto. Outra questão que relaciona-se ao contexto é que a linguagem dos textos e versículos bíblicos não está adequando-se ao público universitário por conta da formalidade. A palavra “homem” também não é a mais adequada para o público. Por fim, há também um problema estético relacionado à hierarquia da informação, com ênfase exagerada no termo “2ª Lei”.

Figura 13 - Página 05



Fonte: Cru Campus (2018).

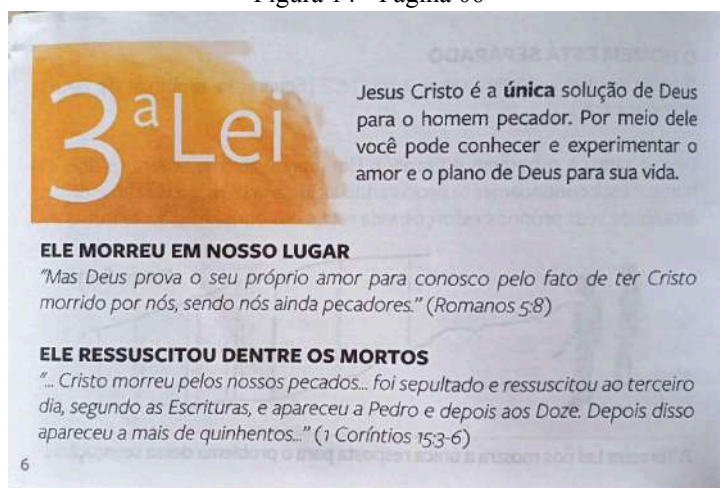
A quinta página (Figura 13) engloba o outro tópico “o homem está separado” com o respectivo versículo bíblico, para apoiar a explicação da segunda Lei Espiritual. Há termos entre colchetes para facilitar a compreensão do receptor. Além disso, a página conta com um texto explicativo abaixo do versículo bíblico e em seguida uma ilustração em preto e branco para auxiliar na compreensão do receptor. A ilustração possui a silhueta de duas pessoas, um homem e uma mulher, com a frase “homem pecador” ao lado, em frente a um abismo. Do outro lado do abismo há a frase “Deus Santo”. Abaixo da ilustração, há uma linha ornamental amarela, e na parte inferior uma frase interativa que se conecta à próxima Lei Espiritual.

Em questão de clareza, a figura não comunica alguns aspectos levantados no texto, como a tentativa do homem de alcançar a Deus. Não está explícito na primeira Lei Espiritual que o acesso a Deus a vida abundante são sinônimos, o que pode comprometer a compreensão neste ponto do folheto.

Ademais, os dois tópicos levantados na segunda lei estão estritamente relacionados como causa e consequência, mas no texto da presente página essa conexão não está clara, o que compromete a usabilidade. Em relação ao pilar do contexto, a linguagem da conceituação da lei está na terceira pessoa, o que pode causar um afastamento, sendo que em outras partes do material a linguagem é em segunda pessoa.

Em relação a estética, a página possui problemas relacionados aos princípios de unidade e segregação da Gestalt, por conta da separação mal distribuída entre os elementos. Além disso, há problemas de hierarquia da informação: o versículo deveria estar mais destacado do que o texto por conta do itálico, mas acaba ganhando menos destaque. Além disso, há o mesmo problema de hierarquia visual nos termos “3ª Lei” e a sua conceituação, que está pouco destacada enquanto a identificação do número da Lei possui destaque exagerado.

Figura 14 - Página 06

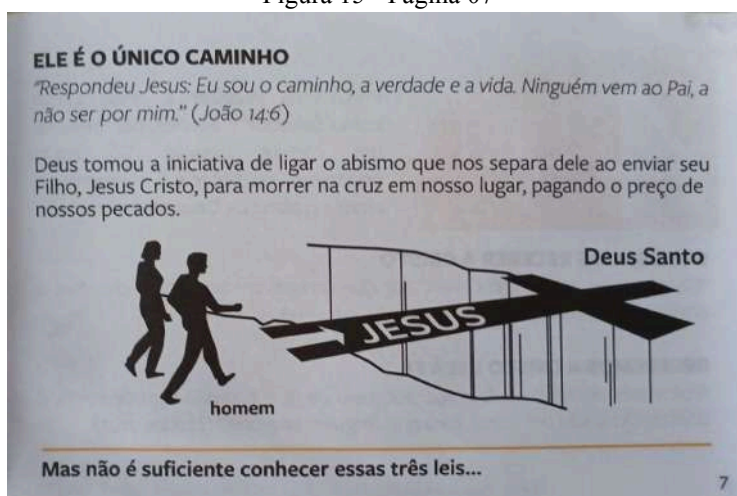


Fonte: Cru Campus (2018).

A terceira Lei Espiritual é apresentada e conceituada na página 06 (Figura 14), que também conta com tópicos explicativos com os respectivos versículos bíblicos, aprofundando os conceitos apresentados, como nas páginas anteriores. Também segue a mesma linguagem visual e estrutura das outras páginas.

Os problemas encontrados nesta página são semelhantes aos anteriores: existem problemas de usabilidade, considerando a narrativa: não há uma explicação introduzindo os versículos, o que pode dificultar a compreensão do receptor. No âmbito estético, também possui problemas de hierarquia da informação na conceituação da Lei, com destaque exagerado ao “3ª Lei” e pouco destaque a sua explicação ao lado. Também possui os versículos em itálico, o que dificulta a legibilidade e não dá a ênfase buscada.

Figura 15 - Página 07



Fonte: Cru Campus (2018).

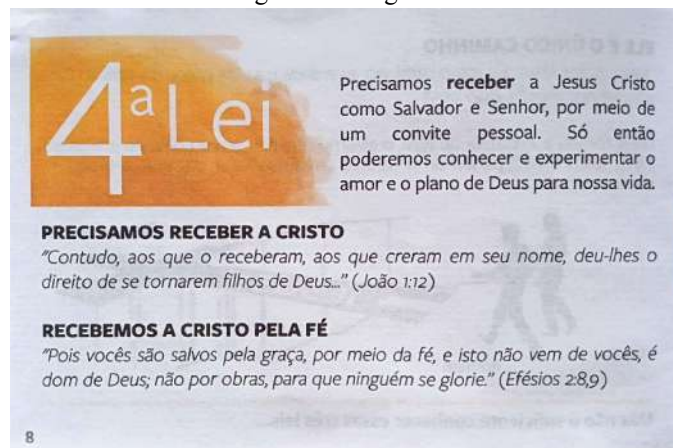
A página 07, apresentada na Figura 15, engloba a continuação dos tópicos que explicam a terceira Lei Espiritual. Além do tópico com o respectivo versículo bíblico, há um texto explicativo e a mesma ilustração que é encontrada na página 05, mas com complementos que estão de acordo com a presente Lei. Dessa forma, a ilustração possui as silhuetas de homem e de mulher andando, com o termo “homem” ao lado. Há um abismo, e do outro lado dele está o termo “Deus Santo”. Entre o abismo há uma ponte em forma de cruz, com a palavra “Jesus” em negativo. Do lado da ponte em que estão o homem e a mulher, há uma seta em negativo apontando na direção de “Deus Santo”. Abaixo da ilustração, há a frase interativa em negrito.

Esta página apresenta problemas relacionados à clareza, pois a figura não representa todos os aspectos comunicados no texto que a precede. Isto porque o foco do texto está relacionado ao que Deus fez, por meio do envio do seu filho para resolver o problema do pecado. A figura, por outro lado, enfatiza o acesso a Deus que o homem agora possui.

Não há conexão direta entre os tópicos que abordam o que Jesus Cristo fez, e a vida abundante apresentada no conceito da terceira lei espiritual, o que representa um problema de usabilidade, que é o acesso à vida abundante. Essa questão da vida abundante aparece em todas as conceituações das Leis Espirituais e não faz parte da narrativa no caso da presente Lei Espiritual.

Na questão estética, há um problema de hierarquia da informação, pois o versículo em itálico não possui o destaque adequado. A ilustração apresenta a palavra “homem” diferente da ilustração da página 05 (Figura 13), não respeitando o padrão visual em relação a continuidade.

Figura 16 - Página 08



Fonte: Cru Campus (2018).

Na oitava página (Figura 16), há a apresentação da quarta Lei Espiritual, seguindo a estrutura visual das demais leis espirituais, com a conceituação da Lei e em seguida os tópicos explicativos, com os respectivos versículos bíblicos. Após a explicação do evangelho nas primeiras três Leis Espirituais, a quarta Lei explica que após o conhecimento do evangelho é necessário tomar uma decisão para ter acesso a vida abundante por meio de Jesus Cristo.

Nesta página, levando em conta o contexto universitário, a tradução bíblica utilizada nos versículos bíblicos não é a mais adequada para a identificação para com o público-alvo.


Na questão estética, a hierarquia da informação está mal estruturada assim como nas páginas anteriores do folheto, na da numeração que está exageradamente enfatizada (4ª Lei), enquanto a própria conceituação possui pouco destaque. Além dessas questões estéticas, o termo “convite pessoal” não está em negrito na conceituação da Lei, considerando que é um dos termos que será explicado posteriormente na página 09 (Figura 17) o que denota um problema de continuidade e fuge do padrão visual.

Figura 17 - Página 09

RECEBEMOS A CRISTO POR MEIO DE UM CONVITE PESSOAL
Cristo afirma: "Eis que estou à porta e bato. Se alguém ouvir a minha voz e abrir a porta, entrarei..." (Apocalipse 3:20)

Receber a Cristo implica arrependimento, significa deixar de confiar em nossa capacidade para nos salvar, crendo que Cristo é o único que pode perdoar nossos pecados. Apenas saber que Jesus Cristo é o Filho de Deus e que morreu na cruz pelos nossos pecados não é suficiente. É necessário receber a Cristo pela fé, por meio de uma decisão pessoal.

Esses dois círculos representam dois tipos de vida:

	Vida controlada pelo "EU" "EU" - O "EU" no centro da vida "†" - Cristo fora da vida "•" - Interesses controlados pelo "EU", geralmente, causando discórdia e frustração.		Vida controlada por Cristo "†" - Cristo no centro da vida "EU" - O "EU" fora do centro "•" - Interesses controlados por Cristo, resultando em harmonia com o plano de Deus
--	--	--	--

Qual dos dois círculos representa melhor sua vida?
Qual deles você gostaria que representasse sua vida?

9

Fonte: Cru Campus (2018).

A página 09 (Figura 17) contém um tópico com o respectivo versículo bíblico para embasar o conceito da quarta lei espiritual de receber a Cristo por meio de um convite pessoal. Abaixo, há um texto explicativo e em seguida uma ilustração com uma analogia tratando estes dois estilos de vida: o primeiro representando a vida do cristão que possui uma existência controlada por Jesus Cristo, e suas implicações. Já o segundo representa um modo de vida controlado pelo eu, e suas implicações.

Para ilustrar isso é utilizada a figura de duas cadeiras de cinema dentro de dois círculos, que representam a vida. “Sentado” na cadeira, está representado quem controla a vida: no caso do eu, há a palavra “eu”; no caso de Cristo, é utilizado o símbolo de cruz. Abaixo da cadeira, é representado quem tem um papel secundário na vida, utilizando os mesmos simbolismos já citados do “eu” e de Cristo. Ao redor da cadeira, há pequenos círculos que representam os interesses que são controlados pela pessoa que está representativamente sentada na cadeira. A ilustração possui uma legenda explicando o significado dos ícones por conta de sua complexidade e associação não imediata por parte do usuário.

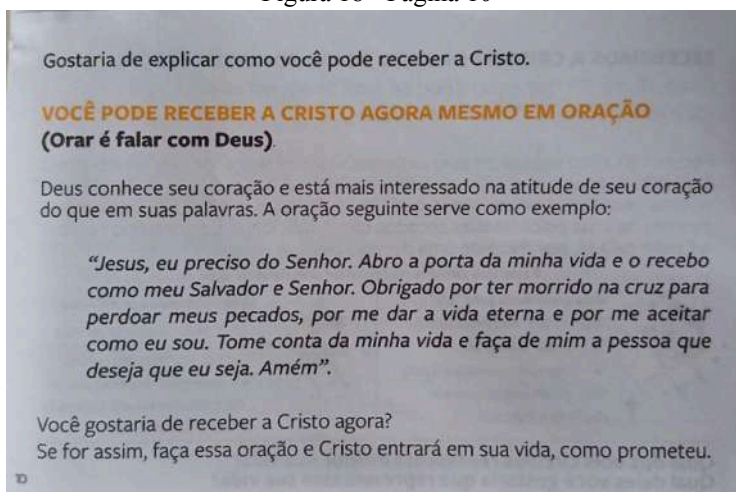
Nessa analogia, há a tentativa de ilustrar a filmagem de um filme: o diretor que está sentado sobre a cadeira é quem controla o filme. Quem está ao lado da cadeira assiste a cena e é subordinado ao diretor. O que está ao redor do diretor é a cena do filme, que ele direciona conforme quer.

Após a ilustração, há duas frases interativas que levam o receptor a uma autoanálise e que poderão levar a uma possível decisão.

Em relação ao critério de clareza, esta página apresenta problemas de pontuação e estrutura narrativa inadequada, diminuindo a fluidez da frase, como no caso da legenda da ilustração e no texto após o versículo bíblico. Além disso, há o uso de uma linguagem negativista na legenda da ilustração, com os termos “causando discórdia e frustração”, o que pode soar mal ao leitor.

No âmbito da usabilidade, não há coesão entre o tópico com o versículo bíblico e o texto explicativo, o que prejudica a narrativa. Na questão estética, o princípio de continuidade não está devidamente aplicado nos textos e entre as frases, que possuem espaçamentos diferentes. Além disso, a hierarquia da informação está mal estruturada. As ilustrações possuem pouca ênfase em relação ao resto da página, bem como os versículos em itálico não estão devidamente destacados.

Figura 18 - Página 10



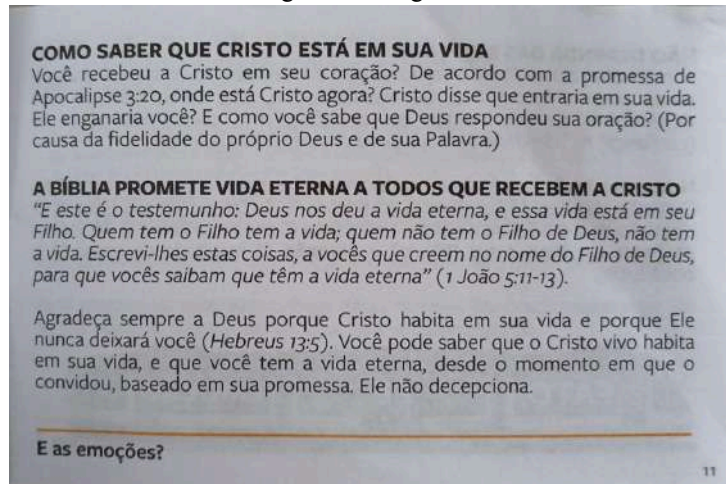
Fonte: elaborado pela autora (2025).

A página 10 (Figura 18) é uma continuação da quarta Lei Espiritual. A página começa com uma frase de conexão com as perguntas interativas anteriores. Em seguida, aborda que o receptor pode receber a Cristo na hora em oração, e traz a explicação de que orar é falar com Deus. Posteriormente, há mais explicações sobre a oração e por fim o próprio modelo de oração que o receptor pode fazer para aceitar a Cristo. No fim da página, há uma pergunta interativa.

Em termos de clareza, a frase em amarelo possui baixo contraste com o fundo, dificultando a legibilidade. Em termos de estética, o princípio de continuidade da Gestalt não está bem aplicado nos textos, com o espaçamento inadequado entre as frases. Além disso, as frases interativas na parte

inferior não seguem o padrão das outras páginas, visto que não está em negrito. A hierarquia da informação também não está clara: a frase em amarelo não está suficientemente enfatizada, enquanto a frase abaixo está enfatizada demais por estar em negrito.

Figura 19 - Página 11

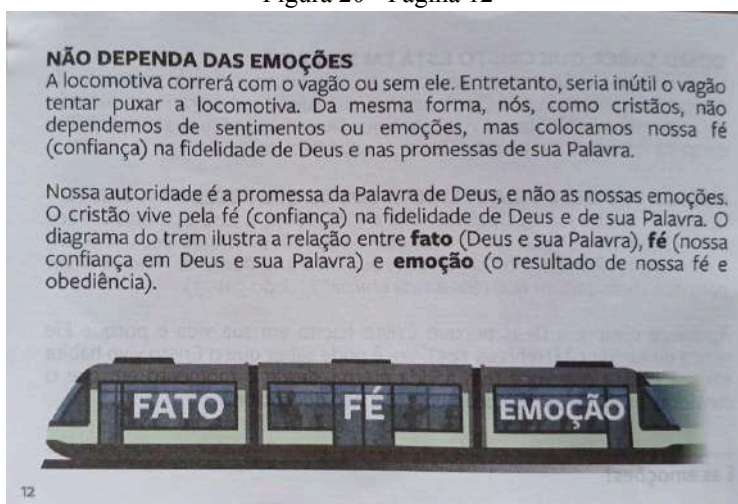


Fonte: Cru Campus (2018).

Na página 11 (Figura 19), são abordados os tópicos “como saber que Cristo está em sua vida” e “a bíblia promete vida eterna a todos que recebem a Cristo”. No primeiro tópico, são feitas perguntas ao receptor, projetadas para terem o auxílio do mediador, contendo algumas respostas abaixo. O tópico seguinte oferece base bíblica para responder às indagações levantadas, para que o receptor não tenha dúvidas de que Cristo está em sua vida e conta com a sugestão de agradecer a Deus. Ao final da página, há a frase de conexão com a próxima página, com a pergunta interativa feita pelo mediador.

O texto possui problemas de clareza e legibilidade, pois as perguntas do primeiro tópico são expostas sem uma separação clara, uma seguidamente da outra, não ficando claro quais frases estão conectadas, pois faltam os princípios de segregação da Gestalt, configurando também um problema de estética. Além disso, há falta de continuidade, pois as perguntas interativas não estão em negrito, conforme a linguagem visual do folheto. Em questão de usabilidade e levando em conta o contexto, há um excesso de perguntas interativas feitas ao receptor, o que pode gerar desconforto, que também configura um problema de gerar as reações indesejadas no receptor.

Figura 20 - Página 12

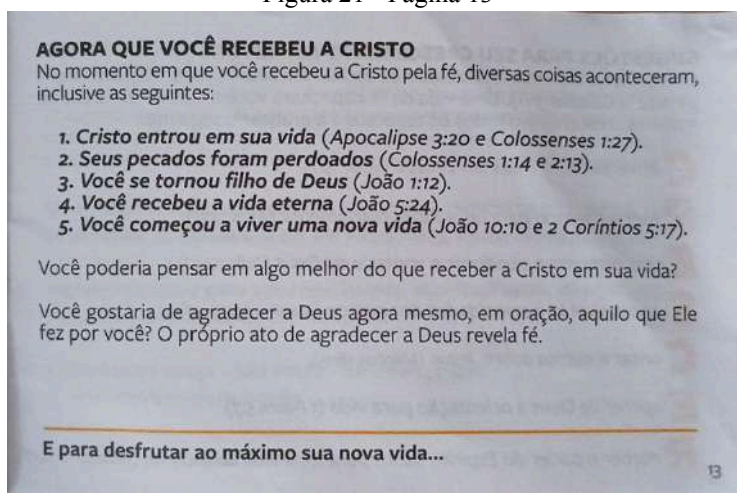


Fonte: Cru Campus (2018).

Na página 12 (Figura 20), há o tópico “não dependa das emoções”, abordando a dinâmica entre a Palavra de Deus, a fé e as emoções, ainda complementando a quarta lei espiritual. Há uma explicação de que o cristão não pode ser guiado ou viver dependendo das suas emoções, mas o que deve direcioná-lo é a confiança na palavra de Deus. A emoção é o resultado desta fé e obediência aplicadas. Ou seja, há uma relação de condicionalidade: a fé depende da palavra de Deus (fato), e a emoção depende da fé. Por conta dessa relação de interdependência, a explicação é apoiada pelo uso da ilustração de uma locomotiva, onde a cabine do motorista possui a palavra “fato”, o segundo vagão possui a palavra “fé” e o terceiro vagão, “emoção”.

Nesta página, há o problema de clareza pois a locomotiva se parece com um metrô, que não têm seus vagões puxados por uma locomotiva. Assim, a ilustração não comunica efetivamente o pretendido por não conter claramente essa relação de condicionalidade entre os vagões. Por conta disso, a ilustração pode evocar dúvidas e gerar reações indesejadas no receptor. Em questão de estética, não há um espaçamento adequado entre linhas, diferenciando-se de outras partes do material e não respeitando o princípio de continuidade da Gestalt. Além disso, a ilustração não segue o mesmo padrão das anteriores, pois é colorida e seu traço é diferente, configurando outro problema de continuidade. No quesito da eficiência, há redundância nos textos, que possui duas vezes a frase: “o cristão vive pela fé (confiança) na fidelidade de Deus e de sua Palavra.”

Figura 21 - Página 13



Fonte: Cru Campus (2018)

Na página 13 disponível na Figura 21, há esclarecimentos para o receptor que recebeu a Cristo, com uma série de fatos positivos que ocorreram em consequência a esta decisão, separados em 5 frases com seus respectivos versículos bíblicos. Em seguida, há duas perguntas para serem feitas pelo mediador e por fim a frase de conexão com a próxima página, separada por uma linha amarela.

