Cartões de visitas & afins

Houve um tempo no qual se trocava cartões de visitas. O objetivo era se-fazer lembrado na-ausência quando, (passado o encontro ou o evento), a outra pessoa quisesse nos contatar.

No cartão de visitas cabe, sempre, bem-pouca informação por isso há-que escolher com o máximo cuidado o que publicar e o que omitir: só o mínimo que garanta uma ponte para comunicação, futura, sem aborrecer nem desanimar o interesse alheio.

(Quem já perdeu um cartão de visitas importante sabe a auto-recriminação que acompanha esta impossibilidade de re-atar a interlocução desejada.)

Por isso, guardava-se ciosamente os cartões de visitas. Havia até estojos / classificadores especiais para não os arriscar perder e, depois, lamentar.

O Clube de Desbravadores é um dos excelentes cartões de visitas da IASD – um dos melhores lembretes desta entidade para os seus potenciais fãs. Aquele lenço amarelo impacta quem o presencie em ação de uma maneira que poucas outras coisas conseguem.

Não tem nem igual, nem rival.

Mas, é um cartão de visitas. É apenas um princípio de intercâmbio. Já tem, **nele**, o suficiente para obter atenção. Seria um erro escrever, neste "cartão de visitas", as vinte e oito doutrinas da Igreja Adventista: não cabe nele, não cabe a-ele e não tem cabimento.

O Clube de Desbravadores é só um primeiro-contato. São os outros, os secundários, que permitirão ampliar / aprofundar o significado e a missão da Organização, da Igreja Local etc.

No afã por cumprir o Alvo da Igreja, pode nos-faltar a paciência necessária para construir um "relacionamento de salvação" forte, maduro, estável.

O mesmo acontece, por exemplo, (no micro-cosmo Desbravadores), com a Ordem Unida – é cartão de visitas.

Ela é uma excepcional ferramenta de ensino e, ao mesmo tempo, um meio de apresentação pública inigualável. Não foi incorporada a nosso conjunto de recursos para muito-mais-do-que **isto**. Não se deve requerer ou esperar (dela) mais do que ela pode entregar. Empregada dentro do seu foco e com a sua potencialidade, entretanto, é a – talvez ? – melhor representação de uns aspectos presentes no Clube.

Para maiores detalhamentos e para firmar compromissos mais profundos deve-se recorrer a "documentos" de compromisso, outros, que não **TÊM** que ser tão sintéticos: declarações, contratos, notas, cartas de intenção etc, mais longos e pormenorizados.

Cartão de visitas bom-mesmo é o que intriga e gera curiosidade / que deixa por-dizer muita coisa mas instiga nos-outros surpresas e indagações. (Pra quê entregar todas as respostas no primeiro encontro? Um pouquinho de mistério e diversionismo não faz mal a comunicação-social nenhuma.)

Colher assinaturas em contratos no início de um contato seria abusivo e completamente improdutivo. Vai dar errado. É necessário construir muita admiração e confiança mútua ANTES de se chegar a essas "vias de fato".

Cada ferramenta empregada no seu devido contexto e aplicação, contudo, garante uma maior probabilidade de sucesso. (Não-apenas nos-negócios.)

Deixemos cada coisa ser o que nasceu (ou "foi-nascida") para-ser. Funciona!

A temperança / a mordomia / a eficaz administração de recursos cabe aqui como em qualquer outra questão.

Cartão de visitas pode ser enganoso.

Como instrumento de marketing – que ele TAMBÉM é – pode iludir e levar a "esperações" irreais tanto **1)** a pessoa que o oferece como **2)** quem o recebe. (Cuidado, portanto!)

Bonito, chamativo, prometedor de maravilhas, cartão de visitas causa (e deve-mesmo causar) boa impressão. Em geral, tem aparência "mais-boa" do que a realidade nua & crua mas – sejamos pragmáticos – ninguém faz propaganda de seus defeitos, né?

Às vezes as organizações geram boa publicidade de si mesmas sem estar completamente prontas para viver os ideais que os cartões-isca prometem.

O dia-a-dia, de verdade, é desafiador / exigente o-bastante para, ocasional / episodicamente, perdermos a noção **1)** de quem realmente somos e **2)** de quem nossos conviventes na esfera social acreditam-que-somos. (Não é requerido que saiamos pelo mundo alardeando nossas mazelas mas as virtudes que contamos acerca de nós precisam ser bem realistas para evitar o pior resultado social de todos: pró-vocar decepções e desapontamentos em quem nos rodeia na aldeia global.