

**A APLICABILIDADE DA COMUNICAÇÃO CATÓLICA NA REFORMULAÇÃO  
JORNALÍSTICA DO INFORMATIVO PAROQUIAL DA IGREJA SANTA BIBIANA**

**BIANCA APARECIDA DOS SANTOS  
DANIELA SILVA FERRETTI  
GABRIEL DE JESUS BUOSI  
LEONARDO JACOMINI BRAVI  
MARLENE GOMES REVERTE  
PEDRO DA COSTA FERNANDES**

**A APLICABILIDADE DA COMUNICAÇÃO CATÓLICA NA REFORMULAÇÃO  
JORNALÍSTICA DO INFORMATIVO PAROQUIAL DA IGREJA SANTA BIBIANA**

**BIANCA APARECIDA DOS SANTOS  
DANIELA SILVA FERRETTI  
GABRIEL DE JESUS BUOSI  
LEONARDO JACOMINI BRAVI  
MARLENE GOMES REVERTE  
PEDRO DA COSTA FERNANDES**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de  
Comunicação Social, da Universidade  
do Oeste Paulista, como requisito  
parcial para sua conclusão.  
Área de Concentração: Jornalismo.

Orientadora: Prof. Me. Fabiana Aline  
Alves

**BIANCA APARECIDA DOS SANTOS  
DANIELA SILVA FERRETTI  
GABRIEL DE JESUS BUOSI  
LEONARDO JACOMINI BRAVI  
MARLENE GOMES REVERTE  
PEDRO DA COSTA FERNANDES**

**A aplicabilidade da comunicação católica na reformulação jornalística do  
Informativo Paroquial da Igreja Santa Bibiana**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de  
Comunicação Social, da Universidade do  
Oeste Paulista, como requisito parcial  
para sua conclusão.  
Área de Concentração: Jornalismo.

Presidente Prudente, 12 de junho de 2017

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior – Presidente

---

Prof. Esp. Aline Paiva Blasechi Garcia – Membro

---

Prof. Me. Fabiana Aline Alves – Orientadora

## **DEDICATÓRIA**

Aos pais, professores e amigos que nos acompanharam durante toda a graduação.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente à Deus que nos permitiu a realização deste trabalho. A Elizabete Souza, Tatyara Lopes e Claudete Mendes de Oliveira, secretárias da Paróquia Santa Bibiana por nos auxiliar com os dados e indicações de fontes utilizadas nas pautas.

À Paróquia Santa Bibiana e à comunidade católica do município de Martinópolis pela receptividade e respeito com o grupo na execução das matérias para o Informativo Paroquial.

À nossa orientadora Fabiana Alves por toda paciência e carinho com os membros do grupo ao compartilhar o seu conhecimento e dedicação na orientação deste trabalho buscando sempre o nosso melhor. Aos professores Maria Luiza Hoffmann e Rogério do Amaral que durante o desenvolvimento do trabalho teórico nos auxiliaram com as orientações sanando todas as dúvidas que eram levantadas.

A todos os professores que durante a graduação nos ensinaram o ofício do Jornalismo com muita sabedoria, dedicação e amor pela profissão.

A Caroline Ferreira Coelho por fazer a tradução do nosso resumo e Thálita Agante Fernandes por auxiliar nas revisões do projeto.

Ao Julio Dourado que cuidou da parte gráfica da nossa peça prática com muito empenho e pontualidade.

Aos amigos e familiares pela compreensão nos momentos de ausência e apoio diante das dificuldades enfrentadas no decorrer da produção desta pesquisa.

*Porque a palavra de Deus é viva, eficaz, mais penetrante do que uma espada de dois gumes e atinge até a divisão da alma e do corpo, das juntas e medulas, e discerne os pensamentos e intenções do coração.*  
*Hebreus 4:12*

## **RESUMO**

### **A aplicabilidade da comunicação católica na reformulação jornalística do Informativo Paroquial da Igreja Santa Bibiana**

O presente projeto propõe a reformulação jornalística e gráfica do Informativo Paroquial da Paróquia Santa Bibiana, de Martinópolis, existente há 11 anos. Neste tempo, o periódico não apresentava linguagem jornalística, padrões gráficos e editoriais, tais como: textos com cunho noticioso e produção própria de fotografias, tornando-o menos atrativo aos seus leitores. Para a reestruturação, foi preciso entender as relações entre a comunicação católica e o jornalismo impresso. Metodologicamente, a abordagem empregada foi a qualitativa do tipo exploratória. Como método, o estudo de caso foi escolhido e as técnicas de pesquisa bibliográfica, análise documental e entrevista em profundidade foram utilizadas para a coleta de dados. O resultado deste estudo foi a produção de dois exemplares do Informativo Paroquial, cada um com oito páginas e atendendo às técnicas jornalísticas e tendências do jornalismo religioso.

Palavras-chave: Comunicação católica. Jornalismo impresso. Jornalismo religioso. Informativo Paroquial. Paróquia Santa Bibiana.

## **ABSTRACT**

### **The applicability of catholic communication in the journalistic reformulation of the Parish Newsletter of the Church of Santa Bibiana**

The present project proposes a journalistic and graphic reformulation of the Parish of Saint Bibiana's parish bulletin, created 11 years ago. Until now, the journal did not present journalistic language, graphic and editorial standards, such as: news articles according to the criteria of news and own production of photographs, making it less attractive to its readers. For the restructuring, it was necessary to understand the relations between Catholic communication and printed journalism. Methodologically, the approach used was qualitative of the exploratory type. The methods chosen were a case study, a bibliographic research, a documentary analysis and in-depth interview to collect data. The result of this reformulation was the production of two copies of the Parish bulletin, each one with eight pages and attending journalistic techniques and trends in religious journalism.

Keywords: Catholic communication. Printed journalism. Journalism religion. Parish Information. Parish of Saint Bibiana.



## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 –	Recorte da página 6 do mês de novembro de 2016.....	55
FIGURA 2 –	Capa do mês de julho de 2016.....	61
FIGURA 3 –	Capa do mês de junho de 2016.....	62
FIGURA 4 –	Capa do mês de fevereiro de 2016.....	63
FIGURA 5 –	Capa do mês de janeiro de 2016.....	64
FIGURA 6 –	Página 3 do mês de janeiro de 2016.....	65
FIGURA 7 –	Página 6 do mês de janeiro de 2016.....	66
FIGURA 8 –	Recorte do cabeçalho do mês de março de 2016.....	67
FIGURA 9 –	Recorte da página 3 do mês de maio de 2016.....	67
FIGURA 10 –	Recorte da página 2 do mês de maio de 2016.....	68
FIGURA 11 –	Recorte da página 2 do mês de setembro de 2016.....	69
FIGURA 12 –	Recorte da página 3 do mês de outubro de 2016.....	69
FIGURA 13 –	Recorte da página 3 do mês de dezembro de 2016.....	70
FIGURA 14 –	Recorte da página 5 do mês de janeiro de 2016.....	70
FIGURA 15 –	Recorte da página 6 do mês de março de 2016.....	71
FIGURA 16 –	Recorte da página 3 do mês de setembro de 2016.....	71
FIGURA 17 –	Recorte da página 7 do mês de setembro de 2016.....	72

## LISTA DE SIGLAS

CNBB	- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Pascom	- Pastoral de Comunicação
TCC	- Trabalho de Conclusão de Curso
Uclap	- Unión Católica Latino – Americana de Prensa
Ulapc	- Unión Latino-Americana de Prensa Católica
Unoeste	- Universidade do Oeste Paulista

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1</b>	<b>Problematização.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2</b>	<b>2.2 Objetivos.....</b>	<b>18</b>
2.2.1	Objetivo geral.....	18
2.2.2	Objetivos específicos.....	18
<b>2.3</b>	<b>Metodologia.....</b>	<b>18</b>
<b>3</b>	<b>COMUNICAÇÃO CATÓLICA.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1</b>	<b>Comunicação organizacional.....</b>	<b>33</b>
<b>4</b>	<b>PASTORAL DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>38</b>
<b>4.1</b>	<b>Sobre a paróquia de Santa Bibiana.....</b>	<b>43</b>
<b>4.2</b>	<b>A pastoral de comunicação em Martinópolis.....</b>	<b>44</b>
<b>5</b>	<b>JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL.....</b>	<b>48</b>
<b>5.1</b>	<b>O informativo paroquial.....</b>	<b>51</b>
<b>5.2</b>	<b>Projeto gráfico e design.....</b>	<b>53</b>
5.2.1	Linguagem jornalística.....	58
<b>5.3</b>	<b>Análise do informativo paroquial.....</b>	<b>60</b>
<b>6</b>	<b>PROJETO EDITORIAL DA REFORMULAÇÃO DO INFORMATIVO PAROQUIAL.....</b>	<b>73</b>
<b>6.1</b>	<b>Introdução.....</b>	<b>73</b>
<b>6.2</b>	<b>Objetivo geral.....</b>	<b>73</b>
<b>6.3</b>	<b>Objetivos específicos.....</b>	<b>73</b>
<b>6.4</b>	<b>Justificativa.....</b>	<b>74</b>
<b>6.5</b>	<b>Público-alvo.....</b>	<b>75</b>
<b>6.6</b>	<b>Linha editorial.....</b>	<b>75</b>
<b>6.7</b>	<b>Estrutura.....</b>	<b>76</b>
<b>6.8</b>	<b>Recursos técnicos.....</b>	<b>77</b>
<b>6.9</b>	<b>Recursos financeiros.....</b>	<b>77</b>
<b>6.10</b>	<b>Recursos humanos.....</b>	<b>78</b>
<b>6.11</b>	<b>Projeto Gráfico.....</b>	<b>78</b>
<b>7</b>	<b>MEMORIAL DESCRITIVO.....</b>	<b>79</b>
<b>7.1</b>	<b>Ideia e desenvolvimento.....</b>	<b>79</b>
<b>7.2</b>	<b>Planejamento das ideias e teoria.....</b>	<b>80</b>
<b>7.3</b>	<b>Parte prática: pautas, entrevistas e diagramação.....</b>	<b>82</b>

<b>7.4</b>	<b>Organização, edição das matérias, diagramação e impressão.....</b>	<b>85</b>
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>88</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>90</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>96</b>
	<b>ANEXO A – ENTREVISTAS.....</b>	<b>97</b>
	<b>ANEXO B – DOCUMENTOS.....</b>	<b>135</b>
	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>241</b>
	<b>APÊNDICE A – TABELAS DE ANÁLISES.....</b>	<b>242</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O campo da comunicação, sem dúvidas, avança pelos diversos setores da sociedade. Empresas, organizações, pequenos e grandes negócios dão grande importância à área. Não é diferente com a Igreja Católica, quando abre este espaço não somente para evangelizar, que é o seu principal objetivo, mas também para informar os fiéis com programações das missas e eventos especiais dentro da comunidade.

O tabloide “Informativo Paroquial” da Igreja Santa Bibiana de Martinópolis foi escolhido pelo grupo para implantar técnicas jornalísticas e fazer mudanças no planejamento gráfico. O Informativo, de acordo com análises realizadas pelos pesquisadores, não apresentava matérias de autoria da Pastoral de Comunicação (Pascom), em quase sua totalidade os artigos eram retirados da internet e sem qualificação jornalística. O visual gráfico não era organizado e agradável para o leitor, por isso a necessidade de adotar uma identidade visual nova e ordenada para leitura.

O periódico é de suma importância para a comunidade católica da cidade, pois, é um veículo integrador entre as 22 capelas, além de ser um guia da programação mensal. Em entrevistas realizadas pelo grupo, o meio impresso é eficiente na cidade para os fiéis leitores devido ao seu público diversificado em faixas etárias, uma vez que não são todos que tem acesso à internet para o site da paróquia e à página no Facebook.

Para a realização do trabalho, foi adotada a pesquisa qualitativa como abordagem para levantamento de dados e entrevistas. A pesquisa tem caráter exploratório e como método foi aplicado o estudo de caso. Já para as entrevistas foi escolhida a semiaberta e, para obtenção de detalhes e levantamento histórico, foi aplicada a análise documental e pesquisa bibliográfica.