A página contém problemas de usabilidade porque está desconexa com a página anterior. Há redundância em alguns conceitos que já foram suficientemente explicados em outras páginas, como por exemplo a questão de que Cristo entrou em sua vida, expressa na página 11, o fato de se tornar filho de Deus, que foi expresso na página 08, de receber a vida eterna, que já foi abordado (mas não de maneira clara) na página 03 e o fato de começar a viver uma nova vida, conceito inicialmente expresso também na página 03. Uma melhor explicação destes conceitos nas páginas em que já foram abordados melhoram a usabilidade e poupam o uso de mais uma página.

Além dos problemas de usabilidade, há o excesso de interatividade nessa página denotando um problema em relação ao contexto do público-alvo que pode ficar desconfortável e impaciente, pois também interrompe o fluxo de interação. Há uma redundância na última pergunta do material, porque a sugestão de agradecer a Deus já foi expressa na página 11. Esses fatos também configuram um problema de eficiência, por conta da redundância e das perguntas que não são úteis.

Por fim, há problemas de ordem estética: o espaçamento da página não está bem explorado, pois há um espaço excessivo em branco na parte inferior do material, ao mesmo tempo em que existe pouco espaçamento entre as frases, diferenciando-se de outras páginas do material e denotando um problema de continuidade.

Figura 22 - Página 14

SUGESTÕES PARA SEU CRESCIMENTO ESPIRITUAL
Crescimento espiritual é resultado de confiar em Jesus Cristo. “O justo viverá pela fé” (Gálatas 3:11). Uma vida de fé capacitará você a confiar em Deus de maneira crescente em todos os aspectos e a praticar o seguinte:

Conversar com Deus em oração (João 15:7).
Reservar tempo para ler a Bíblia diariamente (Atos 17:11).
Estar disposto a obedecer a vontade de Deus (João 14:21).
Ser sensível às necessidades dos outros (Mateus 25:35-40).
Contar a outros sobre Jesus (Marcos 16:15).
Esperar de Deus a orientação para vida (1 Pedro 5:7).
Receber o poder do Espírito Santo para uma vida abundante (Gálatas 5:16,17).

14

Fonte: Cru Campus

Nesta página (Figura 22) são encontradas sugestões para o crescimento espiritual dos cristãos. Assim, o primeiro tópico é de sugestões para o crescimento espiritual do receptor. Há um acróstico que apresenta passos para o crescimento espiritual baseados em versículos bíblicos, e resulta na palavra “crescer”.

Na parte inicial do material, há uma explicação ambígua sobre a fé, dificultando a clareza do conteúdo. O conceito de fé é confiar em Deus de acordo com a página 12, mas nesta página está escrito que uma vida de fé capacitará você a confiar em Deus, o que gera dúvida. Outra questão relacionada à clareza é o acróstico que dificulta a legibilidade. Em questão de contexto, há problemas relacionados ao público-alvo, pois o acróstico é muito associado ao público infantil. Em relação a estética, há problemas de continuidade, pois o espaçamento entre as frases não é o mesmo em toda a página. A hierarquia da informação está mal estruturada, pois há uma ênfase muito grande na palavra crescer.

Figura 23 - Página 15

A IMPORTÂNCIA DE UMA BOA IGREJA
A Bíblia nos diz para não deixarmos de nos reunir (Hebreus 10:25). A brasa no braseiro se mantém acesa por longo tempo; tirada do braseiro, logo se apaga. O mesmo acontece em nosso relacionamento com outros cristãos. Se você não participa de uma igreja onde Cristo é honrado e a Bíblia é pregada, tome a iniciativa e comece a frequentá-la regularmente a partir desta semana.

SE A MENSAGEM DESSE FOLHETO FOI IMPORTANTE PARA VOCÊ, LEIA PARA ALGUÉM OU DÊ DE PRESENTE PARA OUTRA PESSOA.

Alguns materiais para seu crescimento espiritual estão disponíveis.
Para mais informações, escreva para:

Caixa Postal 20231 - São Paulo - SP - 04035-990
E-mail: contato@cru.org.br

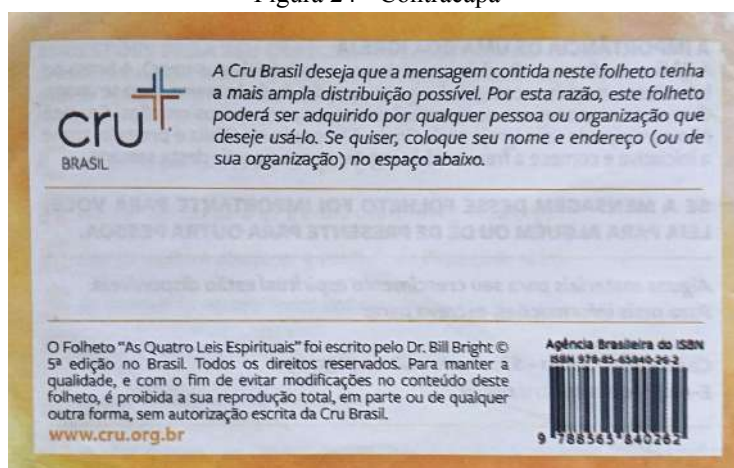
15

Fonte: Cru Campus (2018).

A última página do material (Figura 23) possui um tópico sobre a importância de uma boa igreja, ainda trazendo as dicas para os novos convertidos. Após este tópico, há a frase sobre compartilhar a mensagem do folheto com outras pessoas, com informações sobre a Cru Campus abaixo.

A linguagem do folheto não está adequada ao público universitário, pois conta com uma parte do texto no modo imperativo. O espaçamento entre linhas possui o mesmo problema de algumas páginas anteriores, sem o espaçamento adequado até mesmo entre partes diferentes dessa mesma página. Além disso, a hierarquia da informação está mal estruturada pois a parte da distribuição do folheto e de informações da Cru Campus está muito enfatizada em relação ao próprio tópico da importância de uma boa igreja.

Figura 24 - Contracapa



Fonte: Cru Campus (2018).

A contracapa do folheto (Figura 24) é mais voltada ao público mediador. Possui a logo da Cru Campus e mais informações sobre a distribuição do material. Também há a sugestão de colocar o nome pessoal ou da organização a qual o mediador pertence e endereço no espaço em branco que está na parte central da contracapa. Na parte inferior, há informações sobre o folheto e suas edições, bem como o site da Cru e um código de barras.

A parte em branco da página objetiva ser preenchida com informações sobre nome e endereço dos mediadores, ou das reuniões que acontecem nas universidades para que o receptor possa participar de reuniões ou entrar em contato com o mediador. No entanto, não está suficientemente enfatizada esta sugestão, e pode não provocar essa reação desejada ao receptor, configurando um problema estético e no âmbito de reações que o material deseja provocar.

Outros problemas foram encontrados considerando o material como um todo e sua experiência de uso. Quanto à disponibilidade da informação, o acesso ao folheto é limitado pois só quem o recebe tem acesso ao seu conteúdo, não sendo disponibilizado por outros meios,

configurando um problema de acessibilidade e dificultando o seu compartilhamento. Outra questão encontrada no folheto refere-se a usabilidade, que também é prejudicada por conta da falta de status de progresso, o que faz com que os usuários se sintam impacientes e perdidos, não sabendo o quanto falta para o material chegar ao fim.

No Quadro 02 abaixo, estão os problemas relacionados ao design da informação encontrados nas páginas do folheto:

Quadro 02 - Análise do folheto de acordo com os princípios do Design da Informação

Página	Pontos analisados	Problemas encontrados
Capa	Clareza	Baixo contraste entre tipografia e fundo. O nome do material pode não expressar adequadamente sua essência.
	Contexto	O nome pode soar pouco atrativo ao público-alvo.
	Confiabilidade	Na capa, não há identificação de que o livreto pertence à Cru Campus.
	Estética	Os conceitos de integração e segregação não estão devidamente aplicados. Hierarquia de informação mal estruturada.
02	Clareza	Legibilidade dificultada pela tipografia pequena e em itálico.
	Contexto	Linguagem formal, não adaptada ao público universitário.
	Estética	Os princípios de integração e segregação não estão devidamente aplicados. Hierarquia da informação mal estruturada.
03	Clareza	Legibilidade dificultada pela tipografia em itálico. A vida abundante não está diretamente relacionada com o acesso a Deus.
	Contexto	Linguagem formal, não adequada ao público universitário.
	Usabilidade	Falta de coesão entre o primeiro versículo e entre os dois tópicos.
	Estética	O princípio de continuidade não está devidamente aplicado nas espessuras das linhas amarelas.
04	Clareza	Legibilidade dificultada pela tipografia em itálico.
	Usabilidade e contexto	A explicação presente após o tópico pode suscitar dúvidas e não se relacionar com a vida prática do receptor.
	Contexto	Linguagem formal e escolha de palavras não adequada ao público universitário.
	Estética	Hierarquia da informação mal estruturada.
05	Clareza	A figura não comunica todos os aspectos levantados no texto. Legibilidade dificultada pela tipografia em itálico.

	Usabilidade	Falta de conexão direta entre os tópicos.
	Contexto	Linguagem impessoal, o que pode causar afastamento.
	Estética	Princípio de integração e segregação não está bem explorado. Hierarquia da informação mal estruturada.
06	Usabilidade	Narrativa confusa entre o conceito da terceira lei e os tópicos apresentados.
	Estética	Os princípios de integração e segregação não estão devidamente aplicados. Hierarquia da informação mal estruturada.
07	Clareza	A figura não comunica todos os aspectos levantados no texto. O texto não comunica de forma eficiente.
	Usabilidade	Problemas de conexão entre o conceito da Lei, tópicos e o texto explicativo.
07	Estética	Hierarquia da informação mal estruturada. Princípio de continuidade não aplicado no termo “homem”.
08	Contexto	Tradução bíblica com linguagem não adequada ao público universitário.
	Estética	Hierarquia da informação mal estruturada. Princípio de continuidade não aplicado por uma palavra não estar em negrito na conceituação da Lei.
09	Clareza	Uso inadequado de pontuações e estrutura narrativa inadequada. A ilustração é complexa e possui muitos elementos.
	Contexto	Linguagem negativista, não adequada para o público-alvo.
	Usabilidade	Falta de coesão entre o texto explicativo e o tópico.
	Estética	O princípio de continuidade não está devidamente aplicado no espaço entre os textos e as frases. Hierarquia da informação mal estruturada.
10	Clareza	O trecho em amarelo possui um baixo contraste entre tipografia e fundo.
	Estética	As frases interativas não estão em negrito, não respeitando o princípio de continuidade. O espaçamento entre as frases não é fixo, denotando um problema de continuidade. Hierarquia da informação mal estruturada.
11	Clareza	Leiturabilidade comprometida por conta da falta de separação das frases.
	Usabilidade e Contexto	Excesso de perguntas interativas, trazendo desconforto.
	Reações indesejadas	Pode não gerar a compreensão do folheto, mas gerar desconforto e impaciência.
	Estética	Os princípios de segregação não estão devidamente aplicados. Princípio de continuidade não aplicado, visto que as frases interativas não estão em negrito.
12	Clareza	A ilustração não comunica efetivamente o pretendido.

	Reações provocadas	A ilustração pode causar dúvidas.
	Estética	O princípio de continuidade não está devidamente aplicado no espaçamento entre frases, pois difere-se de outras páginas do material. Há o problema de continuidade em relação a ilustração, que segue uma linguagem visual diferente das outras.
	Eficiência	Há redundância nos textos.
13	Usabilidade	Estrutura narrativa desconexa em relação às páginas anteriores. Redundância na explicação de conceitos que já foram suficientemente explicados.
	Contexto	Excesso de interatividade no material.
	Estética	Princípio de continuidade não está bem explorado no espaçamento entre frases. Espaçamento excessivo na parte inferior.
	Eficiência	Perguntas interativas não relevantes. Redundância.
14	Clareza	Ambiguidade em conceito já explicado anteriormente. Leitabilidade prejudicada por conta do acróstico.
	Contexto	O uso do acróstico não está adequado.
	Estética	Princípio de continuidade não está bem explorado no espaçamento entre frases. Hierarquia da informação mal estruturada.
15	Contexto	Linguagem imperativa não adequada ao público universitário.
	Estética	Princípio de continuidade não está bem explorado no espaçamento entre linhas. Hierarquia da informação mal estruturada.
Contracapa	Reação provocadas	O usuário pode não pôr o nome e o endereço, pela informação passar despercebida.
	Estética	Não há ênfase na parte de colocar o endereço.
Geral	Disponibilidade da informação	O folheto só está disponível no formato físico, dificultando seu acesso e compartilhamento.
	Usabilidade	O material não conta com nenhum indicador de progresso.

Fonte: elaborado pela autora (2025).

A partir do quadro comparativo, é possível observar que os problemas mais encontrados no folheto são em relação a dificuldades de legibilidade e clareza por conta da tipografia, e em relação às ilustrações disponíveis que não comunicam alguns aspectos importantes.

Em relação a usabilidade, em vários pontos existe uma falta de conexão entre o conteúdo, e em todo o folheto é constatada a ausência de indicadores de progresso.

No quesito do contexto, há uma falta de adaptação da linguagem ao público-alvo em relação ao texto e às traduções bíblicas, com uma linguagem impessoal, não se conectando diretamente ao receptor.

No quesito estético em relação a aplicação dos princípios da Gestalt, são encontrados muitos problemas em relação a hierarquia da informação e detalhes que não seguem a linguagem visual do material, como no caso das ilustrações, dos tópicos narrativos que não estão em negrito e no espaçamento inadequado entre as linhas, pontos que não estão de acordo com o princípio de continuidade.

No quesito eficiência, por não haver uma explicação adequada nas páginas de conceituação, nas páginas posteriores são retomados conceitos já trabalhados anteriormente de forma rasa, diminuindo a eficiência.

De maneira pontual, o material pode gerar reações indesejadas, como impaciência, dúvidas e desconforto.

4 METODOLOGIA

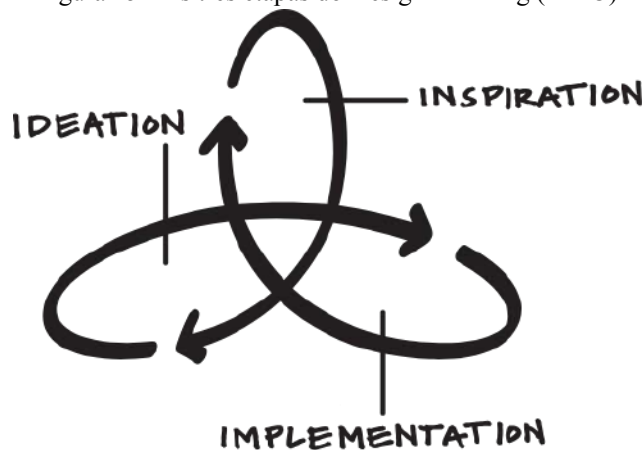
O presente trabalho utiliza-se tanto da metodologia de design, design thinking, por conta de seu caráter projetual na área do design, além de algumas ferramentas provenientes da metodologia científica por seu caráter acadêmico

4.1 O método de Design Thinking

O design thinking caracteriza-se por ser um método que é centrado no usuário. Desta maneira, pode ser aplicado por qualquer tipo de pessoa nas mais variadas situações, desde ambientes corporativos até em outras áreas da sociedade, assim como aplicado tanto a produtos físicos quanto serviços (Brown, 2010).

Segundo Brown (2010), o processo de design thinking não é linear e inflexível; ao contrário, os processos podem ser revisitados caso necessário, visto que o método é em suma exploratório. Além disso, ao longo do processo pode-se descobrir novos insights que levarão a revisar o projeto e atualizá-lo. Segundo a empresa IDEO ([2022]), que tornou o método de design thinking famoso publicamente (Canfield, 2021), tal metodologia é separada em três grandes etapas: inspiração, idealização e implementação.

Figura 25 - As três etapas do Design Thinking (IDEO)



The 3 core activities of design thinking

IDEO

Fonte: IDEO ([2019?]).

Dessa forma, a IDEO U ([2022]) e Brown (2010) definem as etapas do processo de Design Thinking. Primeiro, é necessário haver um projeto que contenha um briefing, que é o problema de projeto que vai delinear seus limites, podendo ser ajustado ao longo do processo. Posteriormente, existe a etapa de inspiração, que está relacionada a conhecer o problema ou oportunidade de projeto por meio da busca de dados e informações. Dentro desta etapa, busca-se insights para o projeto em diversos contextos por meio de inspirações, e a busca por entender o que o público-alvo pensa, por meio da empatia (Brown, 2010; Ideo U, [2022]).

A ideação remete-se à geração de alternativas, refinamento e teste das ideias concebidas. Neste ponto, entra o pensamento divergente e convergente, conceituado por Brown (2010): novas ideias e alternativas são exploradas, e posteriormente há o processo eliminatório de fazer escolhas destas ideias, de maneira analítica, por meio da síntese e interpretação dos dados obtidos.

Na ideação também há espaço para a experimentação. Nesta etapa entram sessões de brainstorming e desenho de alternativas, bem como a prototipação. Por meio desta última, são feitos testes das ideias concebidas, o que contribui para a escolha das melhores ideias e seus refinamentos. Posteriormente, há a implementação do projeto, que é o processo de levar a ideia ao mercado.

O Instituto de Design da Universidade de Stanford sintetiza o método do design thinking em cinco passos: empatizar, definir, idear, prototipar e testar (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, [2010]). Assim, a etapa de definição e empatia correspondem à etapa de inspiração; a de ideação, prototipação e testes dentro da etapa de ideação, e por fim, há a etapa de implementar, advinda da classificação da IDEO.

Os passos elaborados pela Universidade de Stanford contam com a etapa de definir antes da etapa de idear, diferenciando-se neste ponto da metodologia apontada pela IDEO (Figura 10). Por

conta desta pequena modificação, o método se adequa melhor com o pensamento divergente e convergente apontado por Brown (2010), por ter uma etapa de síntese antes da etapa exploratória de ideação. Assim, no presente projeto será adotada a versão do método categorizada em cinco passos, proposta pela Universidade de Stanford.

Figura 26 - Design Thinking: IDEO e Universidade de Stanford



Fonte: elaborado pela autora (2025).

4.2 Metodologia Proposta

A etapa de empatia compreende entender o público alvo e obter dados relacionados ao problema do projeto. Portanto, nesta etapa foi realizada uma pesquisa bibliográfica para entender sobre a Cru Campus, sobre o Design da Informação, sobre o público-alvo e métodos de evangelismo. Segundo Gil (2002 p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, mas também a partir de relatórios e sites na internet. Assim, é possível entender o tema de maneira ampla, baseando o projeto em conhecimentos existentes e contribuindo para o desenvolvimento deste conhecimento por meio de sua aplicação no projeto, realizada dentro das metodologias aceitas (Gray, 2012).

Além da pesquisa bibliográfica, na etapa de empatia foram realizados questionários com os estudantes que fazem parte da Cru Campus, a fim de conhecê-los e entender qual a percepção destes sobre o material, seu conteúdo, estética e uso. A aplicação dos questionários baseia-se no método de observação direta extensiva no âmbito da metodologia científica, que é um compilado de perguntas para serem respondidas sem a presença do pesquisador. Tem a vantagem de obter um maior volume de respostas enquanto dá uma maior liberdade para os entrevistados responderem (Marconi; Lakatos, 2007).

Além disso, foram realizadas entrevistas com os receptores da mensagem que não fazem parte da Cru Campus, a fim de entender o que pensam sobre materiais religiosos. Tal método de entrevistas está relacionado à observação direta intensiva no âmbito da metodologia científica, e refere-se à coleta de dados utilizando os sentidos para obter determinadas informações. Estas são realizadas através da conversa entre duas pessoas, o pesquisador e o participante, e objetiva obter informações e entender o ponto de vista do entrevistado, de acordo com a sua subjetividade, podendo ser estruturada ou não.

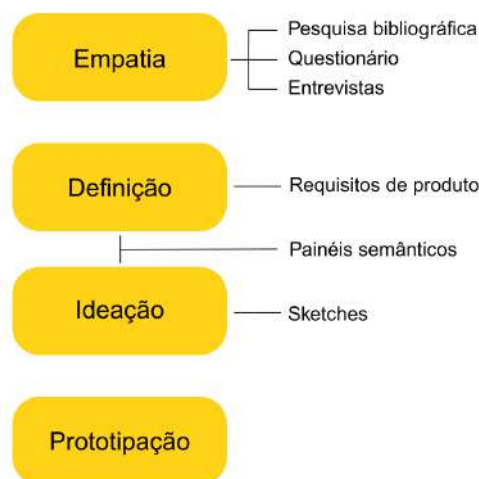
Com as informações encontradas na etapa anterior, surge a etapa de definição, em que houve a sintetização das informações encontradas, e o estabelecimento dos requisitos e direcionamentos para o projeto. Além disso, houve a criação de painéis semânticos para auxiliarem na geração de alternativas.

Na etapa de ideação, foram feitas análises de concorrentes e similares para explorá-los, analisando seus pontos fortes e fracos de acordo com os requisitos de projeto, e entender de que maneiras o problema é resolvido em outros produtos (Pazmino, 2015). Ademais, foram geradas alternativas para o projeto por meio de pesquisas e inteligência artificial.

Na etapa de prototipação, as alternativas serão refinadas por meio de protótipos físicos ou digitais, a depender dos direcionamentos de projeto.

Por fim, após a prototipação foi escolhida a alternativa final e houve o refinamento da arte gráfica, dando origem ao produto final.

Figura 27 - Representação visual do método utilizado



Fonte: elaborado pela autora (2025).

5 PESQUISAS COM O USUÁRIO

Foram realizadas pesquisas utilizando-se de formulários via Google Forms, tanto com os

mediadores quanto com receptores, a fim de entender melhor os públicos-alvo e aspectos relacionados ao folheto e seu uso para o estabelecimento dos requisitos de produto.

5.1 Mediadores

A pesquisa com os mediadores foi feita por meio de formulários via Google Forms, divulgados em grupos do Whatsapp com participantes da Cru Campus. Nestes grupos, estavam pessoas pertencentes a Cru Campus de diversas cidades e faculdades de ensino superior do Brasil.

No caso da pesquisa com os mediadores, buscou-se entender os seguintes aspectos: quais versões do material os mediadores já utilizaram; perfil dos mediadores, com relação à idade, região, universidade em que estuda e familiaridade com a fé cristã. Questões relacionadas ao uso: familiaridade de uso com o folheto das 4 Leis Espirituais em evangelismos, pontos fortes e fracos do folheto segundo a percepção do mediador; se para os mediadores existe algum tipo de problema no folheto; se o folheto e seu nome, “Você conhece as 4 Leis Espirituais?”, se adequam bem ao contexto universitário; percepções sobre como os evangelizados se sentem durante o compartilhamento através do folheto; percepções sobre pontos em que a versão mais antiga do material era melhor e, por fim, foi questionado sobre a possibilidade da ferramenta ser disponibilizada no formato digital.

Ao todo, 22 mediadores responderam ao formulário online, mas uma das pessoas nunca utilizou o material para compartilhar o evangelho, portanto foi desconsiderada. A amostra final contou com 21 respostas que serão disponibilizadas no Apêndice A do presente trabalho.

A partir desses dados, foi realizada uma análise que permitiu traçar o perfil dos pesquisados: os mediadores pesquisados têm idades entre 18 e 24 anos em sua maioria (42%), sendo predominantemente estudantes (52%). Um aspecto interessante é que mesmo os missionários geralmente são estudantes antes de se tornarem missionários, então todos já passaram por esta experiência. O maior público que respondeu faz parte da Cru Nordeste (35%). Em relação à fé, 95% são cristãos há mais de 8 anos, 72% leem a Bíblia diariamente e 100% frequentam a igreja semanalmente, o que demonstra familiaridade com a fé cristã por parte destes mediadores.

Quanto à frequência de uso do folheto em evangelismos, 57% dos entrevistados evangelizaram com o material mais de 15 vezes, denotando um público experiente em utilizar o folheto. Apesar disso, 52% dos entrevistados utilizavam o folheto com frequência em tempos passados mas não utilizam mais há meses ou anos. 81% do público aprendeu a evangelizar em um treinamento da Cru Campus.

Sobre as percepções acerca do uso: 57% dos mediadores leem o folheto com os evangelizados, adicionando algumas explicações próprias em alguns momentos e 19% explicam

sem a ajuda do material, e utilizam-no apenas para entregar ao receptor após a abordagem, o que reforça que o público mediador tem mais domínio do conteúdo. Em relação a como o material ajuda este público no compartilhamento do evangelho, 66% o utilizam para facilitar a interação; e 66% para que o receptor tenha acesso ao conteúdo após o compartilhamento; e 66% para anotar o contato e demais informações para que o receptor o procure, caso tenha interesse. 52% o utilizam como recurso didático, para facilitar a explicação por meio de ilustrações e recursos visuais. 38% precisam do folheto para servir de apoio, para relembrem certas informações e conceitos.

Sobre os pontos fortes do folheto de acordo com a percepção dos mediadores: conteúdo e apresentação completa do evangelho (76%); a possibilidade de ser utilizado por cristãos menos experientes (95%); ilustrações e recursos didáticos (71%); facilidade de compartilhar o evangelho com o folheto (66%); tamanho reduzido e compacto, permitindo que seja transportado com facilidade (57%); o fato de ser um material físico e poder ser acessado pelo receptor após a abordagem (61%); a possibilidade de deixar informações pessoais no folheto (47%).

Sobre pontos fracos do folheto: problemas de ordem estética e design (42%); o fato de ser em papel e os grampos criarem ferrugem após algum tempo, comprometendo as páginas (33,3%); possuir muito texto (33%); abordagem demorada (23%); possui partes confusas que não são bem explicadas (23%); possui versículos fora de contexto (19%); e outro ponto interessante abordado é a falta de acessibilidade para deficientes visuais e auditivos (4%).

No questionário, foi questionado sobre os mediadores gostarem ou não de utilizarem o folheto, em uma pergunta aberta. Muitas pessoas destacaram que sim por ele conter uma sequência lógica estruturada, objetiva e simples do Evangelho, de maneira simples (47%). Houve algumas críticas sobre ele ser ultrapassado, metódico e não comunicar com o público-universitário (14%). A pergunta seguinte questionava o que fazia o mediador escolher esta ferramenta em específico para compartilhar o evangelho. Alguns apontaram que sim por do apoio e conforto que o material oferece, tanto para ajudar os mediadores no compartilhamento como também por seus recursos didáticos e conteúdo objetivo (23%).

Foi questionado aos mediadores se estes vêem algum tipo de problema no folheto em pergunta aberta. Houveram apontaram problemas em relação a versículos bíblicos fora de contexto (19%) e outras em relação a problemas relacionados à clareza, como linguagem, ilustrações não didáticas e os versículos utilizados em locais inapropriados (19%).

Os mediadores também foram questionados sobre o folheto ser adequado ou não ao contexto e público universitário. 61% responderam que é adequado ao contexto e público universitário. Ainda dentro deste tema do nome, foi perguntado em uma pergunta de resposta aberta sobre o que os mediadores acham do nome, se representa bem o conteúdo do folheto e se faz sentido no contexto universitário. As respostas foram divididas: muitos acham que desperta curiosidade ou faz

sentido com o conteúdo (57%). 19% acham que faz sentido até um certo ponto mas apresentaram críticas. 28% do público apontou que não acham adequado ao contexto universitário.

O questionário trouxe uma pergunta sobre como os mediadores acham que os receptores se sentem durante a abordagem, se acham que existe algum tipo de desconforto, dúvida ou impaciência. As pessoas apontaram que isso depende mais de fatores externos, como do próprio receptor, da capacidade do mediador, do tempo disponível para a abordagem e não tanto do material (45%). Alguns apontaram que notam impaciência em relação à estrutura do material e à quantidade de texto (18%).

Foi perguntado se os participantes utilizavam o folheto dobrado ou aberto. 71% utilizam o folheto dobrado, de maneira que o receptor só leia a página que está sendo abordada, o que contribui para uma melhor concentração deste no que está sendo dito.

Acerca do possível uso do smartphone para o compartilhamento do Evangelho, foram feitas duas perguntas. Se os mediadores utilizam smartphone no contexto universitário e no contexto de compartilhamento do Evangelho, e o que acham de uma abordagem das 4 Leis utilizando o meio digital ao invés do material físico. Apesar de majoritariamente haver uma utilização do smartphone nas abordagens de compartilhamento do evangelho (90%), 50% disseram que não acham uma boa ideia, por conta das distrações dos meios digitais e das vantagens que o material físico pode oferecer, como a questão de pôr o nome e informações do mediador.

5.2 Receptores

A pesquisa com os receptores foi realizada após abordagens presenciais de compartilhamento do evangelho na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), ambos em Florianópolis, utilizando o folheto das 4 Leis Espirituais. Após as abordagens, foi enviado um questionário via Google Forms para os receptores responderem.

Ao todo, foram abordadas 8 pessoas, mas duas delas não responderam ao questionário, que, portanto, obteve 6 respostas. Responderam o questionário tanto estudantes universitários quanto ex-alunos.

No questionário, buscou-se entender primeiramente sobre o público universitário e seu contato com religião e espiritualidade: idade, qual a universidade em que estudavam/estudam; nível de contato com o Evangelho/Cristianismo, o interesse do público por este assunto e se praticam alguma religião. Em seguida, questionou-se sobre a percepção dos receptores acerca da abordagem de compartilhamento e do folheto: foi questionado o nível de clareza que o folheto trouxe; se conseguiram se concentrar na abordagem; em uma pergunta aberta, questionou-se o que acharam do

folheto e se conseguiram compreender o Evangelho através dele; se os receptores se identificaram com as situações que o folheto traz; se alguma questão do folheto era problemática para eles; como se sentiram durante a abordagem e por quê; como a abordagem poderia melhorar; se foram surpreendidos positivamente ou negativamente; o que acham de uma abordagem utilizando o celular; e se acham que a explicação do mediador foi importante para entenderem o que estava sendo compartilhado.

A partir dos dados coletados, foi traçado um perfil do público-alvo: esse público é predominantemente feminino (5 pessoas), com idades entre 18 e 24 anos (4 pessoas), que estudam ou estudaram na UFSC - Florianópolis (5 pessoas), sendo predominantemente da área das ciências humanas (3 pessoas) - ficando atrás de ciências biológicas (2 pessoas) e ciências exatas (1 pessoa). Sobre o nível de contato com o Evangelho, 3 pessoas relataram já ter tido muito contato com o Cristianismo, mas disseram que o folheto trouxe um novo ponto de vista, enquanto outras 3 afirmaram que já conheciam o Evangelho porque tiveram muito contato com o Cristianismo. Cinco dos seis respondentes se interessam pelo tema de religião e espiritualidade, mas também cinco afirmaram que não seguem nenhuma religião atualmente, o que demonstra uma abertura do público ao tema, mesmo sem uma prática religiosa institucionalizada.

Sobre o folheto e questões relacionadas ao compartilhamento, a primeira pergunta foi sobre o nível de clareza que o folheto proporcionou, numa escala de 0 a 10, sendo 0 = incompreensível e 10 = muito compreensível. Quatro pessoas atribuíram nota 10. Sobre a concentração durante a abordagem, todas as seis pessoas disseram que conseguiram se concentrar e entender o que foi compartilhado. Apesar disso, quando perguntado se os receptores entenderam o Evangelho, duas pessoas afirmaram que entenderam apenas parcialmente ou que não compreenderam completamente, enquanto quatro afirmaram ter compreendido a mensagem, o que pode indicar que duas pessoas se sentiram confusas em algum aspecto. Quando perguntado se a pessoa que compartilhou o Evangelho ajudou a tornar o conteúdo mais claro, todas as seis pessoas responderam que sim.

Na pergunta aberta sobre o que os receptores acharam do folheto, quatro pessoas afirmaram que é uma boa ferramenta no sentido de cumprir com o que se propõe e ser clara, uma pessoa disse que o conteúdo precisa engajar mais o leitor e uma pessoa achou a abordagem inovadora, mas não gostou do visual.

Sobre a identificação com as situações apresentadas no folheto, três pessoas disseram que se identificaram em algum momento da abordagem ou durante toda a abordagem, enquanto outras três afirmaram que o conteúdo não era aplicável à sua realidade. Quando perguntado se alguma parte do conteúdo era problemática, cinco pessoas afirmaram que não, mas uma pessoa pontuou que a afirmação de que Jesus morreu pela humanidade poderia soar como um discurso de culpa.

Sobre os sentimentos durante a abordagem, cinco pessoas disseram que se sentiram confortáveis e três afirmaram que se sentiram tranquilas. Uma pessoa disse ter se sentido entediada e desconfortável. Justificando o porquê destes sentimentos, três pessoas elogiaram a abordagem e a explicação, duas elogiaram a mensagem do Evangelho e uma afirmou que o conteúdo é rígido e denso.

Respondendo à pergunta sobre o que poderia melhorar a abordagem com o folheto das 4 Leis, três pessoas sugeriram que o conteúdo poderia ser mais interativo e uma disse que a estética poderia ser mais agradável. Sobre se foram surpreendidos positivamente ou negativamente, cinco pessoas afirmaram que foram surpreendidas positivamente e uma delas acrescentou que pôde ser ouvida, o que reforça a importância da interatividade.

Na pergunta sobre um possível compartilhamento do evangelho por meio do celular, duas pessoas gostaram da ideia e uma pessoa afirmou que prefere a abordagem por meio do material impresso. Algumas pessoas deixaram sugestões: uma pessoa disse que poderia ser interessante utilizar jogos e perguntas e respostas para deixar a abordagem mais interativa; outra sugeriu que seria interessante ter acesso à versão digital do material, com um possível formulário posterior.

As respostas demonstraram a importância do mediador para o compartilhamento da mensagem e mostraram que o folheto pode ser compreensível para pessoas de diferentes áreas do conhecimento. Além disso, foram observados pontos de melhoria: uma estética mais agradável ao público e a necessidade de uma maior interatividade do material, que permita aos receptores participarem da conversa por meio da exposição de suas opiniões, deixando o compartilhamento mais dinâmico e contribuindo para uma conexão, empatia e melhor experiência do receptor. Esse fator também está fortemente relacionado ao contexto contemporâneo, à sociedade da informação e ao uso constante dos meios digitais e das redes sociais.

Assim, o produto projetado a partir das pesquisas pode possibilitar uma maior conexão com a realidade do público universitário por meio da linguagem, conteúdo, analogias e ilustrações utilizadas. Os gráficos e dados completos da pesquisa podem ser consultados no Apêndice A deste trabalho.

6 REQUISITOS DO PRODUTO

Após as etapas de pesquisa bibliográfica, análise do folheto, e pesquisa com o usuário, foram estabelecidos os seguintes requisitos de produto:

Quadro 03: Requisitos de Produto

Categoria	Requisito
Comunicação e Linguagem	Linguagem adequada ao público-alvo (obrigatório): A linguagem do produto e suas traduções bíblicas deve ser informal, contemporânea e acolhedora, compatível com as mais diversas áreas de conhecimento. O uso de versículos bíblicos deve vir acompanhado de explicações para facilitar a compreensão dos receptores.
	Adequado ao contexto (obrigatório): As situações de exemplo e ilustrações precisam se adequar ao repertório e contexto do público universitário.
	Coesão (obrigatório): O produto deve seguir uma narrativa lógica, conectando as Leis Espirituais de maneira coerente.
	Naming (obrigatório): O nome do folheto deve representar fielmente o seu conteúdo.
Estética	Acessibilidade (desejável): O tamanho da tipografia deve estar adequado e apresentar bom contraste, garantindo a leitura de pessoas com problemas de visão. A hierarquia da informação deve estar bem estabelecida.
	Espaços de “respiro” (obrigatório): Deve-se evitar a distribuição de conteúdo em grandes blocos de texto.
	Identidade visual bem estabelecida (obrigatório): O produto deve utilizar a identidade visual da Cru Campus, inclusive nas ilustrações, respeitando os princípios da Gestalt.
	Espaço para anotações (desejável): O folheto deve contar com um espaço claro para anotações do mediador.
Usabilidade	Feedback visual (obrigatório): O produto deve apresentar indicadores de progresso durante a narrativa, fornecendo feedback visual aos mediadores e receptores.
	Formato (obrigatório): O folheto deve ser físico, com tamanho que permita bom transporte e manuseio. Não deve conter grampos (evitando ferrugem), e deve permitir que o receptor leia uma página por vez.
	Interatividade (obrigatório): O material deve facilitar a interação entre o mediador e o receptor, estimulando o diálogo.
Conteúdo	Autossuficiente (obrigatório): O folheto deve ser autoexplicativo, permitindo seu uso por mediadores pouco experientes e possibilitando que os receptores o compreendam individualmente.
	Conciso (desejável): O conteúdo deve ser direto e conter apenas as informações necessárias, evitando o uso de versículos fora de contexto.
	Acesso (desejável): O folheto pode ter uma versão digital, para ampliar o acesso e o compartilhamento.

Fonte: elaborado pela autora (2025).

7 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

A etapa de geração de alternativas envolveu a criação de painéis semânticos para auxiliarem no processo criativo, bem como a própria exploração de alternativas de soluções para o projeto.

7.1 Painéis Semânticos

Após a definição dos requisitos do produto, foram feitos painéis semânticos para auxiliarem na geração de alternativas. Na Figura 28, está o painel semântico de público-alvo. Segundo Pazmino (2015), o painel semântico é uma ferramenta visual que ajuda a traduzir aspectos subjetivos e conceitos que podem contribuir para a traduzir as características do público-alvo.

Figura 28: Painel Semântico de Público-Alvo



Fonte: elaborado pela autora (2025).

No painel, é possível notar a diversidade do público-alvo, tanto no âmbito de classe social quanto de raça. Este aspecto é apresentado pelos meios de transporte utilizados pelos estudantes, que variam de carro à ônibus, e também pela foto dos estudantes na esquerda do painel, de diferentes perfis. Além disso, é possível notar que os estudantes buscam fazer parte de grupos sociais, expresso pela imagem de estudantes caminhando juntos, na praia e na rua. Além disso, nota-se o espírito ativista presente nos jovens, que buscam uma filosofia, ideologias ou causas para acreditarem e lutarem.

É possível ver que o uso da tecnologia se faz presente, expresso pelo celular com acesso ao X (antigo Twitter) e Chatgpt, incluindo uma familiaridade com a linguagem digital e acesso rápido à informação.

Nota-se o estilo de vida do jovem estudante de ensino superior: trabalho, expresso pela

imagem de uma mulher utilizando o computador em um coworking; pela universidade e sala de aula, que representam o ambiente que frequentam e os alimentos que são consumidos no dia-a-dia dos estudantes. Tais hábitos alimentares denotam uma busca por praticidade e energia proveniente do café para para viver a rotina.

Por fim, é possível identificar sentimentos de ansiedade e confusão presentes na rotina desses jovens, expressos visualmente pela imagem de uma mulher com as mãos na cabeça, sugerindo os desafios emocionais enfrentados nesse contexto.

Na figura 29, é possível observar o painel estético formal, com as respectivas inspirações e referências de formato e estética para o presente produto, pesquisados no Pinterest.

Figura 29 - Painel Estético-formal



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Os materiais gráficos selecionados no painel exploram diferentes dobraduras e maneiras de diagramar o texto, utilizando-se de cores e elementos visuais para uma estética mais atrativa.

No quesito estético, no que se refere à apresentação visual do conteúdo, pode-se notar o uso de cores para melhor dividir os conteúdos e construir as narrativas. Nota-se o uso de símbolos gráficos simples como ícones e ilustrações, ao mesmo tempo em que os folhetos possuem ornamentações para tornar a estética mais atrativa.

No aspecto formal, explorou-se diferentes maneiras de apresentar e “manusear as informações”. Na primeira imagem no canto superior esquerdo, é possível ver uma alternativa de cartões em uma caixinha, solução que permite ver o conteúdo separadamente em um formato

inédito. Nessa mesma linha, há outro tipo de embalagem com cartões dentro, na parte superior do painel, em vermelho, e outra com cartões dentro de outra estrutura de papel, na parte inferior do painel. Há também alternativas de dobras sanfonadas, que é um formato mais tradicional de indústrias gráficas. Há outras possibilidades de encadernação, com o uso de mola metálica. Por fim, é possível observar formas de visualização do conteúdo que envolvem a ação de girar: uma delas, na parte inferior, com o uso de barbante, e outra acima desta, com o uso de um pino metálico.

Após o desenvolvimento dos painéis semânticos, foi necessário separar o projeto em duas partes, visto que o produto a ser desenvolvido possui duas dimensões: a gráfica - com relação ao conteúdo e sua apresentação visual -, e a física, relacionada ao formato físico do folheto.

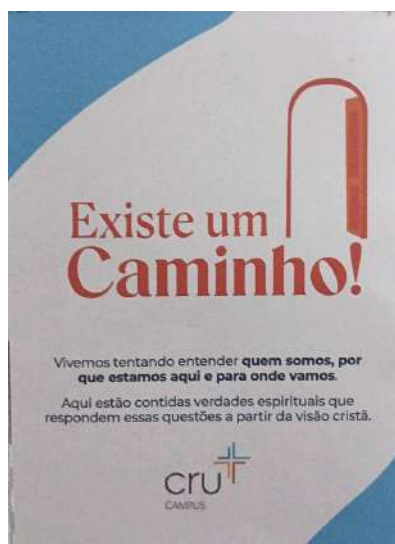
Assim, para desenvolver o projeto, a primeira parte a ser resolvida foi a questão do conteúdo.

7.2 Modificações no Conteúdo

O conteúdo foi modificado com base nos requisitos do projeto, dispostos na Seção 6 do presente trabalho.

Na capa (Figura 30), é possível ver a mudança drástica de nome e de linguagem visual. A frase “Existe um caminho!” posiciona melhor o folheto no ambiente universitário, revelando a essência do folheto, que em suma apresenta um propósito de vida e uma identidade para os estudantes universitários. Há uma frase de conexão para melhor contextualizar o conteúdo: “vivemos tentando entender quem somos e qual é o sentido da vida.” A frase foi construída para causar identificação com o público e acolhimento, escrita na segunda pessoa do plural. “Aqui estão contidas verdades espirituais que respondem essas questões a partir da visão cristã.” é o segundo trecho do subtítulo, salientando que o folheto aborda verdades espirituais segundo a visão cristã, trazendo clareza ao folheto. Abaixo da frase, há a logo da Cru Campus.