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresenta cinco capítulos, nos quais busca-se entender a comunicação aplicada ao impresso, e especificamente seu emprego dentro da Igreja Católica, levando à compreensão da atividade desenvolvida pela Pascom, por meio da percepção de seu ambiente e público.

O capítulo 2 discorre sobre a fundamentação metodológica, com a problematização do trabalho, objetivo geral e dos específicos, além de apresentar os métodos e técnicas escolhidas para a abordagem da pesquisa.

Assim apresenta-se o capítulo 3, no qual é discutida a comunicação católica. Neste capítulo, são abordadas as quatro fases pelas quais a instituição passou para chegar até os dias atuais e que ainda continua avançando. Sendo um produto da comunicação católica, a Comunicação Organizacional também foi tratada neste capítulo, sintetizando o sistema institucional como base à religiosa para compreender como a comunicação é trabalhada desde a sua concepção até a emissão na instituição católica.

O capítulo 4 aborda a função da Pastoral de Comunicação, desde sua criação e importância para a propagação da evangelização. Para se incorporar ao assunto, foi abordada a história da paróquia Santa Bibiana, imprescindível para a realização deste estudo e apresentado também o trabalho da Pascom, com a sua implantação e os seus trabalhos para a comunidade.

O jornalismo impresso no Brasil é o assunto articulado no capítulo 5. Uma breve contextualização sobre seu surgimento, desenvolvimento e importância para a formação cultural e intelectual social é realizada. Dentro deste capítulo, o Informativo Paroquial foi lembrado por seu histórico dentro da comunidade e suas necessidades, como a de reformulação em estilo de escrita e visual. Estes itens são discutidos pelo capítulo 5, em “Projeto gráfico e design” e “Linguagem Jornalística”, ambos aspectos são empregados para credibilidade e identidade do impresso. Para conseguir resultados eficientes, foi elaborada a análise documental do Informativo Paroquial, com objetivo de perceber os erros e os itens que deixaram de ser empregados durante as edições do tabloide.

O capítulo 6 aborda o projeto editorial e gráfico do tabloide, abrangendo as decisões tomadas pelo grupo em relação a esses planejamentos. Já o capítulo 7 apresenta o Memorial Descritivo, no qual contém a discussão das atividades realizadas pelos pesquisadores desde o começo deste trabalho até sua realização. O capítulo 8 fecha o trabalho com as Considerações Finais, no qual explana as últimas opiniões e atributos pelos pesquisadores sobre o

trabalho realizado, ao final do capítulo, encontra-se a lista de referências, apêndices e anexos.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

### 2.1 Problematização

O jornal impresso é reconhecido pela população devido à credibilidade que possui, um dos fatores que garantiram sua consolidação. Como afirma o autor Zanchetta Júnior (2004, p. 12) a “credibilidade é uma das palavras centrais para a imprensa. Para que um veículo de imprensa se consolide, é fundamental que ele seja respeitado pelo público que pretende atingir.”

Por isso, mesmo com o surgimento dos novos meios de comunicação, o jornalismo impresso se adaptou e continua sendo de grande influência sobre seu público leitor. A vantagem deste meio, ainda de acordo com Erbolato (2008, p. 38), são o tempo, espaço e durabilidade. O tempo por permitir que o leitor decida quando a notícia será recebida, espaço por dar profundidade e extensão ao conteúdo da notícia e a durabilidade, permitindo que a notícia exista enquanto o jornal durar, desde que ele não seja rasurado, o conteúdo continuará preservado.

Observa-se também que empresas e organizações, constantemente estão se aprimorando no que se trata da comunicação. A Igreja Católica não ficou de fora e desenvolve hoje em todo seu âmbito a comunicação evangelizadora. Dentro deste espaço, o jornalismo impresso tem grande importância, as vantagens deste meio, apontadas por Erbolato (2008, p. 38), são a prova disto, uma vez que elas potencializam o caráter evangelizador das mídias religiosas.

No passado, durante os séculos XIX e XX, a instituição foi contra a comunicação e publicações abertas, mantinha postura autoritária e mesmo com o passar dos anos ela ficava para trás, como explica Silva (2010, p. 86), “[...] o séc. XX havia chegado numa grande velocidade e a Igreja ainda percorria um longo caminho para alcançar esse novo tempo, a modernidade.”

Silva (2010, p. 43) cita o Primeiro Congresso Mundial de Imprensa Católica, que ocorreu no ano de 1931 e teve a participação de 210 jornalistas de 33 países, como o momento em que a Igreja deu um pequeno passo para abertura à comunicação fora do Vaticano. Porém, somente no Concílio



Vaticano II<sup>1</sup>, convocado pelo Papa João XXIII, que durou de 1962 a 1965, abriu-se de vez as relações da Igreja com a comunicação. De acordo com Silva (2010, p. 86), mesmo com algumas décadas de atraso,

[...] a Igreja reconhece a necessidade de conhecer, admitir e dialogar com a cultura e a sociedade modernas. Nas primeiras seis décadas do século XX o mundo havia rapidamente se transformado e o diálogo entre fé e cultura tornara-se uma realidade distante.

Na década de 1990 já havia a preocupação em integrar a comunidade católica com a mídia. Beltrami (1996, p. 188) critica a insuficiência da presença da Igreja Católica nos meios de comunicação no Brasil. Para ele, a igreja carecia de agentes preparados para enfrentar o desafio de planejar a Pastoral da Comunicação no país. Apenas em 14 de março de 2014, a situação começou a mudar com a aprovação do Diretório de Comunicação da Igreja, pelo Conselho Permanente da CNBB (Conselho Nacional dos Bispos do Brasil), representando uma nova forma de lidar com as Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil.

Conforme os autores Alvarenga e Alves (2014), o processo de construção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, assume um papel central na vida e missão da Igreja no país, pois “[...] é nele que as TVs Católicas, as emissoras de rádio, os portais de notícias e interação, as agências de comunicação católica, os impressos e todas as iniciativas de comunicação devem pautar o seu agir e fazer comunicacional.” (ALVARENGA; ALVES, 2014, p. 4).

Demonstrando estar de acordo com a integração dos meios de comunicação de massa e a Igreja Católica, o Papa Francisco em sua mensagem para o 50º Dia Mundial das Comunicações Sociais, divulgada no portal da CNBB em 2016, convidou a Igreja a se comunicar, dizendo que como filhos de Deus, os fiéis são chamados a comunicar com todos, sem exclusão, assim para o Papa, “a comunicação tem o poder de criar pontes, favorecer o encontro e a inclusão, enriquecendo assim a sociedade. [...] e isto acontece tanto no ambiente físico como no digital.”

---

<sup>1</sup> A igreja a partir deste momento proclama a evangelização eletrônica, o uso de todos os meios de comunicação disponíveis, para ampliar, reproduzir a palavra cristã. MELO, José Marques de. Comunicação eclesial: utopia e realidade. São Paulo: Paulinas, 2005.

No município de Martinópolis, a comunicação católica se faz presente pela Pascom, que surgiu em 2009 como instrumento para divulgação das atividades paroquiais e para informar os fiéis. De acordo com o Pe. Alex de Lima<sup>2</sup>, a pastoral de comunicação surgiu com o intuito de administrar o Informativo Paroquial, que existe desde 2006 e até então, era o principal veículo de informação da paróquia com os fiéis.

Com o passar dos anos e a chegada das novas mídias, os responsáveis pelo jornal notaram a insatisfação por parte do público leitor em relação ao conteúdo do tabloide. A seção de maior interesse tornou-se a tabela de missas, uma parte que continha o calendário das missas e eventos da comunidade católica do município.

Logo, a necessidade de uma reformulação foi notada, já que o tabloide, com seus 1.700 exemplares, cobre não apenas a Igreja Matriz da cidade, mas também todas as 22 capelas de Martinópolis, sendo este a principal fonte de informação das comunidades rurais. Atualmente a produção do Informativo é realizada pela Pascom, que também é responsável por outros veículos da Igreja, tal como a rádio Nova Onda FM e pela cobertura de eventos. Dentro da equipe duas pessoas são encarregadas pela diagramação do conteúdo, e a impressão ocorre na cidade de Arapongas (PR)

Desta forma, de acordo com as entrevistas realizadas pelo grupo, foi notada a possibilidade de gerar matérias de cunho jornalístico e adequar o veículo ao padrão gráfico do impresso, e assim recuperar a atenção da comunidade católica para o Informativo. A partir destas informações surgiu a presente pesquisa, que visou reformular gráfica e editorialmente o Informativo Paroquial, aproximando-o dos padrões dos veículos de comunicação impressa.

Assim, o problema desta pesquisa é: de que maneira a reformulação jornalística, gráfica e editorial de um informativo paroquial, pode torná-lo mais eficaz na integração e transmissão de informações para a comunidade católica de Martinópolis?

---

<sup>2</sup> Padre Alex de Lima, fundador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a implantação da Pastoral de Comunicação na cidade, 11 fev. 2017, às 11h30.

## 2.2 Objetivos

### 2.2.1 Objetivo geral

- Implantar técnicas jornalísticas no Informativo Paroquial da Paróquia Santa Bibiana da cidade de Martinópolis.

### 2.2.2 Objetivos específicos

- Avaliar as técnicas jornalísticas presentes no atual Informativo Paroquial;
- Compreender como se aplica a comunicação católica no jornalismo impresso;
- Produzir duas edições do Informativo Paroquial.

## 2.3 Metodologia

Os pesquisadores adotaram a pesquisa qualitativa como abordagem, já que o grupo utilizou de entrevistas, pesquisa bibliográfica e documental, entre outras informações que serão obtidas e não são passíveis de quantificação. Para Goldenberg (2013, p. 53), o que é coletado em uma pesquisa qualitativa não pode ser padronizado da mesma forma em que ocorre nas quantitativas, demandando que o pesquisador seja flexível e criativo ao realizar a coleta e análise destes.

Os dados qualitativos consistem em descrições detalhadas de situações com o objetivo de compreender os indivíduos em seus próprios termos. Esses dados não são padronizáveis como os dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisá-los (GOLDENBERG, 2013, p. 53).

Ainda segundo Goldenberg (2013, p. 28), existe uma preocupação empírica com o desenvolvimento de métodos originais de pesquisa qualitativa, devido ao nível de aprofundamento gerado pelos dados deste tipo.

O pesquisador deve tornar essas operações claras para aqueles que não participam da pesquisa, através de uma descrição explícita e sistemática de todos os passos de processo, desde a seleção e definição dos problemas até os resultados finais pelos quais as conclusões foram alcançadas e fundamentadas (GOLDENBERG, 2013, p. 49).

Esta pesquisa tem caráter exploratório, que de acordo com Gil (2012, p. 27) possui como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a elaboração de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores, que geralmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas a fim de analisar o conteúdo disponível sobre jornalismo impresso, projeto gráfico e comunicação católica.

Já o estudo de caso foi empregado como método, que segundo Duarte (2009, p. 229), permite agregar documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante, requerendo habilidades e procedimentos metodológicos diferenciados na sua obtenção visando a reformulação do informativo.

Por envolver a reestruturação do Informativo Paroquial Santa Bibiana, foram feitas entrevistas com os atuais padres da paróquia, com os idealizadores da Pascom e do tabloide, atuais coordenadores da Pascom e profissionais de projeto gráfico e design em Jornalismo, visando conhecer as necessidades da mudança do conteúdo do Boletim Informativo (ANEXO A).

A respeito da entrevista em profundidade, técnica escolhida pelos pesquisadores, Duarte (2009, p. 64) acredita que é dinâmica e flexível, útil para compreensão de uma realidade, tanto para falar de questões relacionadas ao particular do entrevistado, como para a descrição de processos complexos nos quais está ou se esteve envolvido.

A modalidade escolhida para as entrevistas foi a semi-aberta, por este modo tratar do tema em sua totalidade, possibilitando a obtenção de detalhes sobre o que necessita ser solucionado. No caso do objeto de estudo deste trabalho, serão entrevistados personagens importantes na fundação e na manutenção do informativo. Esta categoria auxiliou na organização do que foi

oferecido pelos diferentes participantes, de modo a otimizar a análise do conteúdo obtido.