Figura 30 - Capa da nova versão do Folheto



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Na segunda página do folheto, foi modificada a conceituação do primeiro dos 4 pontos que sintetizam o Evangelho (Figura 31). Os termos “plano maravilhoso” foram substituídos por “propósito”, a fim de deixar mais claro e menos teatral para o receptor, assim como foi adicionado o texto: “Deus não é indiferente a você. Pelo contrário, é um Deus pessoal que ama você e o criou para ter uma vida abundante e com propósito, que pode ser encontrada conhecendo a Ele”. Esse texto introduz os tópicos explicativos denominados “o Amor de Deus” e “O Propósito de Deus”, trazendo mais clareza e uma melhor usabilidade, no sentido de melhorar a narrativa.

Figura 31 - Primeiro dos Quatro Pontos do Evangelho



Fonte: elaborado pela autora (2025).

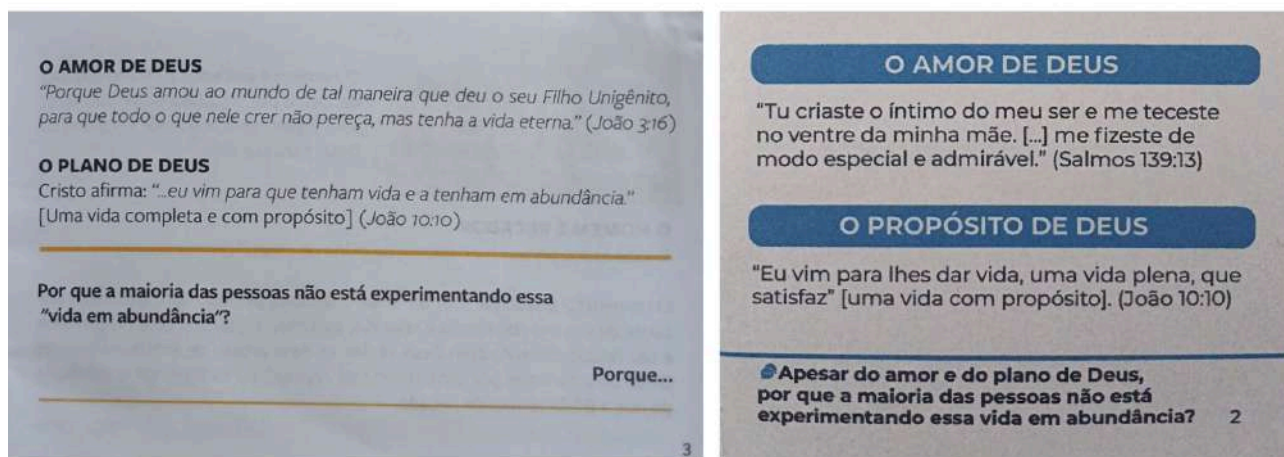
No tópico “O Amor de Deus”, o versículo utilizado foi modificado, conforme a Figura 32. A chave do tópico é mostrar o amor de Deus, mas sem associar ao sacrifício de Jesus para melhorar a

narrativa, como a primeira versão do folheto fazia, pois trazia o versículo “Porque Deus amou ao mundo de tal maneira que deu o seu Filho Unigênito, para que todo o que nele crer não pereça, mas tenha a vida eterna (João 3:16).”

Para resolver essa questão, foi utilizado o versículo 13 do capítulo 139 do livro de Salmos: “Tu criaste o íntimo do meu ser e me teceste no ventre de minha mãe. [...] me fizeste de modo especial e admirável.” Esse versículo retrata o amor de Deus porque explica que Deus é pessoal e que o receptor não foi criado por acaso. Deus o amou porque o criou.

O tópico interativo em negrito teve seu conteúdo alterado, contextualizando a pergunta com o conteúdo para facilitar a explicação.

Figura 32 - Tópicos do Primeiro dos Quatro pontos do Evangelho

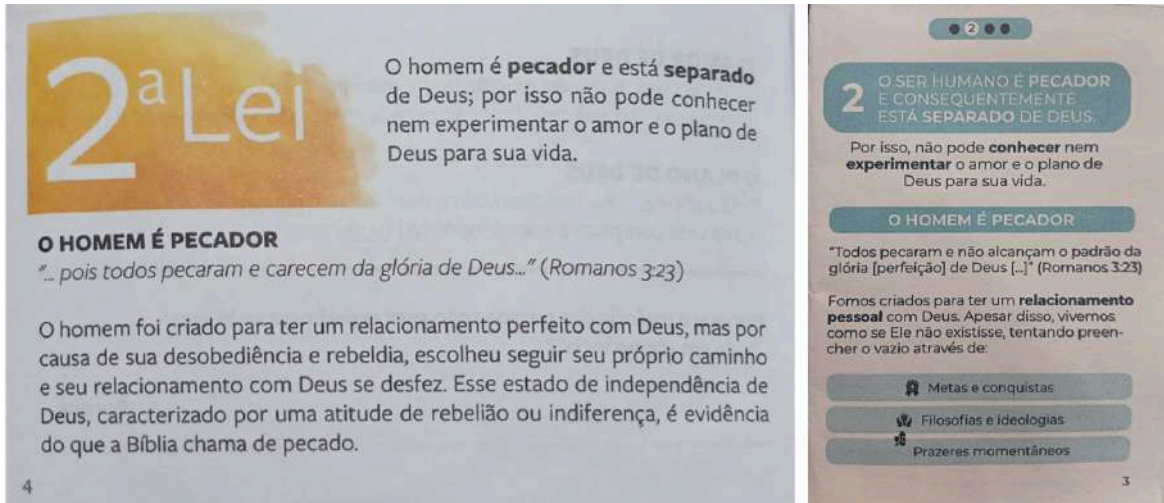


Fonte: elaborado pela autora (2025).

No que se refere ao segundo dos quatro pontos do Evangelho, houve mudanças na conceituação do segundo ponto: a palavra “homem” foi substituída por “ser humano”, para uma melhor adequação ao contexto universitário. Além disso, foi feita uma síntese na frase de conceituação e uma mudança na estrutura da frase, por conta do acréscimo da palavra “consequentemente”, para facilitar o raciocínio. Estas mudanças podem ser observadas na Figura 33.

Na versão atual do folheto, há os tópicos explicativos “O Homem é Pecador” e “O Homem está Separado”. Na versão proposta no presente trabalho, há a substituição do último tópico, “O Homem está Separado”, por “Deus é Santo”, pois o fato do homem estar separado já engloba a questão do homem ser pecador.

Figura 33 - Segundo dos Quatro Pontos do Evangelho

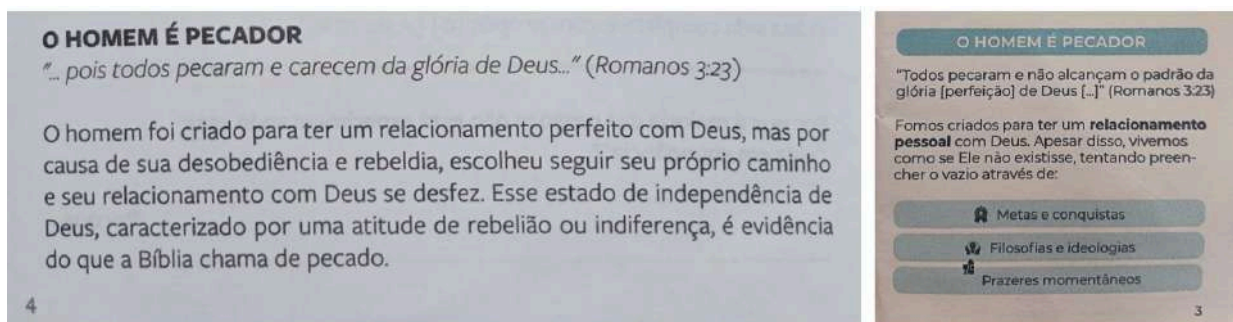


Fonte: elaborado pela autora (2025).

O tópico explicativo “O Homem é Pecador” teve seu versículo atualizado para uma versão mais recente da Bíblia, a Nova Versão Transformadora. Também foi adicionada a palavra “perfeição” entre colchetes, a fim de facilitar o entendimento da palavra “glória”.

Após o tópico com o versículo, há a explicação sobre a separação entre o homem e Deus. Foi adotada uma linguagem na terceira pessoa do plural, para tornar o texto mais acolhedor. Os termos “relacionamento pessoal” foram destacados em negrito para trazer ao relacionamento entre o homem e Deus, e em seguida foi apresentado o contraponto de que vivemos em oposição a esse relacionamento que fomos criados para nutrir. Foram adicionados exemplos - destacados dentro de formas retangulares -, do que o ser humano busca para preencher o vazio da separação entre ele e Deus: metas e conquistas, filosofias e ideologias e prazeres momentâneos. Cada um desses três exemplos possui um ícone: metas e conquistas uma medalha, filosofias e ideologias com mãos segurando uma lâmpada e prazeres momentâneos com uma bebida e uma taça. Tais ícones foram escolhidos por estarem dentro do repertório de jovens universitários e serem genéricos. Todas as mudanças podem ser vistas na figura 34:

Figura 34 - Tópico: O Homem é Pecador

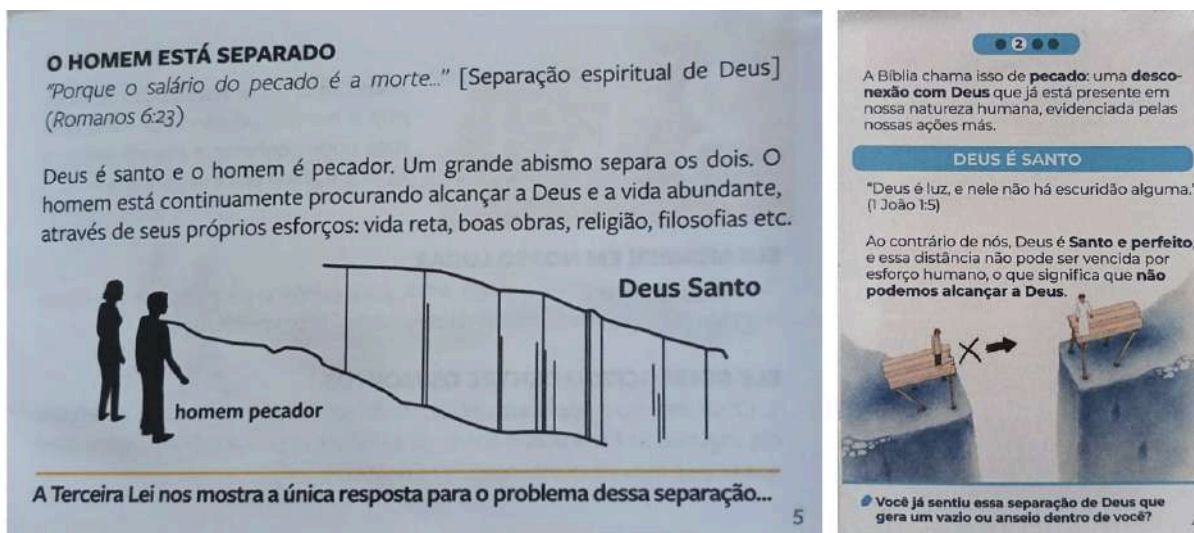


Fonte: elaborado pela autora (2025).

Na página seguinte (Figura 35), na continuação sobre o tópico do homem pecador, há mais explicações complementares. Há a explicação de que essa forma de viver tentando preencher o vazio é o que a Bíblia chama de pecado, que é uma desconexão com Deus e é evidenciada pelas nossas ações más. As palavras pecado e desconexão com Deus foram destacadas em negrito, para facilitar a leitura.

Em seguida, há o tópico: “Deus é Santo”, apresentando o versículo que apoia o conceito: “Deus é luz, e nele não há escuridão alguma. (1 João 1:5).” Abaixo, há uma explicação sobre o tópico, explicando que Deus é Santo e essa distância entre ele e o homem não pode ser vencida por esforço humano, denotando que o ser humano não pode alcançar a Deus. Tal explicação conta com palavras-chave destacadas para facilitar o entendimento e que se conectam: “Santo e perfeito” e “não podemos alcançar a Deus”. Posteriormente, há uma ilustração para facilitar o entendimento destes conceitos, que será melhor explorada na Seção 8 do presente trabalho, que apresenta os resultados do projeto.

Figura 35 - Continuação do Tópico “O Homem é pecador” e Tópico “Deus é Santo”



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Por fim, foi posta a frase que provoca a conexão entre o receptor e o mediador, ao mesmo tempo que introduz o terceiro dos quatro pontos do evangelho: “você já sentiu essa separação de Deus que gera um vazio ou anseio dentro de você?”. Tal frase na versão atual do folheto não traz uma pergunta interativa, mas na modificação do conteúdo foi proposta uma frase para trazer a interação entre o mediador e o receptor.

No terceiro dos quatro pontos do Evangelho, na página 5, a frase de conceituação teve a modificação da palavra “homem” para os termos “ser humano”, adequando-a ao contexto

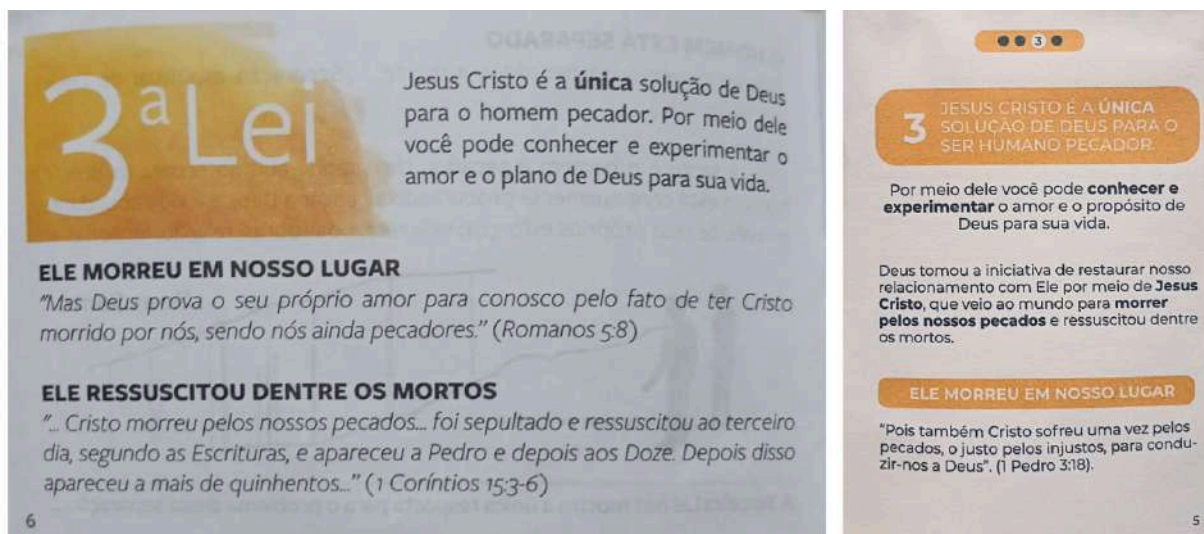
universitário (Figura 36). A outra parte da frase “por meio dele você pode conhecer e experimentar o amor e o propósito de Deus para a sua vida” foi posta abaixo da frase conceitual.

Na versão proposta do folheto no presente projeto, há algumas modificações gerais na “Terceira Lei”: ao invés de três, há dois tópicos explicativos, porque o tópico “Ele morreu em nosso lugar” já engloba o tópico “Ele ressuscitou dentre os mortos”.

No início deste terceiro dos quatro pontos, há um texto introdutório antes dos tópicos explicativos. Neste texto é explicado que Deus tomou a iniciativa de restaurar o relacionamento com o ser humano por meio de Jesus Cristo, que veio ao mundo para morrer pelos seus pecados e ressuscitou dentre os mortos. As palavras “Jesus Cristo” e “morrer pelos nossos pecados” foi destacada em negrito para enfatizar estes aspectos centrais desta página.

Em seguida, há o tópico: “Ele Morreu em Nosso Lugar”, com o versículo “Pois também Cristo sofreu uma vez pelos pecados, o justo pelos injustos, para conduzir-nos a Deus (1 Pedro 3:18)”. O versículo escolhido diferencia-se do versículo presente na versão atual do folheto. Ele destaca que Jesus Cristo morreu para conduzir-nos a Deus, salientando a reconexão do relacionamento entre o homem e Deus.

Figura 36 - Terceiro dos quatro pontos do Evangelho



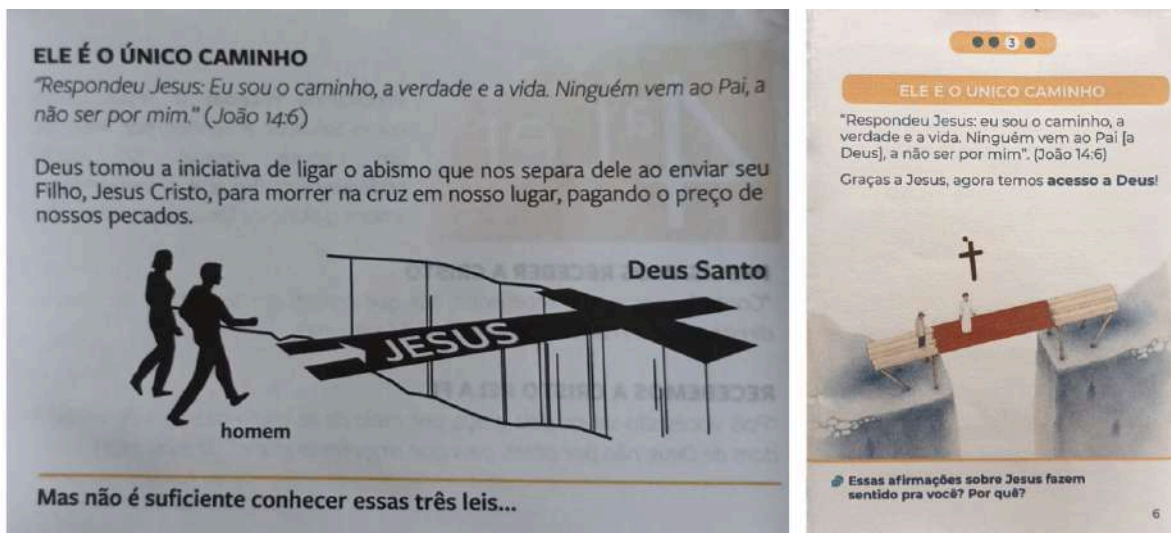
Fonte: elaborado pela autora (2025).

O tópico “Ele é o Único Caminho” (página 6), demonstrado na Figura 37, foi utilizado o mesmo versículo da versão atual do folheto: “Respondeu Jesus: eu sou o caminho, a verdade e a vida Ninguém vem ao Pai, a não ser por mim (João 14:6)”. Apesar disso, foram adicionados os termos “A Deus” entre colchetes, para salientar que ninguém vem ao Pai (que é Deus) a não ser por Jesus. A relação da trindade, de existir um Deus em três pessoas, é bastante complexa para ser explicada no folheto. Assume-se que a explicação entre colchetes irá facilitar o entendimento sem

aprofundar na questão. Ainda no mesmo texto, foi acrescentada a explicação: “ Graças a Jesus, agora temos acesso a Deus”, sendo que os termos “acesso a Deus” foram destacados em negrito. Após esta frase, há a mesma ilustração do segundo ponto dos quatro pontos das leis espirituais, que é melhor explicado na Seção 8 do presente trabalho.

Em seguida, foi acrescentada uma frase que possibilita a interação entre o mediador e o receptor: “Essas afirmações sobre Jesus fazem sentido pra você? Por quê?”.

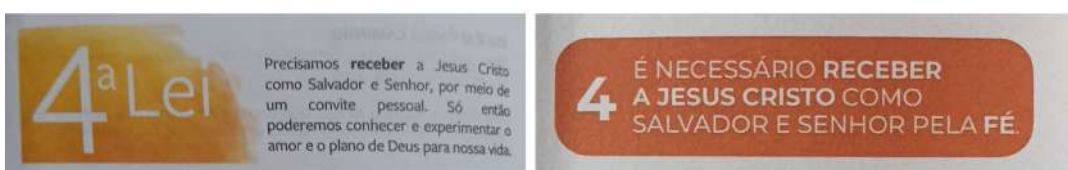
Figura 37 - Tópico: Ele é o Único Caminho, do terceiro dos quatro pontos do Evangelho



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Na “quarta lei espiritual”, apresentada a partir da página 7, a frase de conceito foi alterada: a parte “precisamos receber a Jesus Cristo como Salvador e Senhor, por meio de um convite pessoal” foi alterada para “é necessário receber a Jesus Cristo como Salvador e Senhor pela fé” (Figura 38), com a parte “Só então poderemos conhecer e experimentar o amor e o propósito de Deus para a nossa vida” disposta abaixo do conceito, ganhando menos destaque. A alteração foi realizada porque o tópico “Recebemos a Cristo por meio de um convite pessoal” foi tirado, pois o versículo utilizado referente a este está fora de contexto, somado ao fato de que este tópico não relaciona-se diretamente a explicação do folheto. Por outro lado, a questão de aceitar a Cristo pela fé conecta este quarto ponto de uma maneira coerente e faz jus aos tópicos apresentados.

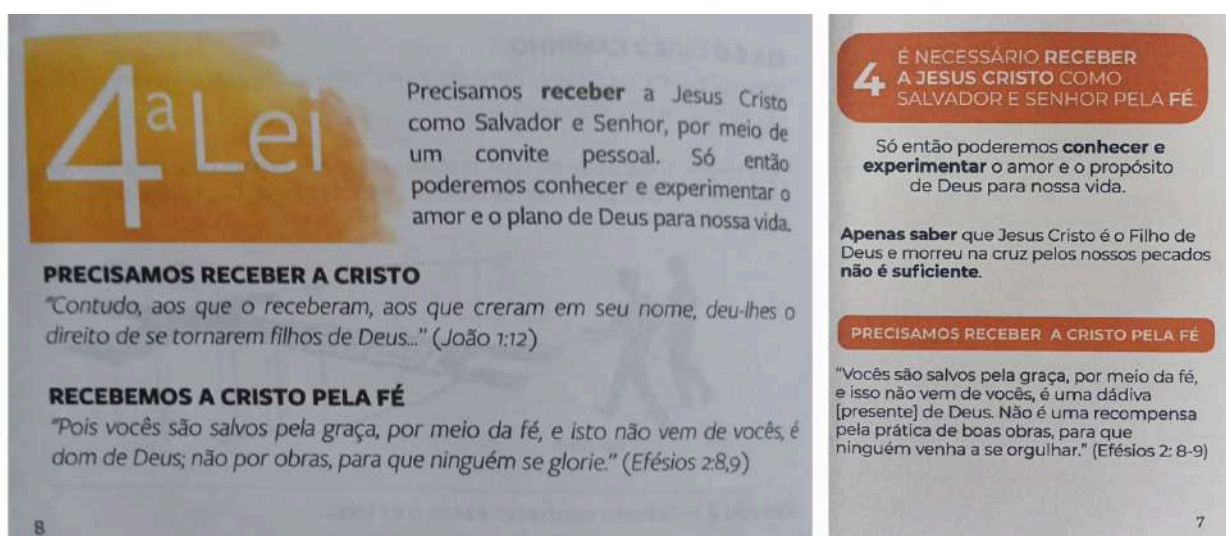
Figura 38 - Conceito do quarto dos quatro pontos do Evangelho



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Após a conceituação, há uma explicação introdutória sobre receber a Cristo pela fé. A explicação diz que apenas saber que Jesus Cristo é o filho de Deus e morreu pelos pecados não é suficiente. Tal explicação conecta o conceito com o tópico seguinte: “Precisamos receber a Cristo pela fé”, que possui o versículo explicativo: Vocês são salvos pela graça, por meio da fé, e isso não vem de vocês, é uma dádiva [presente] de Deus. Não é uma recompensa pela prática de boas obras, para que ninguém venha a se orgulhar (Efésios 2:8-9). O versículo possui a tradução com uma linguagem mais adequada para o público-alvo, a Nova Versão Transformadora (NVT), e possui a palavra “presente” entre colchetes para apresentar um sinônimo de “dádiva”. Os aspectos apresentados podem ser visualizados na figura abaixo (Figura 39).

Figura 39 - Quarto dos quatro pontos do Evangelho



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Na página 8 do folheto, há a continuação sobre receber a Cristo (Figura 40). São apresentados aspectos como o arrependimento necessário para receber a Cristo, e em abrir mão da própria capacidade de se salvar e crer que Jesus é o único que pode perdoar pecados e dar acesso a Deus. Os termos-chave “arrependimento”, “perdoar nossos pecados” e “restaurar o acesso a Deus” foram destacados em negrito de maneira estratégica para facilitar a leitura e a síntese.

Abaixo, há uma introdução sobre a ilustração que representa os dois tipos de vida, a dirigida pelo eu e a dirigida por Cristo, para facilitar a reflexão ao receptor. Abaixo da ilustração, há duas frases interativas: “Nesse momento, sua vida está sendo controlada pelo ‘eu’ ou por Cristo?” Em seguida, há a pergunta: “Você gostaria que sua vida fosse controlada por quem?”

Figura 40 - Continuação do quarto dos quatro pontos do Evangelho

RECEBEMOS A CRISTO POR MEIO DE UM CONVITE PESSOAL
Cristo afirma: "Eis que estou à porta e bato. Se alguém ouvir a minha voz e abrir a porta, entrarei..." (Apocalipse 3:20)

Receber a Cristo implica arrependimento, significa deixar de confiar em nossa capacidade para nos salvar, crendo que Cristo é o único que pode perdoar nossos pecados. Apenas saber que Jesus Cristo é o Filho de Deus e que morreu na cruz pelos nossos pecados não é suficiente. É necessário receber a Cristo pela fé, por meio de uma decisão pessoal.

Esses dois círculos representam dois tipos de vida:

Vida controlada pelo "EU"	Vida controlada por Cristo
"EU" - O "EU" no centro da vida	"†" - Cristo no centro da vida
"†" - Cristo fora da vida	"EU" - O "EU" fora do centro
"•" - Interesses controlados pelo "EU", geralmente, causando discórdia e frustração.	"•" - Interesses controlados por Cristo, resultando em harmonia com o plano de Deus

Qual dos dois círculos representa melhor sua vida?
Qual deles você gostaria que representasse sua vida?

Receber a Cristo implica **arrependimento**: deixar de confiar na nossa própria capacidade para nos salvar, crendo que Cristo é o único que pode **perdoar nossos pecados e restaurar o acesso a Deus**.

Nesse sentido, existem **dois tipos de vida**: a dirigida por Jesus e sua Palavra, e a vida dirigida pelo "eu".

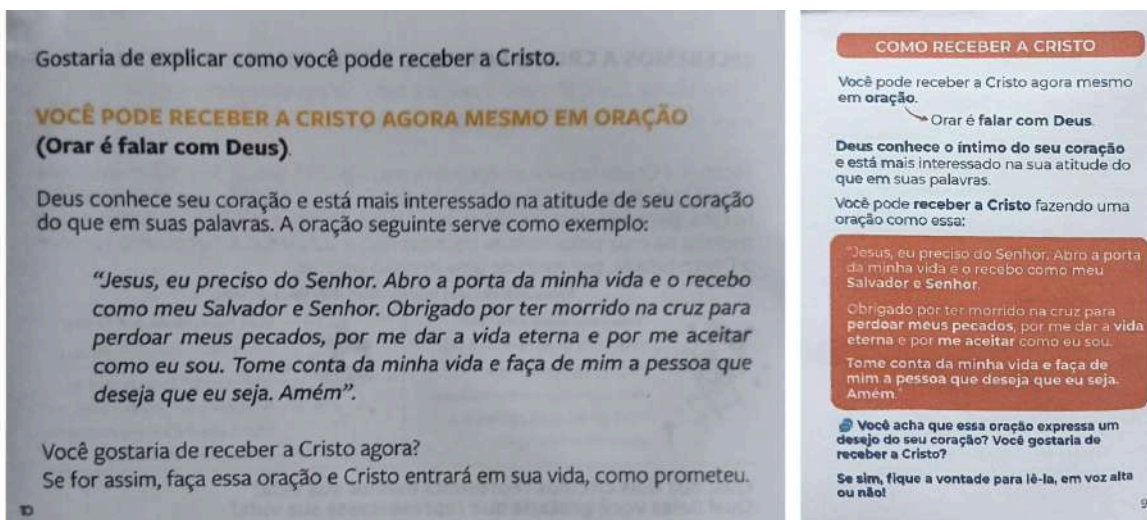
Nesse momento, sua vida está sendo controlada pelo "eu" ou por Cristo?
Você gostaria que sua vida fosse controlada por quem?

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Na página seguinte, há o tópico “Como Receber a Cristo” (Figura 41). A parte “gostaria de explicar como você pode receber a Cristo” foi substituída pelo título: “Como receber a Cristo”, para uma melhor hierarquia da informação. Em seguida, está a introdução sobre Deus estar mais interessado na atitude do coração do que na oração em si, e em seguida o modelo de oração enfatizado dentro de um retângulo vermelho. A oração conta com palavras destacadas em negrito para uma melhor leitura e compreensão: “Salvador e Senhor”, “perdoar meus pecados”, “vida eterna”, “me aceitar”, “tome conta da minha vida e faça de mim a pessoa que deseja que eu seja. Amém”.

Em seguida, há duas perguntas interativas: “Você acha que essa oração expressa um desejo do seu coração? Você gostaria de receber a Cristo?” a fim de suscitar a reflexão e a interação entre mediador e receptor. No fim, está explícito que se a oração expressa o desejo do receptor, ele pode ficar a vontade para lê-la em voz alta ou não.

Figura 41 - Como receber a Cristo



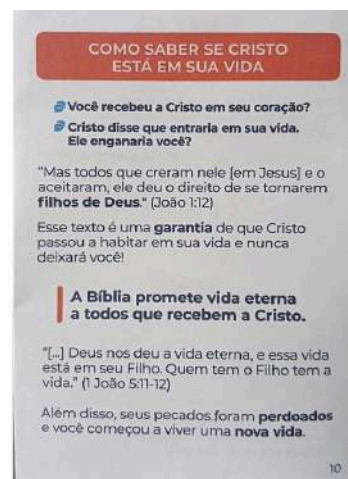
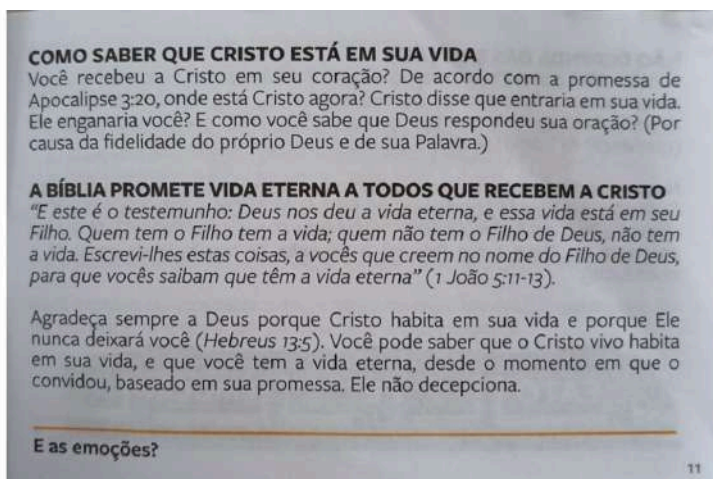
Fonte: elaborado pela autora (2025).

Em seguida, na página 10, há o tópico: “Como saber se Cristo está em sua vida”, com as perguntas da versão atual do folheto sintetizadas em duas perguntas interativas no redesign proposto: “Você recebeu a Cristo em seu coração?” e “Cristo disse que entraria em sua vida. Ele enganaria você?” (Figura 42).

Em seguida, há um versículo bíblico que embasa que quem recebe a Cristo se torna filho de Deus: “Mas todos que creram nele [em Jesus] e o aceitaram, ele deu o direito de se tornarem filhos de Deus (João 1:12), com os termos “em Jesus” acrescentados entre colchetes para facilitar a compreensão do receptor. Após o versículo, há a explicação de que o texto é uma garantia de que Cristo passou a habitar em sua vida, respondendo a segunda pergunta interativa.

Em seguida, há a frase em destaque: “A Bíblia promete vida eterna a todos que recebem a Cristo”, enfatizando esta importante frase na página. Abaixo, há o versículo: “Deus nos deu vida eterna, e essa vida está em seu Filho. Quem tem o Filho tem a vida (1 João 5:11-12)”. Há também a explicação de que os pecados do receptor foram perdoados e ele começou a viver uma nova vida.

Figura 42 - Como saber que Cristo está em sua vida

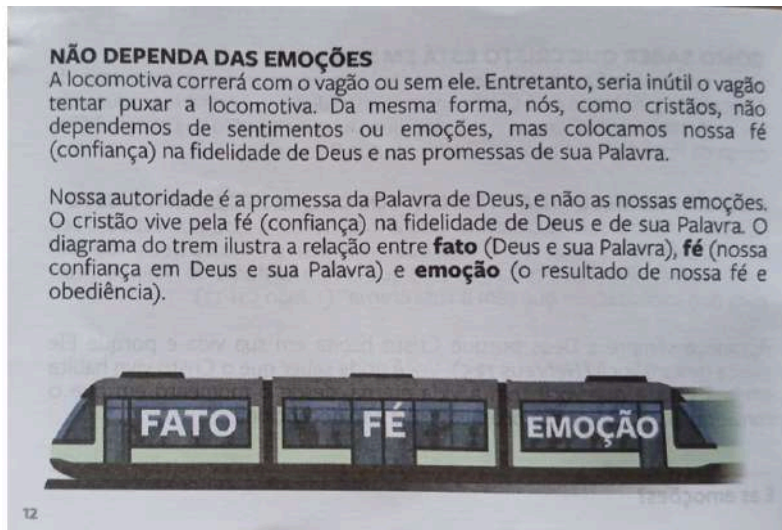


Fonte: elaborado pela autora (2025).

Na página 11, há o tópico: “Não dependa das Emoções” (Figura 43). O conteúdo foi sintetizado em dois parágrafos. O primeiro explica sobre não depender de sentimentos e emoções, mas sobre confiar na fidelidade de Deus e nas promessas de Sua Palavra.

Em seguida, há a explicação da ilustração da planta: a confiança vem a partir do fato, que é a palavra de Deus. A emoção é uma consequência.

Figura 43 - Não dependa das emoções

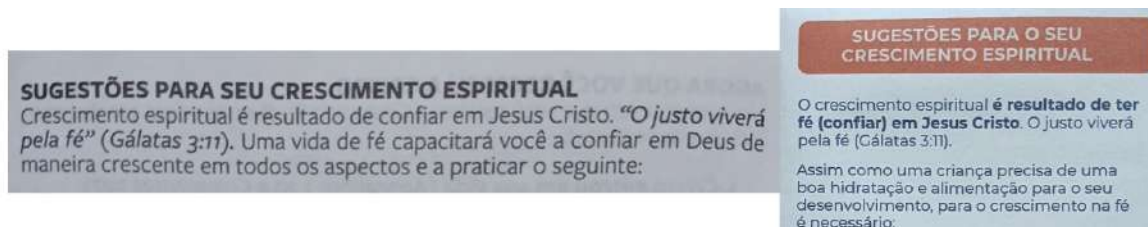


Fonte: elaborado pela autora (2025).

A próxima página (página 12) aborda o tópico de sugestões para o crescimento espiritual, que anteriormente era representada por meio de um acróstico. Foi melhorada a conceituação de crescimento espiritual. De “crescimento espiritual é resultado de confiar em Jesus Cristo”, foi para “o crescimento espiritual é resultado de ter fé (confiar) em Jesus Cristo”, e em seguida foi apresentado o mesmo versículo da versão atual do folheto: “O justo viverá pela fé”.

Para melhor explicar o crescimento na fé, foi utilizada a analogia em forma de texto explicando que assim como uma criança precisa de uma boa hidratação e alimentação para o seu desenvolvimento; desta mesma maneira acontece o crescimento na fé (Figura 44), para uma melhor associação dos receptores.

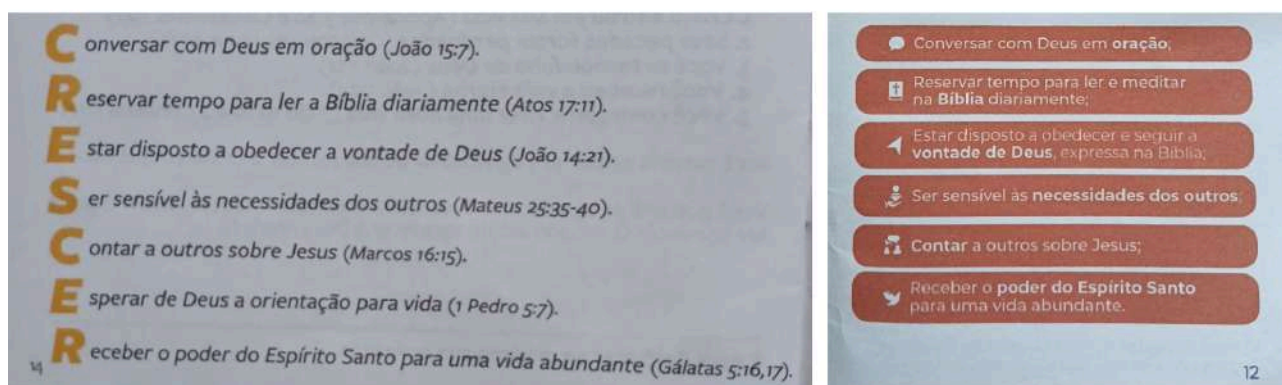
Figura 44 - Sugestões para o seu crescimento espiritual



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Em seguida, ainda na página 12, foram apresentadas dicas para esse crescimento espiritual (Figura 45). Foram retirados os versículos a fim de deixar o texto mais limpo. A dica “reservar tempo para ler a Bíblia diariamente”, foi atualizada, sendo acrescida da palavra “meditar”, tornando-se “Reservar tempo para ler e meditar na Bíblia diariamente”, visto que é uma disciplina espiritual valorizada pelos cristãos. A dica “Estar disposto a obedecer a vontade de Deus” tornou-se “Estar disposto a obedecer e seguir a vontade de Deus, expressa na Bíblia” para uma melhor clareza de que é na Bíblia que se encontra a vontade de Deus.

Figura 45 - Sugestões para o seu crescimento espiritual: dicas



Fonte: elaborado pela autora (2025).

A página 12 refere-se ao tópico: “A importância de uma boa igreja” (Figura 46). A nova analogia textual utilizada para afirmar a importância de frequentar a igreja e viver em comunidade é a de um caminho ou jornada: “Viver a fé em igreja é como trilhar um caminho novo ao lado de

quem já percorreu parte dele”. Tal analogia faz jus à cultura pop, onde muitos filmes de fantasia retratam a questão de jornada ou aventura, além de jogos no estilo RPG retratarem esta questão.

O texto ao lado da ilustração: “Se você não participa de uma igreja onde Cristo é honrado e a Bíblia é pregada, tome a iniciativa e comece a frequentá-la regularmente a partir dessa semana” foi substituído para um tom mais acolhedor: “Se você não participa de uma igreja onde Cristo é honrado e a Bíblia é pregada, você pode buscar uma para fazer parte a partir dessa semana!”.

No final da página, foi mantida a parte sobre a disponibilidade de acessar outros materiais acerca do crescimento espiritual, mas nesta versão redesenhada do folheto, foi disponibilizado um QR Code com acesso direto aos materiais no site da Cru Campus.

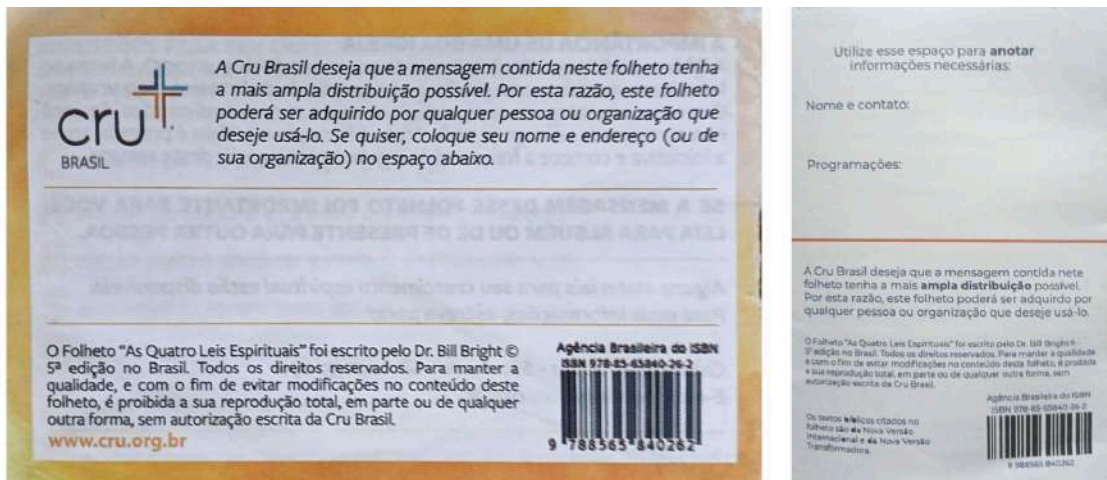
Figura 46 - A Importância de uma Boa Igreja



Fonte: elaborado pela autora (2025).

O texto acerca da distribuição do folheto, presente na contracapa, foi sintetizado. Foi acrescido o texto das versões bíblicas utilizadas nesta parte do folheto, assim como as demais informações que já eram utilizadas na versão atual do folheto utilizada pela Cru Campus no Brasil. É possível visualizar esta página na Figura 47.

Figura 47 - Contracapa



Fonte: elaborado pela autora (2025).

7.3 Alternativas Selecionadas

Após a criação dos painéis semânticos e a exploração de alternativas por meio do painel estético-formal, foi utilizada a inteligência artificial *Gemini* para poder auxiliar na geração das alternativas que melhor se encaixavam nos requisitos de produto. Assim, foram solicitadas as melhores alternativas para o desenvolvimento do folheto seguindo o prompt: “eu preciso criar uma espécie de folheto que tem aproximadamente 12 páginas. A questão é que a visualização tem que ser de uma folha por vez, e de preferência não utilizar grampos para não enferrujar. Gostaria de fazer algo que fosse fácil de produzir em massa, e ao mesmo tempo desse uma boa usabilidade e facilidade de visualização por parte do usuário.”

As opções filtradas foram a dobra sanfonada, a dobra cruciforme com corte, que podem ser observadas na Figura 48.