Uma entrevista semi-aberta geralmente tem algo entre quatro e sete questões, tratadas individualmente como perguntas abertas. O pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Somente então passa para a segunda pergunta. Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas (DUARTE, 2009, p. 66).

Já Lakatos e Marconi (2010, p. 178) conceituam entrevista como “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional.” Assim, esta técnica foi utilizada como meio de identificação de problemas, e para a coleta de informações sobre o assunto.

O uso da análise documental deu-se de maneira imprescindível, pois este serviu como meio utilizado para a coleta de dados sobre a Igreja Católica para reunir informações que ajudarão na reformulação do informativo. Lakatos e Marconi (2010, p. 157) ressaltam que a principal característica da análise documental é a de que “a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias”. Moreira (2009, p. 276) conceitua o funcionamento da análise documental como um processo ocorrido a partir de semelhanças e diferenças, sendo um meio de investigação que consiste em um conjunto de operações intelectuais tendo como objetivo a descrição e representação de documentos de forma unificada e sistematizada. No caso específico deste projeto o grupo analisou 12 exemplares do ano de 2016 do Informativo Paroquial (APÊNDICE A), além de pesquisar documentos do vaticano e o diretório de comunicação da CNBB (ANEXO B).

Outra técnica que foi empregada consistiu-se na pesquisa bibliográfica. Para Lakatos e Marconi (2010, p. 142), é um apanhado geral sobre os princípios trabalhados já realizados, ou seja, eles são “revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”. Para maior entendimento sobre o assunto abordado, o grupo utilizou deste meio como fonte de informações e de apoio,

por meio de livros disponibilizados na biblioteca e adquiridos pelo grupo, além de artigos científicos.

Para Stumpf (2009, p. 52), a pesquisa bibliográfica é importante, pois, ela estabelece “as bases em que vão avançar, alunos precisam conhecer o que já existe, revisando a literatura existente sobre o assunto. Com isto, evitam despender esforços em problemas cuja solução já tenha sido encontrada.”

Ou seja, o levantamento bibliográfico foi o ponto de partida do trabalho, de onde surgiram as bases para as próximas fases, pois, para Stumpf (2009, p. 51) ele é o planejamento inicial de todo trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente, até a entrega do texto criado de forma esclarecedora, que conterá toda a literatura examinada pelo aluno, destacando o entendimento do pensamento dos autores sobre o tema em questão.

Após a coleta dos dados por meio das entrevistas, levantamento bibliográfico e pesquisa documental, o grupo fez a triangulação nas análises dos dados. Gil (2010, p. 131), caracteriza este procedimento como um processo básico na pesquisa etnográfica. “Em sua acepção mais simples, o conceito refere-se ao uso de dois ou mais métodos para verificar se os resultados obtidos são semelhantes, com vistas a reforçar a validade interna dos resultados.”

Sendo assim, reproduziu a partir das necessidades da comunidade católica, a peça prática, sendo duas edições do Informativo Paroquial com a pretensão de que, pelo projeto editorial e gráfico, padronize-se as próximas impressões do tabloide.

### 3 COMUNICAÇÃO CATÓLICA

Neste capítulo são abordadas a comunicação católica e a maneira com que ela se agregou aos meios de comunicação das sociedades, acompanhando o desenvolvimento histórico e cultural da população. Para Melo (2005, p. 23), isso se aplica também às instituições, como é o caso específico da Igreja Católica Apostólica Romana, em que “as práticas de comunicação têm variado no tempo, correspondendo às mutações estruturais da instituição e refletindo o seu relacionamento com a sociedade global”.

Exemplificando o desenvolvimento da Comunicação Social na Igreja, Lôbo e Queiroz (2013, p. 3) citam que um dos primeiros produtos de comunicação foi a transmissão por meio das pregações, isto é, via oral. Gomes e Santos (2014, p. 1) observam que há cerca de cinco mil anos a população se comportava voltada apenas para a oralidade “principalmente nos discursos dos filósofos gregos”, em uma sociedade que quase totalmente não compreendia a leitura e a escrita. Os mesmos autores (2014) afirmam que a fala perpetuou-se, “junto com os sermões da igreja e cultos.”

De acordo com Lôbo e Queiroz (2013, p. 3), depois da fala é que começaram a utilizar-se dos meios de comunicação escrita, como símbolos e pergaminhos. Gomes e Santos (2014, p. 2) identificam a separação social que ocorreu com esse acontecimento.

O processo comunicativo coloca, então, uma dicotomia entre a sociedade oral e a sociedade do texto. Com o aumento do fluxo de informações através da circulação dos textos, a Igreja Católica (grande expoente da oratória ainda no século XVI) foi perdendo força.

Mas a Igreja já havia se aproveitado do fenômeno da escrita um século antes, por meio da “produção e divulgação de um dos materiais impressos mais divulgados no século XV - através da máquina de prensa construída por Gutemberg no século XV - e hoje mais vendidos - a Bíblia Sagrada” (LÔBO; QUEIROZ, 2013, p. 3).

A história da comunicação da Igreja até chegar ao que se tem hoje passou por quatro fases. A primeira fase, segundo Melo (2005, p. 25), foi caracterizada pelo comportamento da igreja pautado na censura e na

repressão, conforme citam Lôbo e Queiroz (2013, p. 4), exemplificando que, desde a Idade Média, entre os séculos V e XV, a Igreja Católica não permitia opiniões e posições contrárias aos seus dogmas, colocados como verdades incontestáveis. Naquela época, ainda de acordo com os autores, o Papa era visto como um rei, tendo uma grande influência nas decisões políticas, além de determinar o lado moral e comportamental da sociedade.

Já a segunda fase registrou a aceitação, desconfiada, dos novos meios de comunicação, processando-se em dois grandes marcos: o pontificado de Leão XIII e a convocação do Concílio Vaticano II, pelo papa João XXIII. De acordo com Melo (2005, p. 25), a Igreja praticou seu controle sobre a imprensa “vigilando-a, bem como os novos instrumentos que surgiam, em particular o cinema e o rádio.”. Contudo, à medida em que a sociedade se transforma a Igreja também sente a necessidade de se adaptar aos novos tempos.

Diante disso, ela começa a aceitar, mesmo que receosa, os meios de comunicação eletrônicos e dá seus primeiros passos utilizando deles para difundir suas mensagens, modificando lentamente a sua postura. Para Lôbo e Queiroz (2013, p. 5), estas novas formas de se comunicar foram vistas pela Igreja como instrumentos da propagação da fé cristã e seus dogmas. Desta maneira, a mesma começou a utilizá-las com o intuito de combater os males do século: divórcio, traição, pudor, dentre outros.

A terceira fase trata da velocidade que se dão as transformações sociais e tecnológicas. Melo (2005, p. 26) defende que a Igreja precisou se adaptar às exigências do mundo contemporâneo e “proclama a imperiosidade do *aggiornamento*<sup>3</sup>, palavra-chave do magistério que emerge do Vaticano II”. Para ele, houve um deslumbramento ingênuo por parte da Igreja, pois, durante anos a instituição recusou a comunicação, mas tempos depois ela assume uma postura evangelizadora, em que é necessário utilizar dos meios de comunicação para proclamar o evangelho.

Contudo, Lôbo e Queiroz (2013, p. 5) explicam que com o Concílio Vaticano II, a comunicação começou a ser vista com outros olhos pela Igreja Católica, surgindo assim:

---

<sup>3</sup> Termo italiano que significa atualização. Fonte: Dicionário Multilíngue 1998



[...] mudanças nas linhas de pensamento desta grande instituição, e começou-se a verificar um leque de possibilidades da utilização dos meios já existentes para a transmissão da sua mensagem, a transmissão da palavra de Deus, e começando a se tornar um ato midiático.

A quarta fase é a atual, especialmente na América Latina. Esta significa o reencontro do povo com a Igreja e a descoberta da comunicação. Conforme explica Melo (2005, p. 26), a Igreja superou o deslumbramento e deixou de acreditar que a tecnologia pode resolver os problemas de sua comunicação.

Adotando uma postura de *avaliação crítica*, ela começa a repensar a questão da comunicação. Faz uma autocrítica em relação aos posicionamentos anteriores e busca novos padrões, resgatando as práticas do cristianismo primitivo, em certo sentido vivenciadas intensamente pelas comunidades eclesiais de base em todo o continente. A igreja passa a incentivar, a patrocinar, a respaldar experiências de comunicação do próprio povo (MELO, 2005, p. 26, grifo do autor).

Essa postura da Igreja tornou possível dar voz a todos aqueles que não possuíam visibilidade. Para Melo (2005, p. 26), a Igreja estimulou a criação de meios populares de comunicação, rompendo o silêncio que imperou por anos. Atualmente, nota-se que a Igreja procura reinstaurar o diálogo no culto, dando abertura para a participação ativa dos fiéis. Melo (2005, p. 29) reconhece que a instituição procurou fazer a leitura do Evangelho não como código dogmático, mas utilizando sinais da realidade e adotando mecanismos mais democráticos nos processos decisórios dentro da estrutura eclesial.

No país, existe desde 1952, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) que é a instituição de maior representação política da Igreja Católica e tem como missão decidir o que é melhor para a ela e seus fiéis. Cruz (2015, p. 2) acredita que a CNBB tem se dedicado nos últimos anos procurando novas formas de comunicação para a Igreja Católica e também para outros setores da sociedade que estão engajados em propostas sociais, bem como no seu relacionamento com os fiéis e sua educação religiosa.

Para esse contexto existem as pastorais (Pascom), tema abordado no próximo capítulo, que segundo o Diretório de Comunicação (2014, p. 193), “[...] é aquela que conduz, provê, liberta, reúne, salva, anima e coloca-

se a serviço da comunidade e de todas as pessoas”. Conforme o Decreto Ad Gentes Sobre a Atividade Missionária da Igreja (1965), o trabalho da pastoral deve auxiliar para que o evangelho se propague no mundo, até mesmo entre os não-cristãos, de forma que “sacerdotes, no trabalho pastoral, farão por excitar e alimentar entre os fiéis o zelo pela evangelização do mundo, instruindo-os com a catequese e a pregação”.

Usando os meios de comunicação também para o trabalho pastoral, a Igreja Católica procura romper paradigmas, pois, de acordo com o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (2000), estes instrumentos de comunicação superam as barreiras de distância e isolamento “[...] levando oportunidades de conhecimento a áreas remotas, aos religiosos enclaustrados, a quem está em casa, aos prisioneiros e a muitos outros. ”

Deste modo, Melo (2005, p. 135) cita que a hegemonia católica no território nacional foi mantida historicamente somente enquanto permaneceu o modelo de sociedade “[...] patriarcal, ruralista, iletrada, convergente sobre si mesma”. Neste domínio, os padres e as freiras tinham papel de agentes comunicacionais em colégios, hospitais e asilos que eram mantidos por congregações religiosas. Somente na metade do século XX com os deslocamentos demográficos criaram-se novos fluxos comunicacionais.

Desenraizados, os contingentes migratórios que se aglomeram nas periferias metropolitanas ou nos bairros longínquos das pequenas cidades recorrem a outras fontes de informação cotidiana. Dentre elas, os meios de comunicação de massa, principalmente o rádio e a televisão. Tais veículos atuam como referenciais paradigmáticos. Funcionam empaticamente, preenchendo brechas simbólicas, indispensáveis à inserção dos adventícios em ambientes hostis. Mas também exercem papel catártico, neutralizando tensões incontidas ou sublimando desejos reprimidos. A credibilidade dos antigos agentes eclesiais dilui-se paulatinamente, em franca concorrência com os novos sujeitos que povoam o universo místico-religioso (MELO, 2005, p. 135).

Assim, Melo (2005, p. 135) observa que as lideranças que pertenciam a outras instituições, dentre elas, evangélicas, políticas ou assistenciais, ganharam mais espaço e que parte do público católico partiu em direção às tradicionais Igrejas Protestantes, seitas e comunidades espíritas. Para que isso não se consolidasse ainda mais, a CNBB priorizou a comunicação para a Igreja sendo uma experiência comunitária da fé dialogal,

horizontal, inclusiva e acolhedora. De acordo com Cruzz (2015, p. 6), a instituição se lança na área de educomunicação<sup>4</sup> com o objetivo de continuar fiel à sua história, implementando o “Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil”, aprovado em 2014.