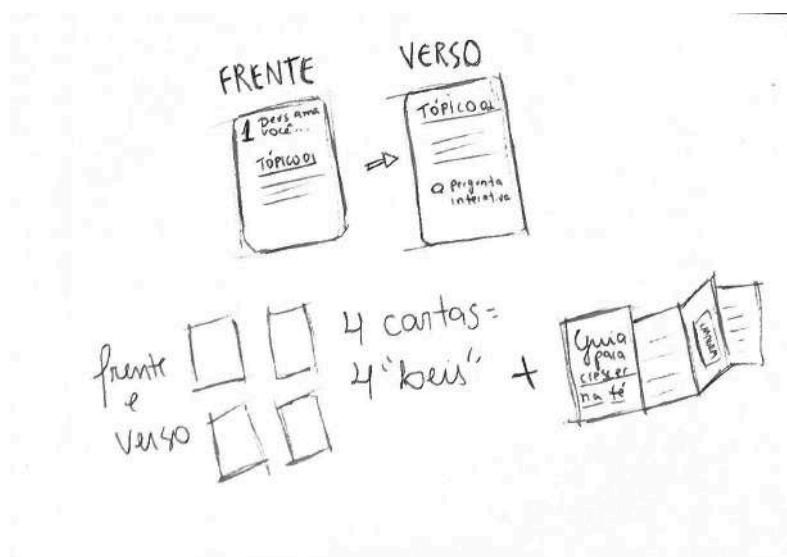
Figura 48 - Alternativas de dobras para o folheto segundo a IA Gemini



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Apesar da etapa exploratória e do encontro de dobras que se encaixaram no problema, foi gerada uma alternativa através de um sketch de uma solução utilizando cartões, que pode ser visualizada na Figura 49. A ideia foi utilizar cartões com uma gramatura maior, com cada um dos quatro pontos das quatro leis espirituais expostos em um cartão, utilizando a frente e o verso, totalizando quatro cartões. Além dos cartões apresentando o Evangelho, que são representados nos quatro pontos, haveria mais um material com as dicas para novos convertidos sobre como crescer na fé, que poderia ser feito através de um folheto com dobra sanfonada. Os cartões e o guia teriam que ser guardados em uma embalagem de papel, com as informações escritas pelos mediadores podendo ser colocadas nesta embalagem.

Figura 49 - alternativa de solução com o uso de cartões + guia



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Após uma análise, considerando o requisito de produto relacionado à possibilitar que o receptor leia uma página por vez, foi escolhida a dobra cruciforme com corte para prototipação, por ser compacta e melhor possibilitar a visualização de uma página por vez. A alternativa desenhada não foi escolhida por separar a narrativa referente aos quatro pontos do Evangelho, podendo dificultar a linha de raciocínio, além de separá-la da parte de dicas para novos convertidos, bem como dificultar a produção em larga escala por possuir três partes diferentes: a embalagem, os cartões e o guia.

A prototipação foi feita inicialmente em uma folha sulfite branca A4, com gramatura de 75g/m² (Figura 50). Posteriormente, em impressões em folha a3 e a4, com uma gramatura de 120g/m². Além do formato, foi possível analisar aspectos como usabilidade, legibilidade e leiturabilidade.

Figura 50 - Protótipos



Fonte: elaborado pela autora (2025).

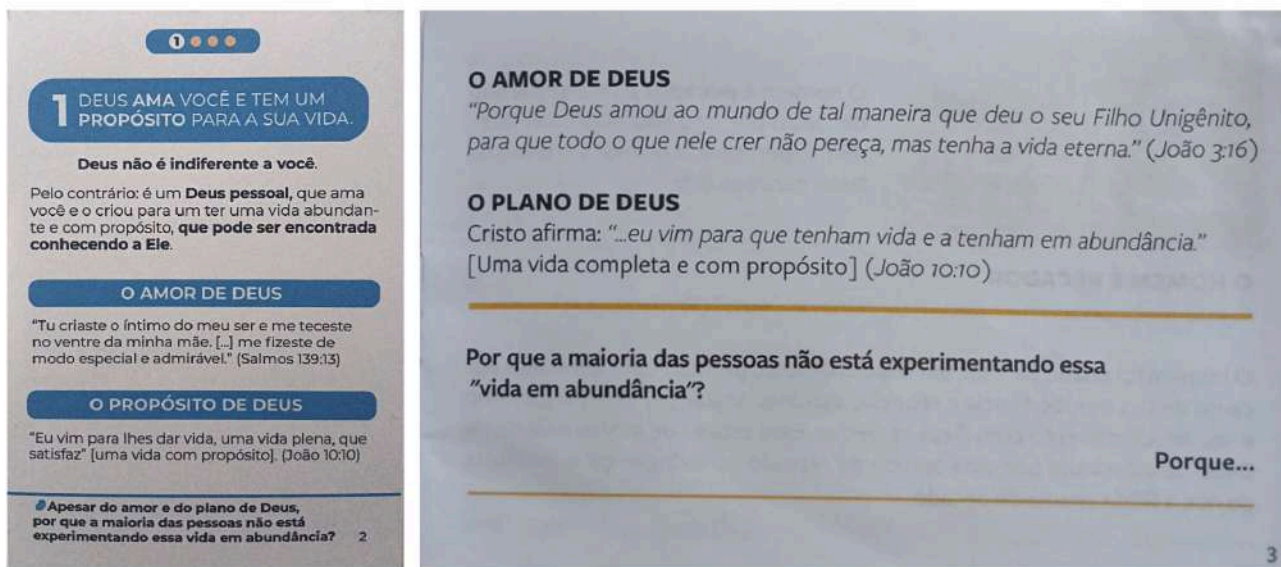
8 RESULTADOS

O formato do folheto mudou de horizontal para vertical para facilitar a leitura, que segue um padrão ocidental e é facilitada neste formato. Ademais, permite a visualização de uma página só por vez, o que auxilia na concentração. Além de permitir transporte e manuseio, houve a resolução do problema da ferrugem dos grampos, que não são utilizados na presente versão do folheto.

Os quatro pontos do Evangelho ficaram na parte da frente do folheto, enquanto a parte de receber a Cristo ficou no verso, totalizando 12 páginas de conteúdo, contracapa e duas páginas com informações da Cru Campus.

A interatividade está presente no material por meio de perguntas no final de cada um dos quatro pontos do Evangelho apresentados, conforme a Figura 51. Além disso, as algumas perguntas interativas da parte do folheto que aborda dicas para novos convertidos foi preservada.

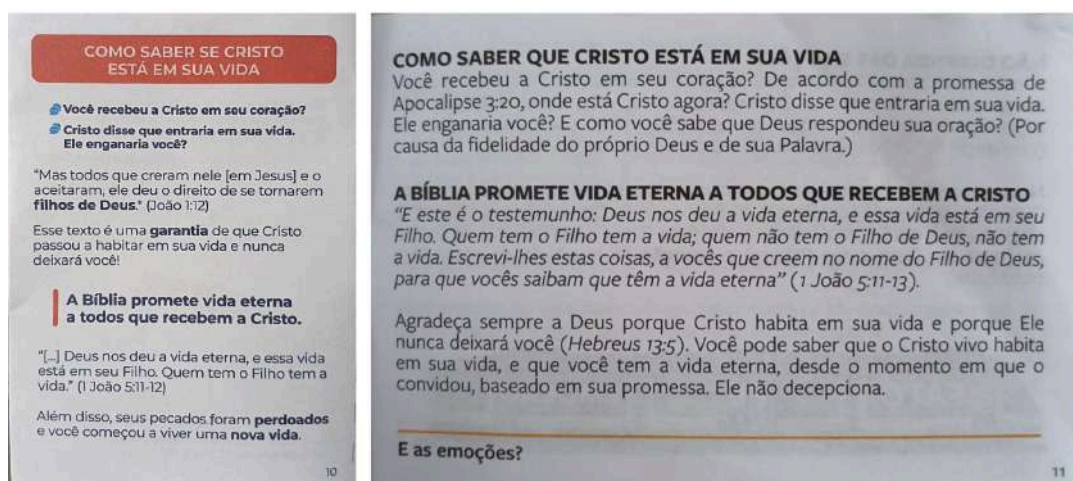
Figura 51 - Versão atualizada e versão antiga das perguntas interativas do folheto



Fonte: elaborado pela autora (2025).

A atualização no conteúdo ocorreu por meio do uso de uma linguagem menos formal, para se adequar ao contexto do público-alvo; na atualização dos versículos bíblicos para versões mais contemporâneas, utilizando as traduções bíblicas Nova Versão Internacional (NVI) e Nova Versão Transformadora (NVT). Os versículos bíblicos também foram acrescentados de termos entre colchetes para facilitar o entendimento, conforme a Figura 52. Além disso, foram acrescentados textos a fim de melhorar a coesão da narrativa e consequentemente a usabilidade, bem como para traduzir termos comuns dentro do cristianismo para quem não é cristão. O conteúdo é projetado para facilitar o trabalho do mediador, e também possibilita que o receptor o entenda mesmo sem auxílio.

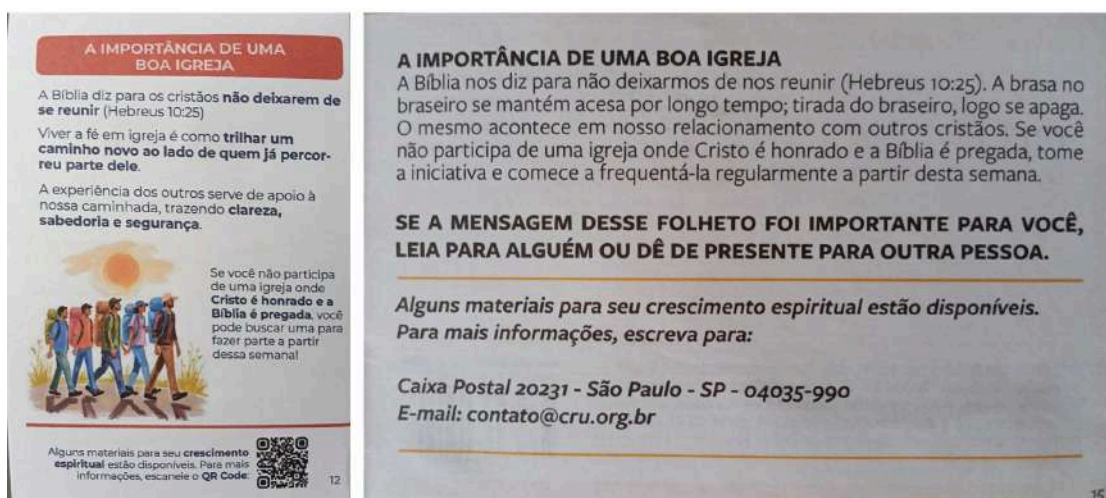
Figura 52 - Versão atualizada e versão antiga da linguagem do folheto.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

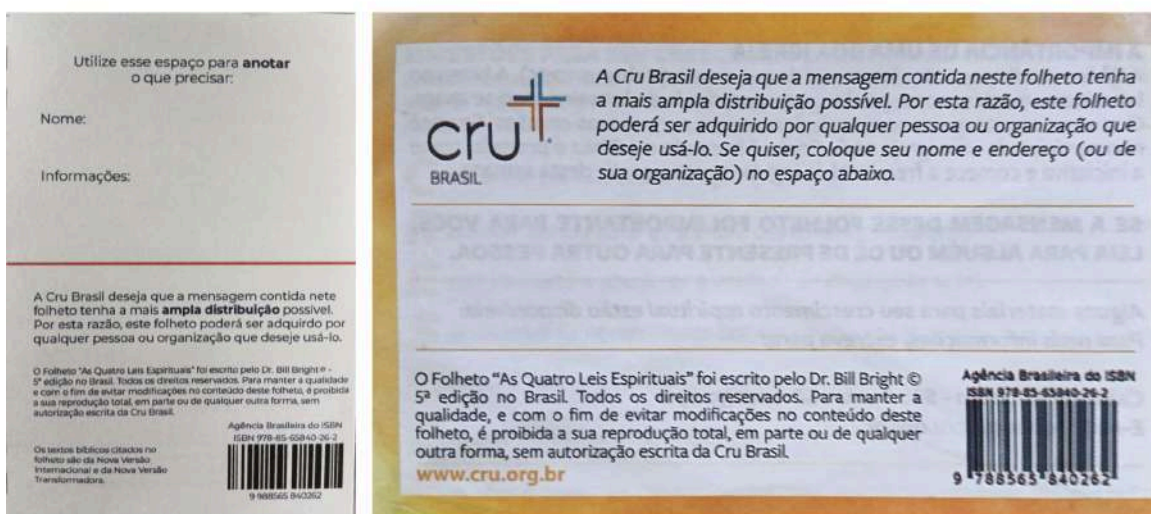
Em relação a estética, foram utilizadas cores que promovessem um bom contraste, facilitando a leitura. O conteúdo foi distribuído de maneira a evitar grandes blocos de texto e facilitar a leitura do público (Figura 53). A identidade visual da Cru Campus foi respeitada, utilizando consistentemente as cores presentes na logo da Organização. No fim da narrativa, na parte de fechamento do folheto, foi adicionado um espaço claro para os mediadores anotarem informações relevantes ao entregarem o folheto para os receptores (Figura 54).

Figura 53 - Versão atualizada e versão antiga da distribuição de conteúdo do folheto.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

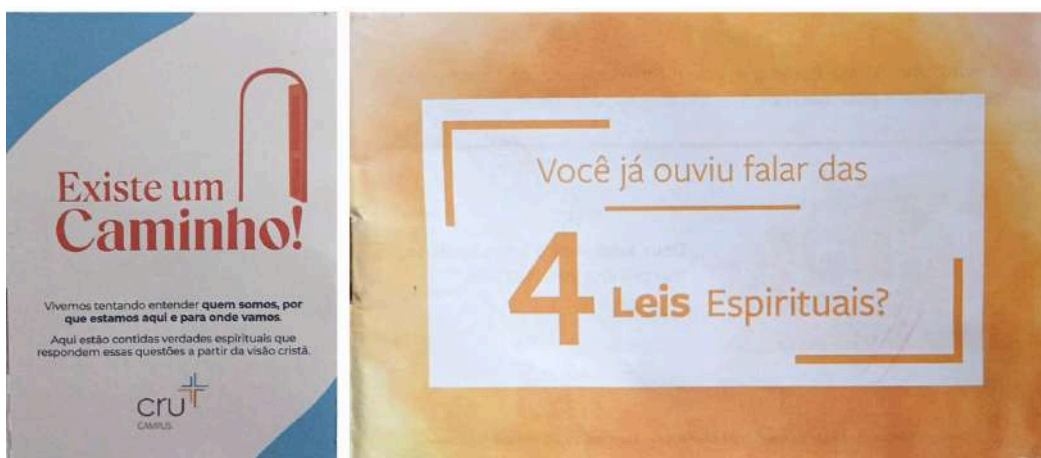
Figura 54 - Versão atualizada e versão antiga do espaço para anotações de informações no folheto



Fonte: elaborado pela autora (2025).

O nome do folheto foi modificado para corresponder melhor ao seu conteúdo (Figura 55). “Existe um caminho” se posiciona de uma maneira respeitosa como uma verdade que apresenta um propósito e identidade, em meio a pluralidade presente na universidade, em uma perspectiva sociológica de modernidade líquida onde tudo é fugaz. A capa conta com um subtítulo que introduz a narrativa, conservando um bom contraste entre os elementos e o fundo.

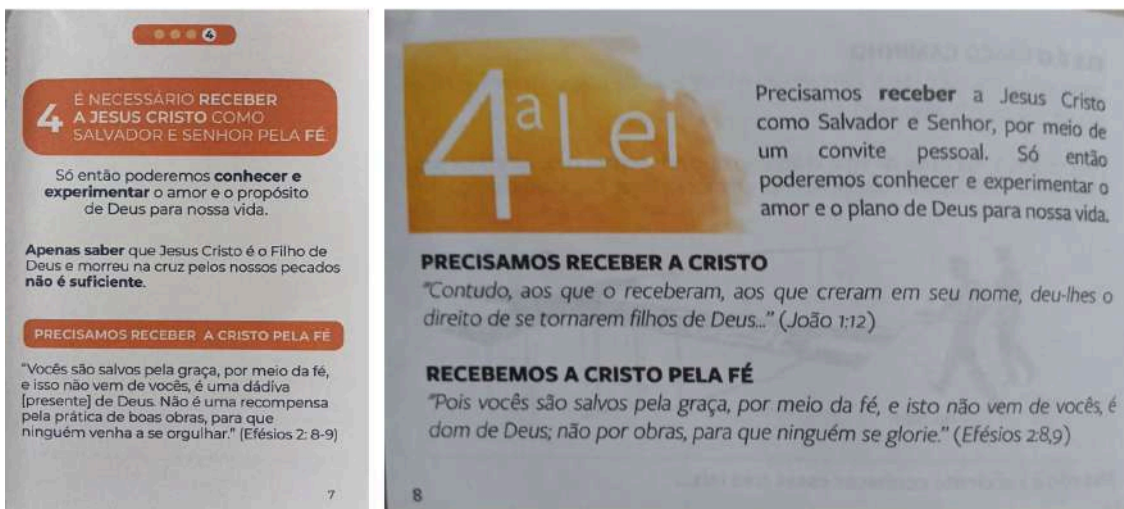
Figura 55 - Versão atualizada e versão antiga da capa do folheto



Fonte: elaborado pela autora (2025).

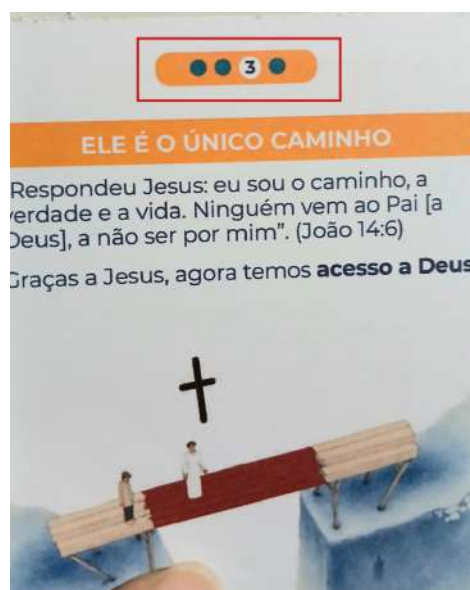
As leis espirituais foram substituídas por números, que permaneceram para localizar melhor os usuários dentro da narrativa, conforme a Figura 56, contribuindo para evitar a impaciência e a confusão. Além disso, foi inserido um elemento gráfico para melhor situar os usuários dentro da narrativa, que são indicadores de progresso visual (Figura 57). Estes foram inseridos na parte superior das páginas, e remetem a elementos de página web.

Figura 56 - Versão atualizada e versão antiga da numeração dos quatro pontos do Evangelho



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Figura 57 - Indicador de progresso da versão proposta do folheto



Fonte: elaborado pela autora (2025).

As ilustrações foram substituídas no quesito de estilo e de conteúdo. No caso das ilustrações que se referiam à segunda e terceira Lei Espiritual, que correspondiam ao abismo, houve a substituição por pontes com um abismo abaixo, que contém os mesmos conceitos apresentados. No entanto, na ilustração sobre a separação entre o ser humano e Deus, foi adicionado uma seta e um “x” para reforçar a ideia de separação (Figura 58). Na ilustração sobre Jesus ser o caminho, o homem que representa Deus se apresenta acima da ponte, buscando o ser humano. Assim, há o reforço da ideia de que não foi o homem que veio até Deus, e sim o contrário.

Figura 58 - Comparação entre ilustrações que representam a segunda e terceira lei espiritual.



Fonte: elaborado pela autora (2025).

O esquema que se refere à quarta Lei Espiritual foi atualizado por uma ilustração de um homem dirigindo um carro (Figura 59), e Jesus ao lado. Foi escolhida esta ilustração para questionar o receptor sobre quem dirige sua vida: ele mesmo ou Jesus. Assim, há uma maior probabilidade de o receptor entender a analogia e até mesmo se identificar.

Figura 59 - Ilustração referente ao controle de vida

Receber a Cristo implica **arrependimento**: deixar de confiar na nossa própria capacidade para nos salvar, crendo que Cristo é o único que pode **perdoar nossos pecados e restaurar o acesso a Deus**.

Nesse sentido, existem **dois tipos de vida**: a dirigida por Jesus e sua Palavra, e a vida dirigida pelo "eu".



🔗 Nesse momento, sua vida está sendo controlada pelo "eu" ou por Cristo?
🔗 Você gostaria que sua vida fosse controlada por quem?

8

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O tópico “Não dependa das emoções” (Figura 60), que continha a ilustração do trem, também teve sua ilustração substituída pela de uma planta. Desta forma, foi possível expressar a inter-relação entre fato, fé e emoção.

Figura 60 - Não dependa das emoções

NÃO DEPENDA DAS EMOÇÕES

Nós, como cristãos, não dependemos de sentimentos ou emoções, mas **colocamos nossa fé (confiança) na fidelidade de Deus e nas promessas de sua Palavra**.



A confiança (**fé**) vem a partir do **fato**, que é a Palavra de Deus. A **emoção** é uma consequência, e não o que sustenta essa dinâmica.

11

Fonte: elaborado pela autora (2025).