O documento, de número 99, busca conectar a grande área da comunicação com seus campos de atuação e pesquisa eclesiais, como teologia, catequese, liturgia, pastoral, ética, mídia, política, educação, contemporaneidade e sua complexidade social e cultural. (CRUZZ, 2015, p. 6).

Como a catequese é uma das prioridades para a Igreja e foi repensada a partir da comunicação, ela agora enxerga o catequista tal como um educador da fé. Para tanto, Cruzz (2015, p. 7) afirma que o catequista é um facilitador de relações entre a instituição e os fiéis:

Suas habilidades de mediação o colocam numa condição de promotor de diálogo social e cultural entre os catequizandos, fazendo emergir do meio deles elementos comuns aos seus ambientes que facilitem a comunicação do mistério da fé pesquisado na Bíblia e vivenciado na liturgia. Enquanto educador da fé, o catequista é gestor do processo catequético. Ele indica caminhos e caminha junto, dispondo de todos os recursos humanos e midiáticos ao seu alcance (CRUZZ, 2015, p. 7).

Nota-se, de acordo com Cruzz (2015, p. 8), que conseqüentemente, a catequese se transformou em uma prioridade nessa nova evangelização e de uma nova política de comunicação organizacional agindo de forma comprometida e responsável, não só no que diz respeito aos fiéis, mas também com a sociedade em geral no país.

Já Silva (2010, p. 53) considera que a Igreja foi tomando consciência do processo de desenvolvimento da comunicação e o modo como vai elaborando e explicitando seu pensar sobre a comunicação desde o século passado.

Já antevendo todo o poder dos meios de comunicação, Pio XII discursa sobre o perigo que representa o seu controle por grupos, por ele denominados, “potências do dinheiro”. A hegemonia sobre os meios de comunicação facilitaria o controle social, pondo em risco os princípios de liberdade e democracia (SILVA, 2010, p. 53).

---

<sup>4</sup> A Educomunicação se define como espaço de intervenção social, associando a Comunicação e a Educação num campo interdiscursivo, interdisciplinar e sem fronteiras.

Pode-se reconhecer que, a partir Pio XII (na década de 40), a Igreja se abre para um universo desconhecido. Segundo Silva (2010, p. 55), ela estava disposta a recuperar o atraso que dificultou o seu encontro com a comunicação midiática. Verifica-se também que a Igreja, desde meados do século XX, intensificou a reflexão sobre a comunicação, os meios, sua influência na sociedade, a formação para a compreensão desses mecanismos e, posteriormente, o diálogo entre fé e cultura, sinalizando um novo tempo na relação entre Igreja e comunicação social.

O pensamento de Pio XII foi decisivo para a emergência de um tempo novo no cenário comunicacional no seio da Igreja e desta com a sociedade midiaticizada. Pio XII assim expressou sua perspectiva sobre o comprometimento de toda a liderança da Igreja em relação aos meios de comunicação (SILVA, 2010, p. 55).

Para mostrar a nova preocupação, em se tratando da América Latina, Lima (Peru) sediou dois eventos significativos para o jornalismo católico. De acordo com Melo (2005, p. 43), o primeiro ocorreu em 1959, que foi o encontro de profissionais e religiosos que atuavam na imprensa de cada país onde “decidiram criar uma organização que os congregasse para uma ação conjunta”. Nasceu então a *Unión Latino-Americana de Prensa Católica* (ULAPC), que dez anos depois mudou a sua denominação para *Union Católica Latino – Americana de Prensa* (UCLAP).

Com o Decreto Papal Inter Mirifica de 1963, pelo Concílio Vaticano II, a Instituição se abriu para a questão da Comunicação Social. Em face disso, de acordo com o Decreto Inter Mirifica Sobre os Meios de Comunicação Social (1966), a preocupação dos líderes da Igreja Católica era a de reconhecer a importância da Comunicação Social para o ambiente eclesial “em que a sua doutrina e disciplina, assim apresentadas, aproveitarão não só ao bem dos cristãos, mas também ao progresso de toda a sociedade humana.” Desde 1966, em conformidade ao Decreto Inter Mirifica Sobre os Meios de Comunicação Social (1966), a Igreja Católica vem comemorando o dia Mundial das Comunicações Sociais, exigindo que “a informação seja sempre objectivamente verdadeira e, salvas a justiça e a caridade, íntegra.”

Segundo Lôbo e Queiroz (2013, p. 6), este decreto trouxe acontecimentos relevantes para dentro da Igreja como, por exemplo, o surgimento de pastorais de comunicação nas dioceses, a criação do Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais e o Dia Mundial das Comunicações Sociais, ao uso de “rádios, imprensa, da televisão, e da internet para a divulgação das suas diretrizes.”

De acordo com Melo (2005, p. 80), instituir um Dia Mundial das Comunicações Sociais foi “uma opção pastoral consentânea com a própria natureza do fenômeno sociocultural com que se articulava”. A rapidez na atualização e modernização dos meios de comunicação fez com que a igreja cedesse aos avanços da tecnologia na área comunicacional na época. Conforme explica o autor (2005, p. 79) “[...] nota-se a preocupação de manter plena sintonia entre a doutrina católica e a realidade vivida contemporaneamente, cujas mutações decorrem em grande parte da ação desenvolvida no cotidiano pelos meios de comunicação social.”

Em contrapartida ao equilíbrio entre os preceitos católicos e a vida contemporânea, Tavares (2016, p. 10) conta que existiram correntes jornalísticas de crítica em relação ao Decreto Inter Mirifica, tais como a francesa, alemã e a americana. A francesa contestava afirmando que o esquema precisaria de conteúdo com mais profundidade “filosófica e de fundamentação sociológica”. A alemã criou uma carta assinada por 97 padres que se caracterizava pelo pedido aos bispos por não optarem pelo decreto, pois ele era indigno e não refletia os anseios dos entendidos no assunto e do povo. Já a americana alegava que o documento não traria mudanças significativas, pois não continha posições inovadoras. Mesmo com discursos contrários ao Decreto, segundo Tavares (2016, p. 10), o Inter Mirifica foi aprovado com o maior número de votos negativos entregue a um documento do Concílio do Vaticano II.

Teixeira (2014, p. 6) demonstra que a comunicação interna na Igreja se apresentava como empecilho, dado que, com uma comunicação deficiente entre seus membros e dioceses, “a crítica à sociedade que não se comunicava bem não podia ser feita sem antes uma autocrítica”. Mas como solução aos problemas dos *mass media*, o Documento de Puebla de 1979, que

demonstrava a opção preferencial da Igreja Católica pelos pobres, sugeriu o uso dos meios de comunicação alternativa e popular pela Igreja.

Este modelo de comunicação se baseia no diálogo, e conta com muitas pessoas em seu meio de produção e circulação. Não podem ser manipulados pelo poder e são bem característicos dos povos e culturas da América Latina. A novidade que Puebla apresentou em relação à opção pelos pobres consiste no seu sentido libertador. O compromisso com os pobres não se baseia na simples solidariedade ou ajuda para aliviar a pobreza, mas é uma busca de libertar a pessoa das estruturas de pobreza (TEIXEIRA, 2014, p. 9).

O autor (2014, p. 6) ainda cita que esse processo não se faz história somente com os bispos, pois os religiosos também são considerados os primeiros transmissores da fé. Teixeira (2014, p. 6) menciona o papel de destaque dos leigos, “Juntos, a hierarquia, os religiosos e os leigos compõem, de maneira complexa, a história da Igreja no continente. A complexidade, apesar das diferentes visões, denota também a evolução na autocompreensão de Igreja e da realidade continental.”

E em 1984, a ULAPC comemorou 25 anos e realizou o VII Congresso no mesmo local em que surgiu. A celebração, que ocorreu de 30 de abril a 4 de maio, constituiu um acontecimento duplamente histórico, como lembra Melo (2005, p. 43):

[...] primeiro, pela comemoração dos 25 anos da entidade; segundo, pela constatação de que emerge um novo jornalismo católico no continente. Se, há duas décadas, a preocupação dos que assumiam a condição de “jornalistas católicos” era a de ganhar espaço na imprensa para a “propagação do Evangelho”, hoje, verifica-se uma nova postura: a de registrar e interpretar a realidade à luz dos ensinamentos de Cristo.

Portanto, o novo jornalismo católico caminha lado a lado com os movimentos e pastorais, agindo e trabalhando em prol das comunidades em diversos setores, levando a mensagem cristã sem distinção, assim como os comunicadores da Igreja direcionam as suas atividades às maiorias oprimidas e população marginalizada. O grupo vivenciou esta prática ao se relacionar com fiéis que adotaram crianças rejeitadas por seus pais biológicos e a conheceu a atividade da Pastoral do Dispensário que destina alimentos às famílias carentes da comunidade católica de Martinópolis.

Conforme afirma Andretta (2011, p. 9), a Igreja Católica crê que os comunicadores necessitam promover a comunhão entre as pessoas e o progresso humano e, “por atingirem um número incontável de pessoas, devem ter consciência de sua responsabilidade”.

Desde então, de acordo com a CNBB (2014, p. 17), hoje a busca da Igreja é em compreender as pessoas e a sociedade na qual se vive, e esta é a condição essencial da ação evangelizadora proposta. Para tanto, busca-se a integração aos meios de comunicação. “Essa compreensão passa necessariamente pelo entendimento, relacionadas com as novas práticas socioculturais e os avanços tecnológicos em torno da informação, da comunicação e do fenômeno midiático”.

Na atualidade, dentro da Igreja, os meios de comunicação de massa tem um papel fundamental, seja puramente informativo, com a transmissão de notícias acerca de eventos, até para a evangelização. Conforme explica a CNBB (2014, p. 18):

Comunicação diz respeito aos processos de construção simbólica que possibilitam a interação pessoal e a organização social. Não se trata de mera transmissão de mensagens, mas de ressignificação constante do mundo. Comunicando-se, as pessoas interagem com a realidade e, a partir dela, dialogam com o mundo que as cerca, por meio de todas as linguagens e tecnologias que se aperfeiçoam a cada dia, buscando dar sentido ao mundo e a sua existência.

Beltrami (1996, p. 184) destaca que os meios de comunicação têm grande comprometimento com a informação, promoção cultural e formação da sociedade atual. “Esta responsabilidade aumenta em razão do progresso técnico, amplitude das notícias e influência na opinião pública”. Por isso, hoje a Igreja se faz presente não só nos meios de comunicação tradicionais, como o rádio, TV ou jornais, mas também está nos meios digitais. Contribuindo, portanto, com o enriquecimento da vida religiosa de muitas pessoas, como acredita o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (2000):

Eles transmitem notícias e informações acerca de eventos, ideias e personalidades religiosas: servem como veículo para a evangelização e a catequese. Todos os dias, oferecem inspiração, encorajamento e oportunidades de culto a pessoas confinadas na própria casa ou em instituições.

Esta integração da Igreja com a internet foi uma necessidade para poder continuar a missão de propagar o Evangelho e a ideologia católica. Mesmo sendo vista ainda como uma instituição conservadora, atualmente, a Igreja, segundo Ferreira (2014, p. 5), vem dando espaço para os avanços tecnológicos e para as transformações da sociedade.

[...] a Igreja Católica sempre soube fazer uso da comunicação para atingir os fiéis, difundir sua doutrina e alcançar seus objetivos no campo da evangelização. Com o advento das novas tecnologias da comunicação ela também procura encontrar meios para explorar as possibilidades que vêm surgindo e utilizar as ferramentas que se apresentam disponíveis (FERREIRA, 2014, p. 5).

Para Teixeira (2015, p. 12), a Igreja, em meio às convergências e na busca por novos e melhores relacionamentos, deve se colocar com uma nova postura, que se denomina “ciberpastora”. De acordo com o autor (2015, p. 12), a internet, coloca a Igreja diante da interação. “O importante não é a quantidade de seguidores de um perfil em redes sociais, mas a quantidade de interação que a mensagem recebe”. Desta forma, é neste ambiente virtual que se insere a sociedade contemporânea.

Teixeira (2014, p. 13) lembra que o desafio da “ciberpastoral” não consiste em falar de Deus e nem da Igreja, mas sim de “promover uma comunicação humana com sentido completo, autêntico e verdadeiro”.

Não são as imagens de santinhos no facebook que salvam, mas a interação com as pessoas. Só diálogo é capaz de engendrar um processo de conscientização para que a estrutura de rede, de muitos para muitos, possa atuar na transformação da sociedade. Neste sentido, ‘ciberpastoral’ não consiste em um empenho de ensinar o bispo a usar o Twitter, mas em proporcionar que todos cristãos possam ser consumidores e produtores de uma mídia pautada pelos valores do Evangelho.

Na contramão da comunicação católica em sua essência existe também a ideologia capitalista inserida na Igreja, que transforma em mercadoria a palavra do Evangelho. Como tratam Lôbo e Queiroz (2013, p. 12), ao observarem que, mesmo a Igreja tendo uma crítica severa, inicialmente, sobre as mídias de comunicação, ela começou a se tornar um meio midiático e, em decorrência disso, produziu “[...] produtos culturais contemporâneos, através da massificação dos seus produtos, tornando-os mais acessíveis a



massa, e assim, a sua reprodutividade além fronteira”, (LÔBO; QUEIROZ, 2013, p. 12).

Os autores (2013, p. 12) questionam até que ponto a mídia pode se utilizar de algo sagrado para se obter capital. Um exemplo é o Padre Marcelo Rossi, que não seria o único a produzir produtos culturais. Ou seja, “mais uma forma da Igreja continuar com a sua hegemonia e aumentar o número de seus fiéis, além de conseguir novas possibilidades de se encontrar com eles, sem ficar restrita somente ao mundo físico, ou seja, templos.”

Porém, questionar o papel desempenhado pela Igreja na cultura brasileira é fundamental, mesmo com as suas contradições. De acordo com Melo (2005, p. 80-81):

[...] vislumbrar criticamente a ação cultural desenvolvida pelos seus próprios meios de comunicação social constituem ponto de referência necessário para eliminar uma certa defasagem (ou contradição?) entre a teoria e a prática pastoral, ou entre a ação particular em segmentos da sociedade e o comportamento público que assume através dos seus grandes meios de difusão coletiva.

Por isso, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (2000) lembra que a opção de utilizar o poder dos meios de comunicação é de quem os usa, seja como instrumentos e ferramentas disponíveis para o bem ou para o mal. Os *mass media* não exigem uma nova ética, apenas pedem a aplicação de princípios fortalecidos com as novas circunstâncias:

E esta é uma tarefa em que todos têm um papel a desempenhar. A ética nos *mass media* não concerne unicamente aos especialistas, quer eles sejam peritos em comunicação social ou em filosofia moral; pelo contrário, a reflexão e o diálogo que este documento procura encorajar e assistir deve ser vasto e global (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 2000).

Conforme a CNBB (2014, p. 71), a ética do ponto de vista cristão, deve estar fundamentada na transcendência das pessoas e dos valores humanos, na revelação de Deus ao homem e nas orientações da Igreja. “Não é simplesmente uma resposta ao dever categórico de verdade, nem apenas um conceito abstrato. É um encontro com a verdade da existência, a busca do sentido da vida e do Absoluto, que inspira, guia e liberta a pessoa.”

E esta ética cristã se reafirma também com a garantia da liberdade de expressão abordada pela CNBB (2014, p. 88), quando diz que a informação deve ser livre e sem coações, tanto de ordem política, econômica, ideológica e até religiosa, para que desta forma a comunicação se coloque de modo efetivo a serviço da população e do bem comum. Portanto, os valores éticos da Igreja na comunicação devem ser norteados pela verdade para com os fiéis e pela objetividade aos fatos na sua transmissão.

### **3.1 Comunicação organizacional**

Depois de observar a comunicação católica e os seus modos de congregar aos meios de comunicação da sociedade, é importante entender sobre como a comunicação organizacional atua, uma vez que este trabalho é guiado por um dos produtos da Igreja Católica, tratado mais adiante neste projeto, utilizando seu Jornalismo Empresarial.

Entende-se que a comunicação é importante para o desenvolvimento da coletividade. Segundo Lima e Abbud (2015, p. 2), na década de 1980, já era possível identificar mudanças nos modos que determinavam a comunicação organizacional e os novos estudos utilizados nesta prática.

[...] é possível perceber uma mudança nos paradigmas que marcavam o conhecimento da comunicação organizacional, que, como reflexo de suas práticas, apresentava fortes marcas do funcionalismo. A teoria crítica e a pesquisa interpretativo-crítica passam a ser usadas por muitos estudiosos, apresentando assim novas possibilidades de pensar e trabalhar a comunicação organizacional (LIMA; ABBUD, 2015, p. 2)

Torquato (2010, p. 5) afirma que, na mesma década citada por Lima e Abbud, 1980, as organizações adotaram o conceito estratégico com mais força. Esta se caracterizava pela necessidade de a organização ser a primeira do mercado, ou no máximo, a segunda. Com isso, empresas de diversos segmentos perceberam que precisavam se comunicar com a sociedade, adquirindo visibilidade, integrando-se a meios e veículos de comunicação.

E as organizações, tanto privadas quanto públicas, finalmente se descobrem como integrantes da sociedade, como entes sociais que também precisam ter voz e vez na democracia. Dessa forma, descobrem na comunicação a ferramenta para se comunicar com a sociedade, dando informações exigida pelos cidadãos e auscultando permanentemente seus anseios (TORQUATO, 2010, p. 9).

Com o tempo, esses novos métodos de trabalhar a comunicação organizacional, alteraram o modo de relacionar a instituição com a sociedade. De acordo com Michel et al., (2013, p. 1), o ideal deve ser o de garantir a publicação dos acontecimentos e, deste modo, “estabelecer um novo tipo de relacionamento entre as empresas e os públicos, especialmente dos meios de comunicação de massa”, assegurados a partir de “princípios como ética e transparência.”

Conforme a instituição ganha visibilidade ao trabalhar a comunicação organizacional de maneira competente, Michel et al., (2013, p. 4) afirmam que novos públicos começam a se interessar pelos produtos dela, que acabam se tornando encarregados pelo retrato da empresa em sociedade, obtendo uma nova importância e atingindo os formadores de opinião.

Para Lima e Abbud (2015, p. 9), perceber as estratégias da comunicação vai fomentar ainda mais as suas práticas por parte da organização, sendo importante determinar os seus públicos como pessoas ativas e “[...] não somente como *contêiner* onde as informações são transmitidas, muitas vezes, de forma aleatória.”

Para pensar a comunicação organizacional quanto à dimensão humana, é necessário compreender que as organizações não são meros instrumentos para atender a fins específicos e que são constituídas por pessoas de diferentes culturas, com desejos e necessidades específicas e que estes estão em constante alteração e interação. (LIMA; ABBUD, 2015, p. 10)

Também é necessário entender a importância do produto ou serviço das organizações para a sociedade e seu efeito sobre ela. Michel et al., (2013, p. 7) afirmam que o Jornalismo Empresarial estimula conteúdos de entendimento pessoal e coletivo dos membros de dentro e fora da organização. Quando isso é associado à Igreja Católica, percebe-se a mobilização de atitudes em torno de objetivos comuns, como é o caso das ações das pastorais, por exemplo, e para os autores (2013, p. 7-8), “ao mesmo tempo que

posicionam o indivíduo em um lugar dentro do grupo em que se insere, criam laços de reconhecimento e de representação deste grupo para a organização e para a sociedade.”

Quando se trata da comunicação interna e externa da Igreja Católica, ela deve estar tal como determina Tomasi e Medeiros (2010, p. 56), “relacionada com os altos escalões da empresa”, em um grau hierárquico superior, ocupado por bispos e arcebispos, por exemplo, não podem “depende de ações individuais”, pois precisam pensar em todos ou outros componentes para o bom funcionamento do clero, concluindo que “por isso é estratégica.”

A adoção dessas premissas citadas acima resultam em uma boa comunicação organizacional e os produtos ou serviços serão também satisfatórios, como dizem Tomasi e Medeiros (2010, p. 57), o crescimento de uma visão favorável da imagem institucional, é resultado de uma boa comunicação empresarial:

Numa organização, as informações não devem circular desarticuladas e de modo caótico, mas sujeitas a uma hierarquia de cargos e funções. Elas recebidas ou produzidas, devem caminhar por todo um sistema de redes e fluxos internos e externos. Podem então ser ascendentes, descendentes, horizontais. (TOMASI; MEDEIROS, 2010, p. 34)

Ao discorrer sobre a maneira com a qual as informações devem caminhar dentro da Igreja Católica, enquanto organização formatada em níveis hierárquicos, pode-se compreender como se organizou esse processo durante a evolução da sociedade. Melo (2005, p. 23) divide as práticas da comunicação católica em duas. A primeira prática está com o Cristianismo Primitivo, que é “pautado pela existência de comunidades que se nutrem da Palavra de Cristo e do seu simbolismo teológico”. Ou seja, antigamente era uma instituição eclesial não-institucionalizada e que o modo dominante de comunicação se articula de fluxos horizontais.

Para compreender o que são fluxos horizontais, Torquato (2010, p. 43) afirma que é uma comunicação de níveis organizacionais com a mesma ordenação essencial para sistematização e padronização de ideias e informações. Esse fluxo tem como ponto negativo o possível acobertamento de informações para o público, que, segundo o mesmo autor (2010, p. 43), dá-se

devido à possível competitividade causada pelo fato de todos estarem no mesmo nível.

Já no Cristianismo Moderno, de acordo com Melo (2005, p. 24), é caracterizada a existência de uma instituição eclesial, organizada como depositária do saber teológico e que estabelece códigos para a leitura do Evangelho. Na concepção de a Igreja, ao institucionalizar-se nesta prática de comunicação, afigura-se como típica organização comunicadora, atribuindo os parâmetros que vão determinar a interpretação do Evangelho. Em pequenas comunidades é encontrada ainda a horizontalidade na comunicação, mas enquanto instituição conhecida por um caráter multinacional, o padrão dominante de comunicação é aquele que dispõe de fluxos verticais.

Um indicador vigoroso desse padrão de comunicação do cristianismo moderno é o culto. Ali, identificamos uma relação vertical, desigual, entre os participantes. Em uma pequena comunidade, por exemplo, a relação entre ministro e fiéis é inteiramente desproporcional; o ministro fala, tem a palavra; os fiéis escutam, repetem. Aparentemente, há um diálogo entre o ministro e os fiéis. Porém, na realidade, a palavra que os fiéis expressam não é sua, não é própria, trata-se de repetição de uma palavra que já foi codificada, já foi estabelecida. E, se atentarmos para a intervenção do próprio ministro, veremos que tampouco ele exercia sua própria palavra; limita-se a ler, repetir, reproduzir a palavra que foi formulada pela alta hierarquia (MELO, 2005, p. 24).

No Cristianismo, atualmente, existe a hierarquização em todas as suas estruturas, portanto, ele é organizado de forma burocrática. Amaral (2016, p. 1) aborda esta separação entre os níveis desde as mais nucleares até as periféricas, com a finalidade de assegurar a soberania do Vaticano. A começar pelo papa e bispos até chegar aos “diáconos, freiras, madres superiores, padres, coroinhas e muitos outros postos que têm como premissa acatar as decisões advindas do Vaticano, pô-las em prática e garantir a manutenção de tudo que é preconizado”.

Para Matos (2014, p. 77), manter um bom diálogo entre os diversos públicos de uma instituição é uma maneira de valorizar os diferentes pensamentos:

A empresa transparente, está, por princípio aberta ao diálogo. Isso está expresso em sua capacidade e empenho tanto em falar quanto em ouvir, estabelecendo canais permanente com os seus públicos

internos e externos, buscando sempre atender suas novas demandas. A empresa transparente favorece o fluxo de comunicações, sem a manipulação de dados ou informações, que, de um modo geral, são variados e diversificados (MATOS, 2014, p. 77).