No lugar do anterior acróstico de “Sugestões para o crescimento espiritual”, houve a substituição para balões com ícones, e ao lado as frases com as respectivas dicas (Figura 61).

Figura 61 - Sugestões para o crescimento espiritual

SUGESTÕES PARA O SEU CRESCIMENTO ESPIRITUAL

O crescimento espiritual é **resultado de ter fé (confiar) em Jesus Cristo**. O justo viverá pela fé (Gálatas 3:11).

Assim como uma criança precisa de uma boa hidratação e alimentação para o seu desenvolvimento, para o crescimento na fé é necessário:

- Conversar com Deus em **oração**;
- Reservar tempo para ler e meditar na **Bíblia** diariamente;
- Estar disposto a obedecer e seguir a **vontade de Deus**, expressa na Bíblia;
- Ser sensível às **necessidades dos outros**;
- Contar** a outros sobre Jesus;
- Receber o **poder do Espírito Santo** para uma vida abundante.

12

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O tópico “a importância de uma boa igreja” foi acompanhado de uma ilustração na nova versão do folheto proposta (Figura 62). Ela ajuda a representar a caminhada cristã, relacionada ao conceito de viver em igreja. Sua estética é lúdica, e se encaixa com o contexto do público-alvo.

Além da ilustração, esta página foi acrescida de um QR Code para facilitar o acesso do público-alvo ao site da Cru Campus, que contém mais materiais que auxiliam no crescimento espiritual.

Figura 62 - Ilustração do tópico “a importância de uma boa igreja”

A IMPORTÂNCIA DE UMA BOA IGREJA

A Bíblia diz para os cristãos **não deixarem de se reunir** (Hebreus 10:25).

Viver a fé em igreja é como **trilhar um caminho novo ao lado de quem já percorreu parte dele**.

A experiência dos outros serve de apoio à nossa caminhada, trazendo **clareza, sabedoria e segurança**.



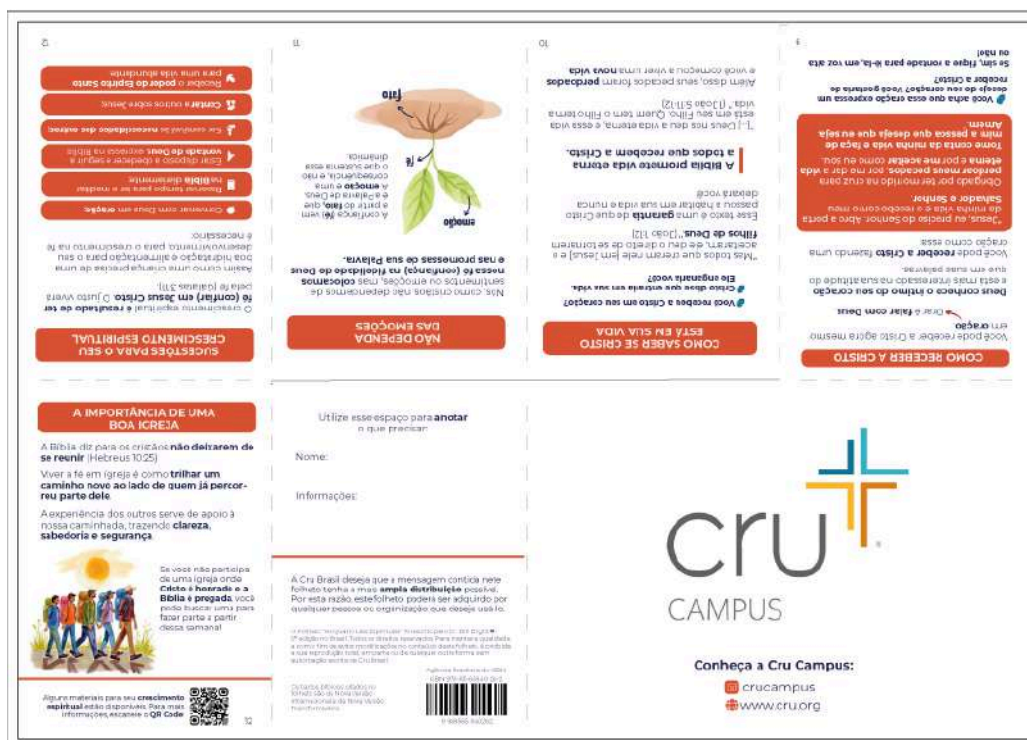
Se você não participa de uma igreja onde **Cristo é honrado e a Bíblia é pregada**, você pode buscar uma para fazer parte a partir dessa semana!

Alguns materiais para seu **crescimento espiritual** estão disponíveis. Para mais informações, escaneie o **QR Code**:



12

Figura 64 - Projeto gráfico do folheto (verso)



Fonte: elaborado pela autora (2025).

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho cumpriu com o objetivo proposto, fazendo um redesign do folheto com base nos princípios do design da informação, respeitando a identidade visual da Cru Campus, utilizando a paleta de cores presente na logo para o produto proposto.

Assim, houve uma pesquisa sobre o design da informação e seus princípios. Estes foram utilizados como base para a posterior análise crítica do folheto das 4 Leis Espirituais, que permitiu identificar problemas que comprometem a compreensão, atratividade e usabilidade do folheto.

Em seguida, foram analisados os métodos evangelísticos que existiram ao longo da história, desde os históricos até os contemporâneos, para explorar como o Evangelho pode ser comunicado e entender a presença do mediador na comunicação desta mensagem.

Por fim, foi conduzida uma pesquisa com o público-alvo, composto por mediadores e receptores, a fim de compreender suas percepções sobre o material existente. Os dados coletados orientaram as decisões de design e proporcionam um redesign centrado no usuário, a fim de atender suas expectativas.

9.1 Sugestões para Trabalhos Futuros

A modernidade trouxe consigo a visão pragmática e lógica da sociedade. Em sociedade do cansaço, o Han (2015) explica que o paradigma da época era um homem delimitado por regras, pela lógica e pela estrutura social. Desta forma, o estilo de comunicar o evangelho era de acordo com esta realidade. O material das 4 Leis Espirituais surge dessa lógica moderna, em uma narrativa lógica que apresenta todos os pontos do Evangelho, mas o foco não é a reconexão do relacionamento com Deus.

O paradoxo sociológico agora é outro: um contexto individualista e pós-modernista, na sociedade do você pode ser o que você quiser, qual deve ser o foco da pregação do evangelho? Focando no relacionamento com Deus, que traz sentido e um alicerce em uma sociedade fluida, onde até mesmo as identidades se dissipam (Bauman, 2001). Tal questão pode ser explorada em trabalhos futuros.

Em relação ao produto proposto, o folheto pode ter uma integração com os meios digitais, juntamente com uma página de perguntas e respostas para sanar possíveis questionamentos dos receptores.

REFERÊNCIAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **ABNT NBR 6029:2006**: Informação e documentação — Livros e folhetos — Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2006. 14 p.

ARIÑO, Daniela Ornellas; BARDAGI, Marúcia Patta. Relação entre Fatores Acadêmicos e a Saúde Mental de Estudantes Universitários. **Psicol. Pesqui.**, Juiz de Fora, v. 12, n. 3, p. 44-52, 2018.

ANDIFES,

ARNETT, Jeffrey Jensen. *Emerging Adulthood: The Winding Road from the late Teens Through the Twenties*. 2 ed. New York: Oxford University Press, 2015. 416 p.

BAER, Kim; VACARRA, Jill. **Information Design Bookwork: graphic approaches solutions, and inspiration + 30 case studies**. Beverly: Rockport, 2008.

BARBAGLIO, Giuseppe; FABRIS, Rinaldo; MAGGIONI, Bruno. **Os Evangelhos, I**. São Paulo: Loyola, 1990.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 258 p.

BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011. 270 p.

BRIGHT, Bill. **4 leis espirituais?**. 5. ed. São Paulo: Cruzada Estudantil e Profissional para Cristo, 2012. 15 p.

BROWN, Tim. **Design Thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 249 p.

CANFIELD, Daniel de Salles. A história do Design Thinking. **DAT Journal**, v. 6, n. 4, 2021. DOI: <https://doi.org/10.29147/datjournal.v6i4.502>. Disponível em: <https://datjournal.anhembi.br/dat/article/view/502>. Acesso em: 27 fev. 2025.

CAMPOS et al. A Influência da Espiritualidade na Saúde Mental de Jovens e Adultos: uma Revisão Sistemática. **PsicoFAE**, Curitiba, v. 12, n. 1, p. 52-64, 2023.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia telefônica e televisiva. **Revista USP**, São Paulo, n. 61, p. 146-163, mar./mai. 2004.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. Parte primeira: A profissão de fé. Seção segunda: o credo, art 50-141. Vaticano, 1997. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/cathechism_po/index_new/p1s1c2_50-141_po.html. Acesso em: 7 jan. 2025.

CESCA, Cleusa Gertrudes Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. [s.l.], Summus, 2005. 288 p.

CRU CAMPUS. **História**. Cru: [s. l.], 2020. Disponível em: <https://cru-campus.org.br/historia/>. Acesso em: 24 out. 2024.

CRU CAMPUS. **Série DNA**: um coração que se importa. Cru Campus: [s.l.], 2017. Disponível em: <https://www.cru.org.br/pt/train-and-grow/help-others-grow.html>. Acesso em: 14 jul. 2025.

CRU. **Compartilhe o Evangelho**. Cru Campus: [s.l.], 2020. Disponível em: <https://www.cru.org.br/pt/train-and-grow/share-the-gospel.html>. Acesso em: 02 mar. 2025.

CRU Brasil. **Você já ouviu falar das quatro leis espirituais?**. São Paulo: Cru Brasil, [2018]. 15 p.

CRU. **Cru Campus**. Cru: [s.l.], 2020. Disponível em: <https://www.cru.org.br/pt/communities/campus.html>. Acesso em: 04 mar. 2025.

CRUZADA Estudantil e Profissional para Cristo. **Você já ouviu falar das quatro leis espirituais?**. São Paulo: Cruzada Estudantil e Profissional para Cristo, 1965. 15 p. Disponível em: <https://fliphtml5.com/njfdg/ansl/quatro-leis-espirituais/>. Acesso em: 5 dez. 2024.

FRASCARA, Jorge. **Communication Design**: principles, methods, and practice. New York: Allworth Communications, Inc., 2004. 225 p.

FRASCARA, Jorge. **¿Qué es el diseño de información?**. Buenos Aires: Infinito, 2011.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIUSEPPE Barbaglio; FABRIS, Rinaldo; MAGGIONI, Bruno. Os Evangelhos I. São Paulo: Loyola, 1990. 624 p.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

IDEO U. The 6 Steps of the Design Thinking Process. [2022]. Disponível em: <https://www.ideo.com/blogs/inspiration/design-thinking-process?srsltid=AfmBOoqgCYHI6MfgTX3PVUPidoqjDm-KKSc79wjLxO2ia1Fk3dPqGr5q>. Acesso em: 26 fev. 2025.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Censo de Educação Superior 2023**. Brasília: Inep, 2024. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/centso_superior/documentos/2023/apresentacao_censo_da_educacao_superior_2023.pdf. Acesso em: 06 mar. 2025.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Resultados do Enade 2022 e Perspectivas para a Avaliação da Educação Superior a partir de 2024. Brasília: Inep, 2023. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/apresentacao/2022/apresentacao_resultados_enade_2022.pdf. Acesso em: 06 mar. 2025.

Institute of Design at Stanford Hasso Plattner

INSTITUTO SEMESP - Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo. **Mapa do Ensino Superior**. 14 ed. São Paulo: Semesp, 2024. Disponível em: <https://www.semesp.org.br/wp-content/uploads/2024/04/mapa-do-ensino-superior-no-brasil-2024.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2025.

INSTITUTO SEMESP - Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo. **Mapa do Ensino Superior**. 10 ed. São Paulo: Semesp, 2020. Disponível em:

<https://www.semesp.org.br/wp-content/uploads/2020/04/Mapa-do-Ensino-Superior-2020-Instituto-Semesp.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2025.

JUNGER, Alex Pauvel *et al.* A geração imediatista e a comunicação audiovisual. **Research, Society and Development**, [s. l.], v. 7, n. 11, 2018. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v7i11.441>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/441>. Acesso em: 23 jan. 2025.

KATZ, Joel. **Designing Information**: human factors and common sense in information design. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012. 224 p.

KELLER, Timothy. **Igreja Centrada**: desenvolvendo em sua cidade um ministério equilibrado e centrado no evangelho. São Paulo: Vida Nova, 2014. 464 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007. 311 p.

MARIUZZO, Patrícia. Novas cores e contornos na universidade - o perfil do estudante universitário brasileiro: país avança na inclusão de estudantes no ensino superior, mas políticas públicas precisam de aperfeiçoamentos, especialmente as de permanência. **Cienc. Cult.**, São Paulo, v. 75, n. 1, Jan./Mar. 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.5935/2317-6660.20230012>. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252023000100012. Acesso em: 23 jan. 2025. <https://archive.org/details/ETC0624/mode/2up>

NORMAN, Donald A. **O Design do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006. 271 p.

RASCHIETTI, Stefano. Missão e decolonialidade. Apontamentos para um paradigma missionário latino-americano em perspectiva decolonial. **Perspect. Teol.**, Belo Horizonte, v. 54, n. 2, p. 513-537, Mai./Ago. 2022.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria**: 40 métodos para design de produtos. São Paulo, 2015.

SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e Mercado: A Mídia Empresarial-Religiosa. **REVER**, São Paulo, ano 5, n. 1, p. 54-67, 2005.

SBARDELOTTO, Moisés. Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: estudos sobre religião e internet. *Cadernos Teologia Pública*, São Leopoldo, ano IX, n. 70, 2012. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/teopublica/070cadernosteologiapublica.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2025.

SOUSA, Marco Túlio de. Igreja eletrônica, religiosidade midiática, religiosidade midiaticizada: Conceitos para pensar as relações entre mídia e religião. **MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 275-298, jan./abr. 2021.

<https://repositorio.jesuista.org.br/handle/UNISINOS/5366>

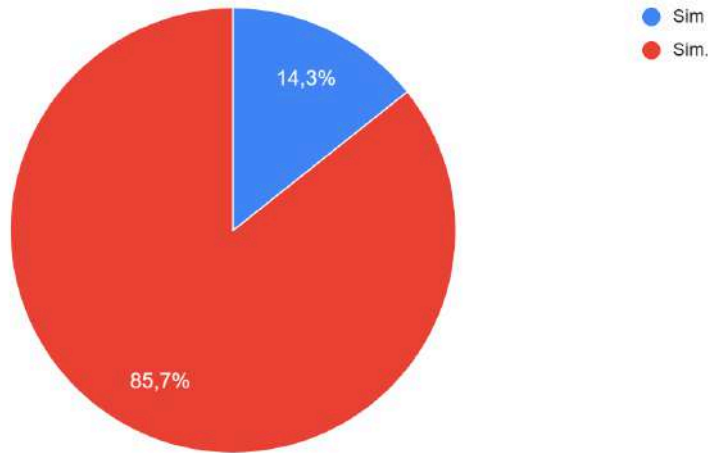
STOTT, John Robert Walmsley. **Basic Christianity**. Michigan: Wm. B. Eerdmans, 1971. 142 p.

WRIGHT, Christopher J. H. A missão de Deus: desvendando a grande narrativa da Bíblia. São Paulo: Vida Nova, 2014. 576 p.

APÊNDICE A - FORMULÁRIO MEDIADORES

Figura 34 - Seção 01: Sobre você

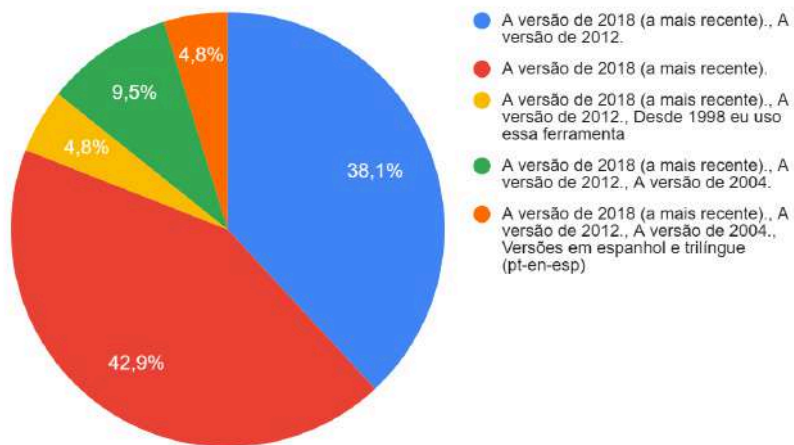
Você já compartilhou o Evangelho através do livreto das 4 Leis Espirituais com algum estudante universitário?



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 35 - Seção 01: Sobre você

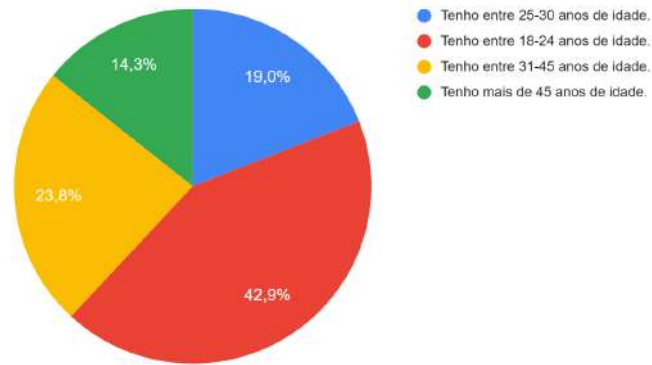
Quais versões do folheto você já utilizou?



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 36 - Seção 01: Sobre você

Qual a sua idade?

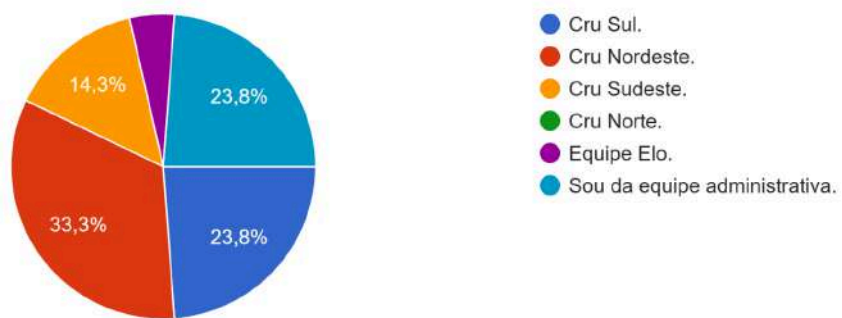


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 37 - Seção 01: Sobre você

De qual região da Cru Campus você faz parte?

21 respostas

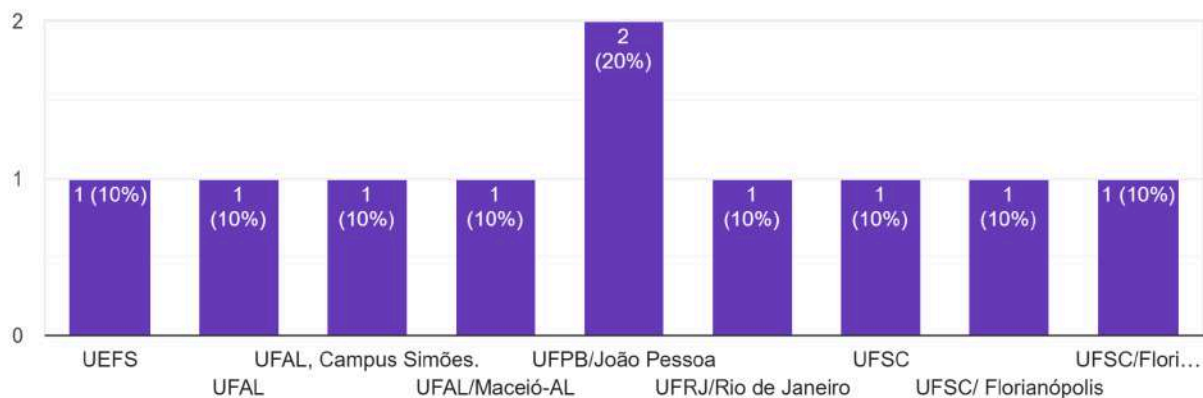


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 38 - Seção 01: Sobre você

Caso seja estudante, em que faculdade/universidade você estuda? Exemplo: UFSC/Florianópolis.

10 respostas

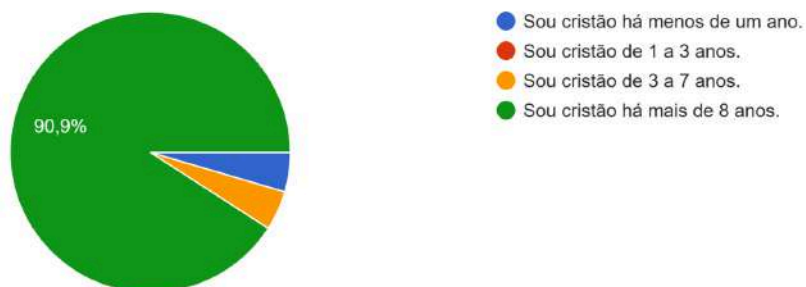


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 39 - Seção 01: Sobre você

Quanto tempo de fé ou conversão você tem? Se você se desviou da fé, não contabilize o tempo em que ficou desviado.