Na comunicação organizacional, segundo Torquato (2010, p. 41), o fluxo vertical se divide entre descendente (de cima para baixo), no qual o diálogo é formal e pode sobrecarregar os canais, sendo os chefes os detentores de maiores informações, como por exemplo, caracterizando o Papa ou Cardeais, e o fluxo ascendente (de baixo para cima), como fiéis ou leigos, que são mais lentos e estão a serviço do sistema. Matos (2014, p. 75) declara que esse fluxo se processa nas bases em direção ao topo, podendo ser fundamentada em críticas, elogios, opiniões e reclamações.

Torquato (2010, p. 42) ainda considera as questões relativas aos fluxos laterais, que é “aquela entre níveis hierárquicos com a mesma posição no organograma – constituem importante maneira de sistematização e uniformização de ideias e informações.” Na Igreja Católica este fluxo pode ser identificado nas relações entre pessoas com o mesmo cargo, como por exemplo, os vigários paroquiais em uma comunidade.

Bem como, o fluxo diagonal, que para o autor (2010, p. 43), dedica-se a “mensagens trocadas entre um superior e um subordinado localizado em outra área/departamento.” Neste caso, pode-se citar um pároco que supervisiona os vigários, que por sua vez é submetido a um bispo da diocese.

#### 4 PASTORAL DE COMUNICAÇÃO

Neste capítulo será abordada a função da Pastoral de Comunicação (Pascom), tal como sua importância para a reprodução do evangelho em uma sociedade cada vez mais impactada pelo avanço tecnológico. Após isso, será apresentada a paróquia de Santa Bibiana da cidade de Martinópolis e sua história, e, por último, o surgimento da Pascom no município.

Como pode se observar no capítulo anterior, foi com o Concílio do Vaticano II que teve início a preocupação de formar pastorais, inclusive as pastorais de Comunicação que, desde então, apostaram na modernização da Igreja Católica com a integração aos novos meios de comunicação. Após este Concílio foram realizadas conferências significativas para discutir o futuro da Igreja Católica na América Latina.

A primeira foi a de Medellín na Colômbia, em 1968; a segunda em Puebla no México, em 1979 e a terceira em Santo Domingo na República Dominicana, em 1992. Sousa e Pereira (2010, p. 4) destacam que as três tiveram uma preocupação fundamental em comum que “é a Evangelização atualizada do povo latino-americano com numerosos problemas sociais”. Este cuidado com o a sociedade da América Latina foi denominada como “Teologia de Libertação”<sup>5</sup>.

Para Sousa e Pereira (2010, p. 4), Medellín foi um marco na concretização do Concílio Vaticano II na prática da Igreja neste continente, pois a realidade sócio-político-econômica do momento pedia a tomada de posição a qual a igreja se apresentou de forma positiva, fomentando movimentos sociais.

Como consequência, no Brasil a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) incentivou a participação de leigos em seus órgãos anexos, como o CIMI (Conselho Indigenista Missionário) CPT (Comissão Pastoral da Terra) e Comissão de Justiça e Paz. Medellín propiciou uma maior aproximação da Igreja Católica com outras igrejas e o apoio às atividades comunitárias (SOUSA; PEREIRA, 2010, p. 4).

---

<sup>5</sup> Fenômeno religioso vinculado às lutas populares e que buscou nas análises socialistas, especialmente no marxismo, o fundamento para as suas análises sociais e econômicas. Este movimento ganhou força principalmente nas organizações populares no campo e esteve na origem de vários movimentos sociais no Brasil.

Como nas décadas de 1950 e 1960 a Igreja Católica no Brasil priorizou o desenvolvimento mesmo o país estando em um regime de exceção, a CNBB chegou para transformar a sociedade civil, conforme explicam Sousa e Pereira (2010, p. 7), a Confederação Nacional dos Bispos do Brasil “desempenha um papel chave na articulação da sociedade civil, em defesa dos direitos humanos, das liberdades democráticas, da reforma agrária, dos direitos dos trabalhadores e da redemocratização”.

Durante o Vaticano II, em 1964, a Assembléia Geral da CNBB, realizada em Roma, decide assumir o Planejamento Pastoral como seu instrumento metodológico de renovação denominado, na época, *aggiornamento*. Esse processo concretiza-se, no país, por meio do Plano de Pastoral de Conjunto (PPC), fundamentado, por sua vez, na atuação da Ação Católica e na experiência da CNBB (SOUSA; PEREIRA, 2010, p. 7).

Percebe-se então, de acordo com Sousa e Pereira (2010, p. 9) que a preocupação da Igreja com os problemas sociais é uma questão de justiça e não só de caridade. Para os autores (2010, p. 9), os sujeitos do desenvolvimento e da libertação não são os ricos caridosos que distribuem o dispensável, mas são os pobres marginalizados exigindo os seus direitos e assim surgiram as pastorais. Os autores Sousa e Pereira (2010, p. 9), afirmam que “a partir do Concílio Vaticano II, mais precisamente na década de 1970, surgem várias pastorais sociais com a finalidade de contribuir para a assistência e a promoção humana.”

Em 1989 a comunicação social entra em pauta nas discussões da Igreja Católica com a Campanha da Fraternidade cujo tema foi: “Comunicação para a verdade e a paz.” De acordo com Rodrigues (2013, p. 37), desde 1964, todos os anos a CNBB propõe, na época chamada de Quaresma, algum assunto para a reflexão da Igreja brasileira que “esteja como foco de trabalho ou dentro das necessidades da mesma naquele período”.

A Campanha da Fraternidade de 1989 acreditava que a comunicação era o melhor caminho para a aproximação entre as pessoas. Para Rodrigues (2013, p. 38), esta campanha se preocupou em apresentar os riscos do uso da comunicação manipuladora e enganosa denunciando “a posse dos meios de comunicação nacionais por algumas classes determinantes e



divulgou os benefícios que estes meios se bem usados podem contribuir para o crescimento da comunhão entre os homens. ”

Três anos depois, em 1992, o Pontifício Conselho Para as Comunicações Sociais se manifestou com o documento “Instrução Pastoral Sobre as Comunicações Sociais no Vigésimo Aniversário de *Communio Et Progressio*” e apontou que a sociedade estava em uma nova época, na qual notava-se a considerável expansão das comunicações, ocasionando profundas mudanças nas culturas em todo o mundo, que traziam efeitos no comportamento religioso, moral, sistemas políticos, sociais e a igreja precisava acompanhar essas mudanças.

De acordo com Rodrigues (2013, p. 39), cinco anos após a publicação do documento do Pontifício, em 1997, a CNBB lança um novo documento que foi resultado da 35ª Assembleia Geral, com o tema: A Igreja e a comunicação rumo ao novo milênio. O autor (2013, p. 39) explica que muitos dos quesitos apresentados neste documento eram muito parecidos com os que já tinham sido descritos em 1989, mas o que diferenciava eram as colocações sobre a pastoral de comunicação. Este documento incentivava, segundo Rodrigues (2013, p. 39), a criação das pastorais de comunicação e chegava a se comprometer dizendo ser “dever das dioceses possuir uma Pascom em todas as paróquias brasileiras em 2000.”

Para a CNBB (2014, p. 191), essa expressão “Pastoral de Comunicação” nasceu da conjunção de duas expressões que interagem reciprocamente: comunicação e pastoral. Neste sentido, as práticas desta pastoral devem colaborar com a ação evangelizadora da Igreja, mas não se deve reduzi-la aos meios de comunicação, pois ela é “um elemento articulador da vida e das relações comunitárias”.

Compreendendo a Pascom no Brasil, em sua abrangência, de acordo com a CNBB (2014, p. 194) algumas características se destacam, como a de “colocar-se a serviço de todas as pastorais para dinamizar suas ações comunicativas”, além de “promover o diálogo e a comunhão das diversas pastorais” e a de “capacitar os agentes de todas as pastorais na área de comunicação, especialmente a catequese e a liturgia”.

Desta forma, para a instituição (2014, p. 194) a Pascom favorece o diálogo entre a Igreja e os meios de comunicação “para dar maior visibilidade

à sua ação evangelizadora”, e envolve vários profissionais e pesquisadores da comunicação nas reflexões da Igreja “para colaborar no aprofundamento e atualização dos processos comunicativos”.

Percebe-se que a Pastoral de Comunicação tem o objetivo de formar um elo entre as estruturas que são compostas uma Diocese, por exemplo, com as paróquias, pastorais e movimentos, fortalecendo a evangelização da Igreja Católica em qualquer parte de um estado ou município sobre um alicerce de quatro eixos, que segundo a CNBB (2014, p. 195), são: a formação, articulação, produção e a espiritualidade. Atuando nestas áreas a Pascom deve “[...] incentivar a reflexão e estimular ações com sentido comunicativo, que conduzam à comunhão e à ação evangelizadora.”

Para ser eficaz no seu processo comunicacional, a Pascom, de acordo com a CNBB (2014, p. 201), organiza-se em alguns níveis: “nacional, regional, diocesano e paroquial/comunitário”. Em âmbito nacional, ela age baseando-se no “diálogo, participação, colaboração e ajuda às necessidades regionais”; O trabalho do setor nacional, segundo Rodrigues (2013, p. 58), é constituído pela gestão e opinião do bispo com o auxílio de sua assessoria e “ambos criam estratégias de atuação da Pascom em nível nacional.”

No caso específico da região de São Paulo, a coordenação da Pascom fica a cargo do Padre Marcos Vinicius Clementino<sup>6</sup>. Ele relata que a Pastoral de Comunicação do estado está subdividida em 46 dioceses, incluindo a arquidiocese de São Paulo. Segundo o Padre Marcos Vinicius Clementino<sup>7</sup> há uma estrutura sistematizada dentro da Pascom.

[...] nós estamos divididos através de oito coordenadores [...] então nós articulamos o trabalho de comunicação como a comunhão entre as dioceses, assim como também subsídios fornecidos para o trabalho no setor de comunicação em todo o estado de São Paulo. Essas reuniões acontecem a cada três meses, geralmente na cidade de Limeira, onde fica o bispo referencial hoje, que é Dom Vilson Dias de Oliveira, ele que está sendo nosso bispo assessor. E, através desse encontro dos coordenadores de cada sub-região, nós atendemos as 46 dioceses.

---

<sup>6</sup> Padre Marcos Vinicius Clementino, Coordenador da Pascom do estado de São Paulo. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação no estado 18 fev. 2017, às 15h30.

<sup>7</sup> Idem.

A CNBB (2014, p. 202) também explica a relação entre um bispo referencial e um coordenador regional da Pascom, articulando “a comunicação em sintonia com os coordenadores diocesanos e outras atividades relativas à comunicação.” Esta coordenação regional se reúne periodicamente para avaliar e fazer o planejamento do conjunto de ações de comunicação. Para Rodrigues (2013, p. 58), no âmbito regional, o dever dos representantes da Pascom é o de atribuírem a esta comunicação uma linguagem necessária para o seu público.

Já no setor diocesano, segundo a CNBB (2014, p. 202), as atividades da Pastoral de Comunicação seguem a lógica de funcionamento da coordenação nacional e regional, baseando-se “no diálogo, na colaboração e na participação mútua de experiências.” Em sua estrutura tem o bispo diocesano como referencial da comunicação, um coordenador diocesano da Pascom e um representante de cada paróquia. Para Rodrigues (2013, p. 59), cabe a este setor incentivar e acompanhar o trabalho desenvolvido pelas pastorais de comunicação da paróquia, além de “produzir e alimentar o site diocesano e construir material que se fizer necessário para a comunicação do setor.”

Em âmbito paroquial/comunitário, a Pascom, de acordo com a CNBB (2014, p. 203), tem em sua constituição o pároco que atua em sintonia com um coordenador paroquial. Rodrigues (2013, p. 59) explica que neste setor as atribuições dos membros são as de divulgar os eventos relacionados à comunicação da Igreja em nível nacional, regional ou diocesano a toda comunidade paroquial, colaborando com as outras pastorais na produção e no uso dos meios de comunicação social. É neste contexto que se encontra a Pascom de Martinópolis na Paróquia de Santa Bibiana.

A pastoral no município busca integrar as 22 capelas e comunidades através dos meios de comunicação disponíveis para a igreja, sendo as atividades supervisionadas pelo pároco Cristiano de Jesus, assistido pelo bispo da diocese de Presidente Prudente Dom Benedito Gonçalves dos Santos.

#### 4.1 Sobre a paróquia de Santa Bibiana

A Paróquia de Santa Bibiana está localizada na cidade de Martinópolis no interior do estado de São Paulo, a 540 km da capital, pertencendo a diocese de Presidente Prudente. O município, segundo o Censo de 2010 tem população estimada em 24.219 pessoas, das quais 16.104 são católicos apostólicos romanos. Atualmente, em 2017, conforme o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) a cidade possui 25.966 habitantes.

Segundo José Carlos Daltozo (2000, p. 59), a primeira missa de Martinópolis ocorreu no dia 24 de novembro de 1928 e foi realizada no povoado de José Teodoro, primeiro nome da cidade, antes mesmo de ter sido elevado a categoria de Distrito de Paz. A cerimônia aconteceu ao ar livre, pois “a construção da igreja era apenas um sonho ainda não concretizado.”

De acordo com o autor (2000, p. 59), apenas no dia 22 de setembro de 1929, às 14 horas, foi lançada “a pedra fundamental da futura Igreja Matriz, que já tinha como padroeira Santa Bibiana, escolhida pelo fundador João Gomes Martins.” No mês de julho de 1930, Daltozo (2000, p. 60), uma lista circulou entre os moradores para recolher donativos, visando a construção da Igreja Matriz de Santa Bibiana.

Os maiores subscritores foram: João Gomes Martins (500\$000), José Olyntho Fortes Junqueira (500\$000), Hirakiti Kunitake (300\$000), José Júlio (200\$000), Tamekichi Ogata (100\$000), Tomisaburo Imamura (100\$000), Hiki Shotehoti (100\$000), Jinzo Nakano (60\$000), Chunzo Yanagui (60\$000), Mitsu Mita (50\$000), Jinishi Ogata (50\$000) e vários outros. O total arrecadado foi de 1.750\$000, e alguns colaboraram com tijolos, como Antonio Uccielli (10.000 tijolos) e Albino Ferrari (5.000 tijolos). Foi, então, concluída a construção da igreja, de pequenas dimensões sem torre e com o sino numa armação lateral (DALTOZO, 2000, p. 60).

Após a construção da paróquia, Daltozo (2000, p. 60) relata que o primeiro vigário a tomar posse foi o padre Antonio César Brandão, de novembro de 1930 a fevereiro de 1931. E depois, segundo o autor (2000, p. 61) “os padres José Rodrigues Coimbra e Cônego Salvador Antonio Santa Maria também atuaram na paróquia entre 1931 e 1937”, somente em 4 de abril de 1938 o padre João Schneider tomou posse. O sacerdote morou na cidade por

mais de 10 anos e de acordo com Daltozo (2000, 61) ele foi “um incansável e obstinado batalhador, conseguindo doações para várias obras importantes na cidade.”

A construção da atual igreja começou em 1936, com o cônego Santa Maria, mas parou alguns meses depois. Daltozo (2000, p. 61) explica que após uma visita pastoral do bispo Dom Antonio, em julho de 1938, as obras prosseguiram, mas “já sob o comando do Pe. João Schneider.” A Igreja foi construída no local da mesma capela, que foi demolida no final das obras. De acordo com o autor (2000, p. 61), ela serviu “durante muito tempo para os cultos, enquanto a nova igreja era erigida ao seu redor.” No natal de 1939 a igreja foi inaugurada pelo bispo da cidade de Assis, Dom Antonio José dos Santos.

Segundo o site da Paróquia de Santa Bibiana<sup>8</sup>, a cidade de Martinópolis (SP), é a única que possui igreja destinada à santa no Brasil, que é a protetora dos males de cabeça, doenças mentais, epilepsia e da bebedeira. Atualmente no ano de 2017, a cidade conta com o Padre Cristiano Rodrigues de Jesus que é o pároco, com os vigários paroquiais Francisco Costetti Neto e Fernando Rigão e com o diácono Luan Adison Capelari.

## **4.2 A pastoral de comunicação em Martinópolis**

A Pascom de Martinópolis foi viabilizada pelo padre Alex de Lima, em 2009. De acordo com o padre Alex<sup>9</sup>, a ideia surgiu com o intuito de integrar as pastorais e “fazer com que as atividades pastorais na igreja se interajam, se conheçam e possam trabalhar em conjunto na evangelização. Porque aí é formada uma comunidade paroquial e não uma paróquia.”

Para o Padre Alex<sup>10</sup>, a implantação da Pascom ajudou a comunidade martinopolense a receber uma evangelização de maior qualidade, refletindo também no informativo paroquial que foi instituído antes da Pastoral

---

<sup>8</sup> Endereço eletrônico [www.santabibiana.com.br](http://www.santabibiana.com.br)

<sup>9</sup> Padre Alex de Lima, fundador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a implantação da Pastoral de Comunicação em Martinópolis. 18 fev. 2017, às 11h30.

<sup>10</sup> Idem.

de Comunicação na cidade. O Padre Alex de Lima<sup>11</sup> explica como se deu a organização do tabloide:

Tudo foi organizado, o informativo paroquial já existia, mas ele foi melhor complementado com os tipos de artigo, já que o secretário tinha as informações ali da paróquia. Os leigos que faziam parte da equipe tinham os artigos para poder publicar, não que isto não estava sendo feito, mas ali antes era uma coisa mais hierárquica, a igreja que estava produzindo, o padre e o secretário, isso foi desmembrado. A equipe assumiu isso e foi colocando mais conteúdo; se era uma página, se tornaram duas; foram aumentadas as páginas para ter mais conteúdo. E o conteúdo eram os artigos que a equipe estava produzindo, e eram atuais, como uma palavra do papa ou do bispo que estava ali no momento.

A Pascom também conseguiu descentralizar as atividades de comunicação da paróquia que antes eram realizadas pela Associação Jesus Vem Nos Salvar. Conforme relata o Padre Alex<sup>12</sup>, a Pastoral assumiu “fazendo com que as pessoas pudessem receber mais informações que não recebiam, houve uma distribuição também na zona rural.” Para isso, ele explica que aumentou-se a quantidade de informativos para chegar às pessoas das áreas mais afastadas da cidade, mas houve um problema por falta de patrocínio e as tiragens tiveram que ser reduzidas novamente.

Por ser o idealizador da Pascom, o Padre Alex<sup>13</sup> fala que o dever das Pastorais de Comunicação está em identificar quais são as necessidades das paróquias para poder supri-las “conforme vão vendo o que está em falta e adicionam às suas funções.” Um exemplo citado por ele está na integração da Igreja Católica as redes sociais.

[...] não é todo mundo que vai no site da paróquia hoje, diferente com o que acontece com o *Facebook*. Então a igreja tem que se renovar, aproveitar os meios onde ela pode evangelizar, se não ela fica para trás. Quando eu digo fica para trás é que as pessoas não recebem a evangelização pelos meios de comunicação que nós temos hoje, por exemplo, no *Youtube* quantos vídeos não são postados em relação aos temas da igreja? (PADRE ALEX DE LIMA, 2017).

---

<sup>11</sup> Padre Alex de Lima, fundador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a implantação da Pastoral de Comunicação em Martinópolis. 18 fev. 2017, às 11h30.

<sup>12</sup> Idem.

<sup>13</sup> Idem.

O Padre Alex<sup>14</sup> conta também que em uma comunidade paroquial existem pessoas engajadas em atividades pastorais e exercem isso apenas por caridade e amor, pois “o principal objetivo é a evangelização, ela partilha aquilo que ela tem.”

Para que essa interação forme a comunidade paroquial, e cada qual com sua característica própria como pastoral possa desenvolver isto partilhando com a comunidade paroquial. Por isso que deve existir o conselho de pastoral paroquial, onde a pastoral de comunicação deveria estar à frente para administrar a comunicação entre as pastorais, o que ocorre em cada uma e divulgar, uma pastoral podendo ajudar a outra com a pastoral de comunicação fazendo este elo.

Na Pascom de Martinópolis, por exemplo, há dois coordenadores: Silvia Schott Limeira e Rodrigo Marques Maciel, as supervisões das atividades desta Pastoral ficam a cargo do pároco Cristiano Rodrigues de Jesus. O padre Cristiano<sup>15</sup> relata que a sua relação com a Pascom se dá na direção espiritual, porque “sendo pároco a Pascom faz parte das pastorais da paróquia, então diretamente eu estou ligado a eles.” O sacerdote explica que a relação com os coordenadores da Pastoral de Comunicação é ótima e geralmente recebe os artigos e faz a correção de temas, além da agenda e calendário. “Com isso a gente tem uma relação estreita, de ter sempre contato com o Rodrigo, que diretamente está mais ligado com essa parte dos artigos, de fotografias e filmagens.”

O coordenador da Pascom Rodrigo Marques Maciel<sup>16</sup> explica que a própria paróquia repassa para a Pastoral tudo o que vai acontecer relacionado a igreja e a comunidade católica: “desde a grade de missa, eventos que vão ter fora disso e alguns encontros diferentes de pastorais e movimentos também.”

A coordenadora da Pastoral de Comunicação Silvia Schott Limeira<sup>17</sup> relata que tenta junto aos 10 membros ativos no grupo, dois destes

---

<sup>14</sup> Padre Alex de Lima, fundador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a implantação da Pastoral de Comunicação em Martinópolis. 18 fev. 2017, às 11h30.

<sup>15</sup> Padre Cristiano Rodrigues de Jesus, pároco de Martinópolis. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação na cidade. 7 fev. 2017, às 14h30.

<sup>16</sup> Rodrigo Marques Maciel, coordenador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação na cidade. 9 fev. 2017, às 15h00.

<sup>17</sup> Silvia Schott Limeira, coordenadora da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação na cidade. 9 fev. 2017, às 14h40.

formados em publicidade e propaganda, dividir as tarefas para não acumular. “Eu e o Rodrigo ficamos mais na coordenação [...] já os responsáveis pelo Informativo são a Aline Mendes e o Márcio Ruiz na parte de diagramação e fotos.” Ela explica que há outras duas pessoas que ficam responsáveis por receber os patrocinadores do informativo. “Já outro ficou responsável pelo *site*, pelo *Facebook* sempre o Rodrigo e o Márcio, e um outro (membro) para separar os jornais para dividir a quantidade dos jornais da capela.”

Para Silvia<sup>18</sup>, o objetivo da Pascom está além de divulgar e levar a palavra de Deus aos fiéis é o de “tentar unir os outros movimentos pastorais.” Entretanto os outros movimentos não entendem a função da Pascom, “acham que é só tirar foto, o objetivo principal é levar através do Informativo, site e artigos a palavra de Deus e tentar fortalecer a fé das pessoas e tentar divulgar o que acontece na igreja para trazer as pessoas para a igreja.”

Pode ser observado que em sua estrutura hierárquica da Igreja Católica a cidade de Martinópolis se enquadra nas diretrizes do Diretório de Comunicação possuindo o setor paroquial da Pascom, tendo como responsáveis os coordenadores da Pastoral do município e o pároco, que por sua vez são subordinados à Diocese de Presidente Prudente, pertencente ao setor regional do estado de São Paulo que está abaixo do nível nacional da Pastoral de Comunicação.

---

<sup>18</sup> Silvia Schott Limeira, coordenadora da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação na cidade. 9 fev. 2017, às 14h40.



## 5 JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL

Neste capítulo será abordado o tema do jornalismo impresso no Brasil desde o surgimento da imprensa no país até os dias atuais, a história do Informativo Paroquial, as linguagens jornalísticas e por fim a importância do design na construção de um jornal impresso.