22 respostas

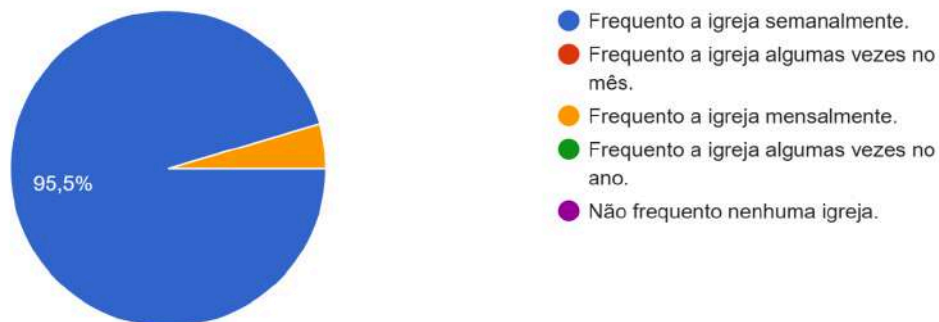


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 40 - Seção 01: Sobre você

Com que frequência você vai a igreja?

22 respostas

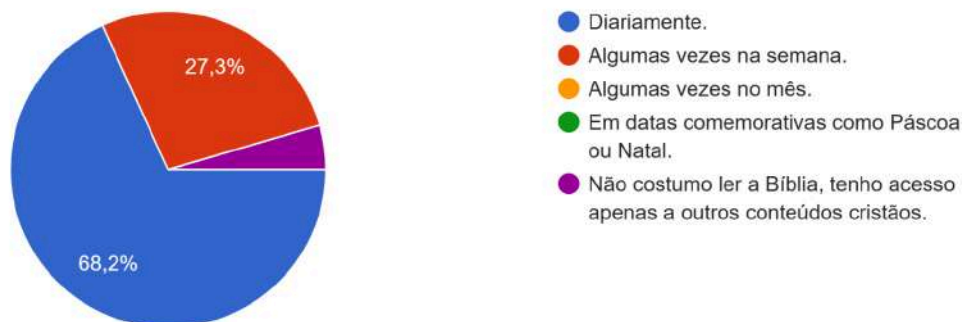


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 41 - Seção 01: Sobre você

Com que frequência você costuma ler a Bíblia?

22 respostas

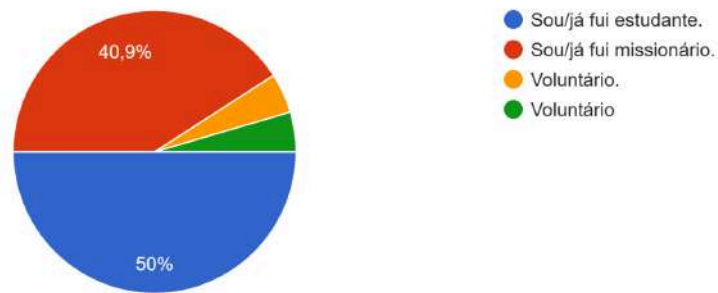


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 42 - Seção 01: Sobre você

Você é estudante, missionário ou voluntário? Voluntário: não é ou não foi nem estudante nem missionário.

22 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 42 - Seção 01: Sobre você

Qual é a sua experiência com o uso das 4 Leis em Evangelismos?

22 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 43 - Seção 01: Sobre você

Como você aprendeu a utilizar essa ferramenta de evangelismo?

22 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 44 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

Como você costuma evangelizar com o folheto?

21 respostas

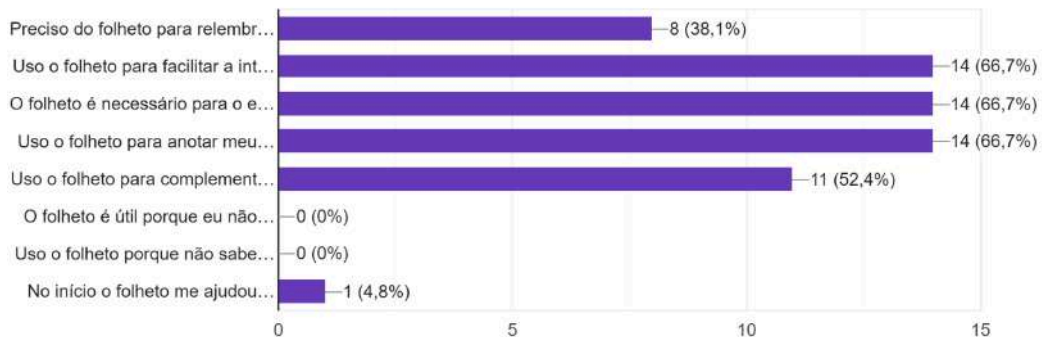


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 45 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

Em que sentido o material das 4 Leis te ajuda a evangelizar?

21 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 45 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 46 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Você gosta de utilizar o folheto das 4 Leis Espirituais para evangelizar? Justifique.

- Gosto. Se o estudante memoriza esse folheto ele tem uma sequencia logica do plano de salvação e pode adaptar a conversa.
- Não costumo usar
- Sim, pois esclarece o entendimento do praticante e do evangelizado.
- Sim. É uma ferramenta fácil para explicar pontos centrais do Evangelho
- Sim. Pois é simples e didático, segue uma sequência lógica do enredo da salvação.
- mais ou menos

- Gosto sim!!! Pois ele é direto. Com essa ferramenta é certeza que vamos compartilhar o plano da salvação com o evangelizado, e não apenas ter uma conversa espiritual.
- Não, me sinto panfletando. Gosto da lógica apresentada, mas acho muito metódico e categórico, acho que pode afastar o evangelizado e dá impressão que eu não sei o que estou falando, só lendo.
- Nao
- Sim. É uma ferramenta transferível.
- Não, pois a CRU tem outras ferramentas mais "atrativas" como por exemplo o Perspectiva ou Conecta que transmitem mais jovialidade que o ambiente universitário necessita. Em outras palavras, acredito que o folheto das 4 Leis não comunique na linguagem adequada para o público universitário, visto que esse é o público majoritário da CRU.
- SIM. Pq contém TUDO que uma pessoa precisa saber para ter um relacionamento pessoal com Deus.
- Sim, pois consigo seguir uma lógica em relação a mensagem que quero passar.
- Já gostei mais mas continua sendo o método que mais uso quando estou com alguém inexperiente.
- Eu não utilizo muito, por preferir os outros materiais. Acho o folheto um pouco ultrapassado, acho mais prático usar a pulseira ou outros materiais.
- Gosto sim, pela sua simplicidade e didática
- Não possuo o folheto das 4 leis espirituais, tive contato em uma evangelização que participei e achei muito útil
- Gosto. Mas hoje em dia uso mais como material de apoio para a pessoa.
- sim, porque é objetivo
- Sim, pois é confortável e pode gerar boas conversas.
- Com ele conseguimos abordar pessoas de todos os graus acadêmicos.

O que te faz escolher (ou não escolher) essa opção de material para evangelizar?

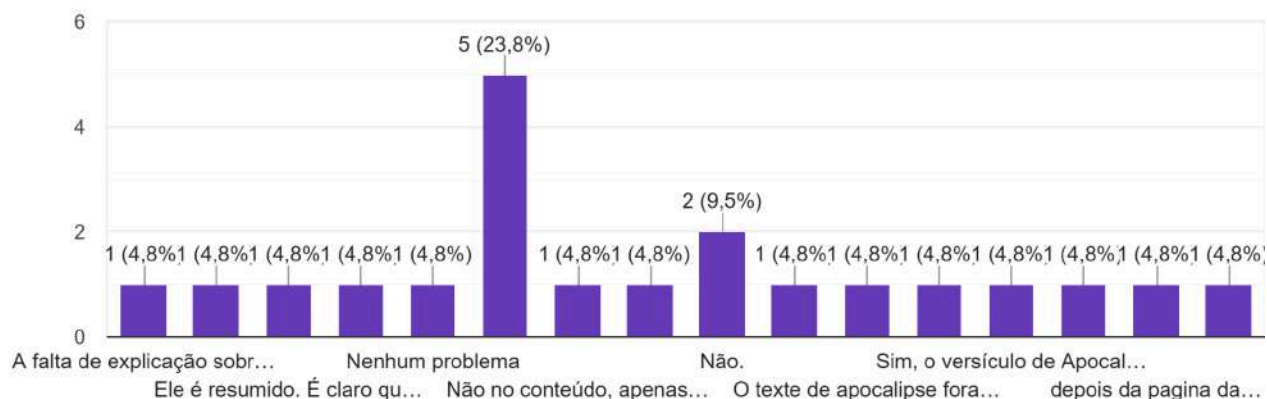
- Vai depender do tipo de abordagem.
- Prefiro mais abordar e conversar com a pessoa
- A praticidade sobre o Evangelho e a sua clareza sobre qual é a Vontade e o Plano de Deus.
- Facilidade para dar uma explicação concisa do Evangelho
- O conceito dele, seja para cristãos ou não, é muito transferível, fácil de ser ensinado e praticado.
- Só uso se a pessoa estiver muito aberta

- Escolher: a praticidade de evangelizar por meio dele. Não escolher: as vezes penso que algumas pessoas não estão tão abertas a ouvir, ou terem paciência, por levar cerca de 10 a 15 minutos a leitura completa, então prefiro utilizar outros meios para compartilhar sobre Jesus com essas pessoas.
- A impressão de ser lido me incomoda como disse antes, não acho as imagens e o design tão apresentável quanto o conecta e perspectiva. O material poderia ser "embalado" para durabilidade maior pensando nas folhas etc...
- Já saber e poder usar minhas próprias palavras passando pelos 4 pontos
- Simplicidade e transmissão do conteúdo.
- Existem outras opções mais atrativas e eficazes para evangelismo, principalmente pensando no meio universitário.
- Me faz escolher pela facilidade de ter/iniciar uma conversa sobre assuntos espirituais
- Como o contexto de evangelização ao qual estou inserida é a Cru que trabalha com esse material, acabo utilizado por ser uma ferramenta de fácil acesso. Além disso, considero um ótimo recurso.
- Eu escolho esse método quando estou com uma pessoa que nunca evangelizou alguém e é um método simples pra ele aprender ou quando percebo que a pessoa evangelizada é muito aberta.
- Geralmente quando não tenho a pulseira ou outro material.
- A chance de comunicar o evangelho de forma simples e clara
- É um material tem recursos didáticos, fácil de abordar com os evangelizados
- Quando eu quero ir direto ao ponto. O folheto ajuda muito nisso.
- escolho porque é prático e objetivo
- É a opção que mais me passa segurança.
- Ele é a ferramenta mais rápida da cru e com ele conseguimos abordar mais pessoas, tanto por ser rápido, como por conseguir abordar pessoas diferentes.

Figura 47 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

Você vê algum tipo de problema no conteúdo do folheto das 4 Leis Espirituais considerando o folheto em geral ou em alguma página específica? Se sim, diga o porquê.

21 respostas

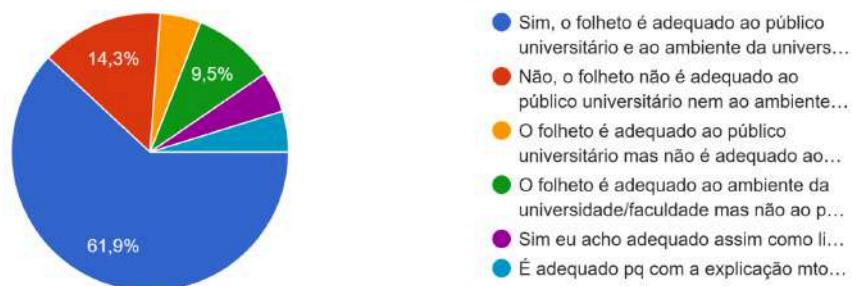


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 48 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

Você acha que o folheto se adequa bem ao contexto universitário?

21 respostas

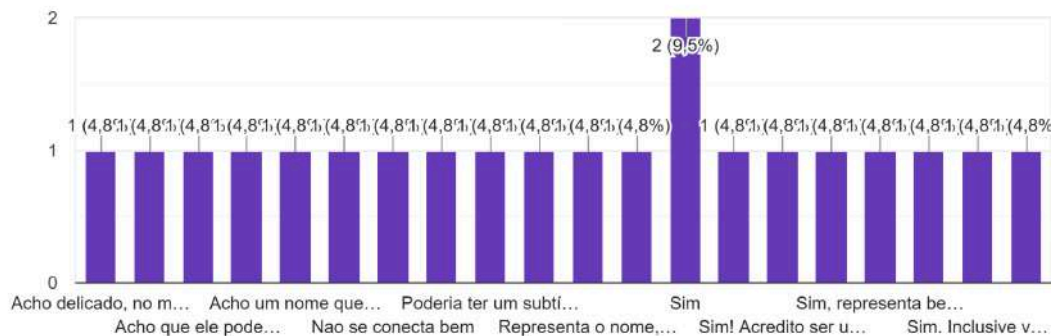


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 48 - Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

O que você acha do nome "4 Leis Espirituais"? Você acredita que o nome representa bem o conteúdo do material e faz sentido no contexto da universidade/faculdade?

21 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Como você acha que os evangelizados se sentem durante a abordagem? Você nota algum tipo de desconforto, dúvida ou impaciência?

- Depende de como vc aborda a pessoa. Quando alinha as expectativas e o tempo, se vc vai ler depois que vc domina a ferramenta é tranquilo. Vc faz perguntas, ouve, é dinámico. Só ler o folheto limita muito o uso da ferramenta
- Acredito que muitos sentem interesse em saber sobre o tema, mas vai surgir alguns com desconforto.
- Noto a atenção ao que está sendo dito, mas também, tenho uma sensação que a pessoa pode estar sendo convidada a confrontar-se, ao mesmo tempo que vejo algumas pessoas abrirem suas particularidades e conversarem mais sobre o que pensam, e sobre o que desejam descobrir sobre Jesus.
- Sabendo utilizar não vejo nenhum tipo de desconforto, dúvida ou impaciência
- Rola de tudo, mas na maioria das vezes as pessoas se sentem a vontade para participar, geralmente quem não quer fala logo de cara e tá tudo bem, ninguém é obrigado a ouvir.
- Alguns ficam impacientes com o tamanho do folheto, mas acho que depende do interesse da pessoa abordada em ouvir o evangelho, alguns realmente só não querem e não tem necessariamente a ver com o folheto
- Acredito que alguns se sentem curiosos para ouvir, e outros aceitam apenas para serem gentis ou porque não souberam dizer não. Sim, já aconteceu de a pessoa parecer desconfortável ou impaciente.

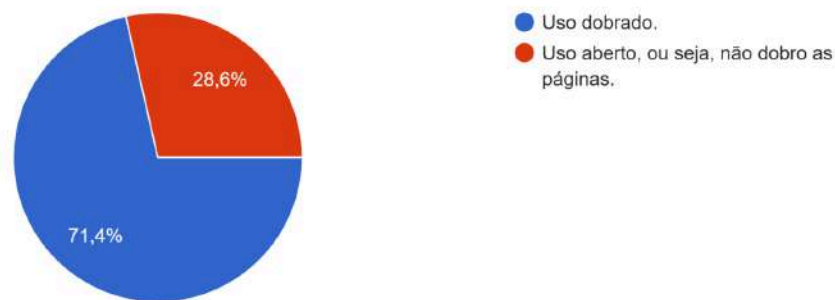
Porém acredito que as pessoas saibam que podem sim, a qualquer momento, nos dizer que não estão se sentindo confortáveis e que não querem mais ouvir/ler o restante.

E também tem os casos onde as pessoas estão com pressa para ir pra aula ou estágio, então elas podem sim nos comunicar que não poderão ouvir até o final. Nesse caso costumamos entregar o panfleto pra pessoa e nos despedir.

- Noto impaciência, parece que a pessoa só está concordando para acabar logo, sinto falta de conexão já que só eu estou apresentando, mesmo se a pessoa também ler.
- Desconforto, querem sair da conversa, não é algo amigável que eles demonstrem interesse
- Constrangimento e impaciência
- Tudo depende do tempo que a pessoa tem disponível, mas normalmente elas se mostram bem abertas a ouvir brevemente.
- Não se sentem, pois acho que depende da iniciativa/abordagem
- Sempre pergunto se a pessoa aceita que eu fale sobre minha visão a respeito do que conversamos, caso a pessoa me permita e se sinta a vontade para ouvir, eu recorro as quatro leis. Geralmente as pessoas ficam bem atentas, no máximo, quando não tem interesse elas respondem a pergunta final do folheto (se ela aceitaria que Deus guie-se sua vida) de forma negativa, mas muito educada (não no momento, não, etc.).
- Depende da pessoa que aborda. Se o foco dela for ler o folheto pro outro, com certeza essa pessoa ficará incomodada e querendo encerrar a conversa. Mas se souber se conectar com a pessoa, ler não será um problema.
- Um pouco de impaciência quando veem a quantidade de texto.
- Na maior parte dos casos, na minha experiência, percebo que eles reagem com educação e escutam e conversam. Em uma menor parte vejo que falta tempo e interesse para dialogar.
- Em alguns eu senti um desconforto, seja por achar que a vida que levam não tem relação com um ambiente religioso ou por lembrarem de quando frequentavam a igreja.
- Já notei essas coisas em diversos contextos e não acho que tem a ver com o material em si. A grande maioria das pessoas está interessada em ouvir e se nos conectamos com elas a conversa flui bem.
- impaciência, muito texto colado um no outro
- Eles podem achar muito longa, mas nem sempre é assim.
- Depende da pessoa e do centro em que ocorre o evangelismo.

Como você utiliza o folheto durante as abordagens de evangelismo, ao ler o material com o evangelizado? Você usa o folheto dobrado, ou totalmente aberto?

21 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

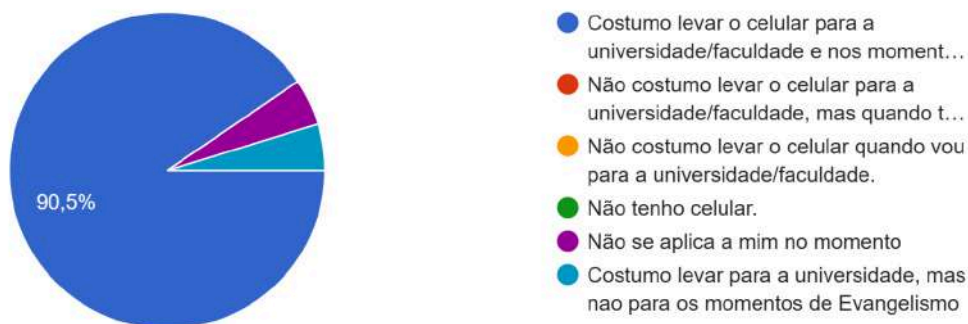
Caso você já tenha usado versões antigas do folheto, você acha que elas eram melhores em algum aspecto? Explique.

- Minha unica critica é com a imagem do trem que virou um metro. A analogia só fazia sentido na minha opinião num trem com vagões bem definidos. Mas isso e bem pessoal
- Não usei
- Não usei, mas pelo que vi, o visual está mais contemporâneo.
- Os gráficos eram melhores
- Não acho que eram melhores.
- .
- Utilizei a de 2012 e a de 2018. Minha favorita é a de 2018, pois acredito que os desenhos são melhores, facilitam mais a explicação.
- Não consigo responder pois não tenho em mãos para comparar.
- Não
- Nunca usei
- As versões mais atuais são otimas
- Não vejo diferenças muito significativas.
- Não eram melhores. Apenas versículos mais tradicionais e a frase de convite pra oração que ficou mais clara.
- Só usei a versão recente.
- Não sei

Figura 50- Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

Qual o seu contato com o celular ou smartphone na universidade/faculdade?

21 respostas

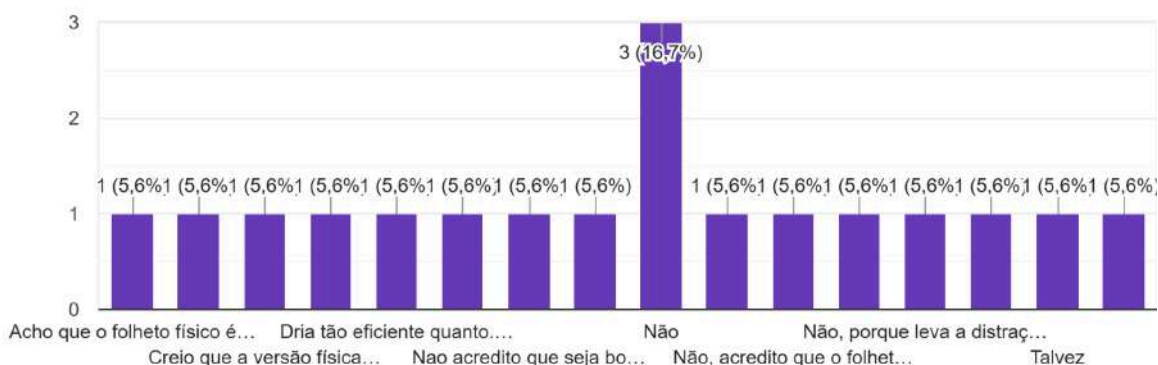


Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.

Figura 51- Seção 02: Percepções sobre o uso do folheto

Na sua opinião uma abordagem de evangelismo digital, por meio do smartphone, seria mais eficiente do que por meio do folheto físico? Par... você quanto a pessoa que está sendo evangelizada.

18 respostas



Fonte: Resultados da pesquisa aplicada - Formulários Google, 2025.