Um dos meios mais antigos da imprensa é o jornal impresso. De acordo com Lage (1999, p. 8), no período da Idade Média, as informações já eram transmitidas a partir de meios impressos, como “decretos, proclamações, exortações e nos sermões de igrejas”. No Brasil a imprensa começou a dar seus primeiros passos de maneira oficial somente com a vinda da família real portuguesa para o país, em 1808.

De acordo com Zanchetta Júnior (2004, p. 39), esse florescimento da imprensa no Brasil aconteceu, pois a realeza trouxe um maquinário para impressão da Europa, antes inexistente no país. Ainda para o autor (2004, p. 39), entre as primeiras publicações impressas da Imprensa Régia<sup>19</sup> estava o jornal *Gazeta do Rio de Janeiro*, criado no mesmo ano da chegada da família real em 1808, e era elaborado por padres com textos mais opinativos.

Barreto et al. (2013, p. 3) complementam essa informação ao explicar que o jornalismo impresso no Brasil nasceu da exigência por um modelo mais permanente de fonte de informação “que se torna mais presente no Brasil a partir dos anos 50, com conteúdos que assumiam um caráter mais político.” Nesta década de 1950, com o advento da televisão no Brasil, o jornalismo impresso precisou passar por uma reestruturação, principalmente na parte gráfica. Segundo Silva (1985, p. 15), essa mudança foi necessária “para acompanhar a forte concorrência imposta pelos poderosos veículos de comunicação de massa eletrônicos (rádio e televisão).”

De acordo com Arnt (2002, p. 08), mesmo com essa concorrência a imprensa escrita continuou a exercer sua função informativa, se afirmando como mídia reflexiva. Percebe-se também que o jornal impresso é o meio que

---

<sup>19</sup> A Imprensa Régia foi criada em 13 de maio de 1808, dia do aniversário do príncipe regente D. João (1767-1826). Nela foi editado o primeiro jornal da colônia portuguesa: a *Gazeta do Rio de Janeiro*. Fonte: <http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/estude/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/52-o-rio-de-janeiro-como-a-capital-do-reino/2483-a-imprensa-regia>

passa por transformações desde o seu início, com mudanças no estilo da escrita, da segmentação de públicos e assuntos, mas que tem nas suas características um diferencial diante de outros veículos. Erbolato (2008, p. 28) afirma que, mesmo “Incapaz de oferecer notícia de última hora, a notícia em flagrante”, o impresso tem papel importante de aprofundar o conteúdo e explorar os desdobramentos, que se tornam um diferencial.

As mudanças também chegaram à parte gráfica do jornal no início século XX. Zanchetta Júnior (2004, p. 48-49) exemplifica essa alteração com a padronização gráfica da notícia neste meio de comunicação.

Composto de maneira ‘linear’ até o início do século XX, com seções de textos se sucedendo umas após as outras, em disposição de oito a dez colunas, sem preocupar com a paginação (os textos continuavam de uma página para a outra), o jornal passou a ser composto com base em um mapeamento gráfico definido, com uma clara delimitação entre as seções e arejamento entre as linhas e no interior das páginas.

Além disso, outros recursos passaram a ser mais utilizados pelos jornais visando a estética. Silva (1985, p. 28) defende que o informativo impresso antes de tudo é algo que se vê e é do todo que “se parte para os grandes títulos e para as ilustrações.” Percebe-se, portanto, que mudou a predominância do texto verbal no periódico. Zanchetta Júnior (2004, p. 49) aponta que na estrutura do jornal se passou “a dividir espaço com fotografias e ilustrações, títulos e subtítulos vistosos, além de espaços em branco antes impensáveis”. Neste momento, a fotografia jornalística tornou-se algo fundamental e um elemento mais atrativo ao público do produto impresso. Buitoni (2011, p. 90-91, grifo da autora) explica esse tipo de fotografia:

A **foto jornalística** está vinculada a valores informativos e/ou opinativos e à veiculação num órgão dotado de periodicidade. A relevância social e política, a relação com a atualidade e um caráter noticioso também ajudam a classificar esse tipo de foto. Do mesmo modo, o instantâneo costuma agregar qualidade informativa. A foto jornalística pode se desdobrar em reportagem ou ensaio – um trabalho de cunho mais interpretativo, sequencial e narrativo.

Com a inserção da fotografia jornalística no noticioso impresso, outras transformações ocorreram neste meio. Barreto et al. (2013, p. 3) enfatizam que as alterações que interferiram na linguagem do jornalismo e até

mesmo na sua forma de diagramação surgiram somente “a partir dos anos 80, com a informatização do conteúdo; e nos anos 90, com a chegada da internet e das novas mídias.” Com o avanço da rapidez na transmissão da informação e na interatividade, o jornalismo impresso precisou mais uma vez se modificar para atender o público. Percebe-se que a realidade deste meio de comunicação deve se basear na vontade do leitor e na credibilidade que o mesmo possui na sociedade.

Um fator que se apresenta de forma fundamental ao meio impresso é a linguagem apurada em seus textos. De acordo com Barreto et al. (2013, p. 6), “No impresso, a escrita é um pouco mais formal, textos maiores e completos”. Zanchetta Jr. (2004, p. 67) aponta que esse discurso se adaptou para tornar o jornal mais acessível com uma linguagem intermediária, desde que não desconsidere a norma culta da língua portuguesa.

O jornalismo impresso, também tem a capacidade de adaptação, tanto na linguagem, quanto na estética para manter-se vivo, pois para Erbolato (2008, p. 38), ele possui algumas particularidades sobre outros meios de comunicação.

As três maiores vantagens dos jornais sobre o rádio e a televisão são: tempo, espaço e durabilidade. *Tempo* - O leitor decide quando e onde deve ler o seu periódico. *Espaço* - Para dar profundidade e extensão às reportagens que o rádio e a televisão apresentam como simples boletins. *Durabilidade* - A notícia impressa está ao nosso dispor enquanto o jornal não for rasgado, queimado ou jogado fora.

Portanto, em meio a uma sociedade integrada digitalmente e informatizada, o jornalismo impresso deve continuar atentando-se às mudanças no modo de consumo de informações e cuidar, além das questões gráficas e textuais, da estética do veículo. Desta forma, o tornam mais atrativo aos leitores que confiam na credibilidade passada pelo jornal impresso e nos desdobramentos mais aprofundados das notícias do que as transmitidas em outros meios de comunicação.

## 5.1 O Informativo Paroquial

O Informativo Paroquial surgiu na Igreja de Santa Bibiana em Martinópolis no ano de 2006 pela mediação do Padre Elmar Neri Rubira<sup>20</sup>. A implantação do tabloide se deu para complementar a folha de avisos que era entregue nas missas das capelas da cidade. Segundo o Padre Elmar, observou-se que com a folha de avisos os fiéis olhavam e depois as jogavam fora.

Conversando com o Vagner, secretário na paróquia, resolvemos colocar um conteúdo, para que as pessoas pegassem a folha e pudessem aproveitar melhor e não apenas com avisos, como, por exemplo, uma mensagem do padre. Para que nossa comunidade pudesse estar mais atenta para saber o que estava acontecendo a nível de paróquia mesmo, para sair apenas dos avisos. Trazer algo para evangelização e até mesmo um conteúdo bíblico. Sempre fiz dessa forma, o intuito era uma mensagem bíblica, cristã ou católica.

Já o Padre Alex de Lima<sup>21</sup> conta que o Informativo foi desmembrado do antigo tabloide da Associação Jesus Vem Nos Salvar, “que é uma associação que foi criada por leigos da paróquia que é para dar direção espiritual e principalmente assistência social”. O antigo informativo, assim como o atual, possuía os horários das missas em todas as capelas da cidade e inclusive da matriz, tinha a palavra do sacerdote e também o editorial. Segundo o Padre Alex<sup>22</sup>, “a associação tinha as pessoas que faziam toda a diagramação e também os artigos, distribuía entre o grupinho deles cada assunto, e depois juntavam e realizavam a edição do boletim informativo.”

Porém, a partir do momento em que a Paróquia de Santa Bibiana se vinculou àquele informativo algumas questões foram levantadas, como por exemplo, o nome do mesmo. Conforme explicou o Padre Alex<sup>23</sup>, “existem normas de publicidade em relação a um jornal, para você fazer um jornal você precisa ter um jornalista [...] na paróquia não tínhamos um jornalista para fazer

---

<sup>20</sup> Padre Elmar Neri Rubira, fundador do Informativo Paroquial de Martinópolis. Entrevista sobre a viabilização do tabloide, 11 fev. 2017, às 15h44.

<sup>21</sup> Padre Alex de Lima, fundador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a implantação da Pastoral de Comunicação na cidade, 11 fev. 2017, às 11h30.

<sup>22</sup> Idem.

<sup>23</sup> Idem.

um jornal”. Por este motivo, conforme o Padre Alex<sup>24</sup>, o nome Boletim Informativo foi definido:

[...] é algo particular de distribuição gratuita, mesmo tendo apoiadores culturais, e não patrocinadores, porque patrocínio é complicado, e pode ter algum processo ao entender que seja um jornal. O boletim informativo não precisa de jornalista e tem os apoiadores culturais que investem na publicação, porque a associação é uma entidade sem fins lucrativos, é uma entidade filantrópica, e assim foi criado o Boletim Informativo Jesus Vem Nos Salvar, e a paróquia foi convidada a participar das edições.

Com o passar do tempo, após diálogo entre os coordenadores da Associação Jesus Vem Nos Salvar com o pároco da época, o informativo veio a surgir dessa conversa entre os membros. O Padre Elmar<sup>25</sup> explica que havia o interesse da Igreja na separação, porque “A associação tinha seus objetivos e nós precisávamos ter algo da própria paróquia.”

Atualmente o Informativo Paroquial tem a tiragem de 1.700 exemplares mensais e está sob os cuidados da Pastoral de Comunicação (Pascom). No início do mês são definidas as pautas e a distribuição de cada uma delas aos integrantes da equipe. O coordenador Rodrigo Marques<sup>26</sup> conta que nas prioridades do Informativo estão as solicitações da própria paróquia para a Pascom, depois são buscados em sites os assuntos relacionados à Igreja Católica naquele mês, para que assim possa ser designado a cada agente pastoral o que precisa ser feito.

[...] através dessas reuniões com o padre é que a gente vê se tem algum erro, aí vai para a diagramação que a Aline Mendes e o Márcio Ruiz fazem. Eles vão montando o jornal, então toda essa parte é mandada para eles. Depois a gente manda para a gráfica e eu dou um tempo para eles, por exemplo, eu soltei esse mês dia 8 e eles tem até o dia 15 para escrever. Até o dia 15 tem que estar mandando para o pessoal da correção e depois mandar para Aline diagramar e enviar para a gráfica.

---

<sup>24</sup> Padre Alex de Lima, fundador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a implantação da Pastoral de Comunicação na cidade, 11 fev. 2017, às 11h30.

<sup>25</sup> Padre Elmar Neri Rubira, fundador do Informativo Paroquial de Martinópolis. Entrevista sobre a viabilização do tabloide, 11 fev. 2017, às 15h44.

<sup>26</sup> Rodrigo Marques Maciel, Coordenador da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação na cidade, 9 fev. 2017, às 15h00.

Segundo a coordenadora da Pascom Silvia Schott Limeira<sup>27</sup>, existem alguns problemas em relação ao tempo de produção. “Já aconteceu de ter que pegar arquivo de internet, mas a gente tenta estabelecer temas e prazos.” A partir dessas informações, percebe-se que o Informativo Paroquial necessita, além de uma reestruturação na parte gráfica e editorial, de compromisso por parte dos membros da Pascom, para ser considerado um veículo informativo para os fiéis.

Para reformular o Informativo Paroquial é preciso se atentar aos padrões jornalísticos e de design que são inexistentes atualmente no tabloide, tema que será abordado no próximo item.

## **5.2 Projeto gráfico e design**

Para que exista uma compreensão eficiente do conteúdo do Informativo Paroquial, é fundamental que ele siga uma diretriz em seus conteúdos e na maneira que são dispostos na página. Isso é caracterizado a partir do projeto gráfico, que, segundo Lage (1997, p. 6), “é o sistema simbólico composto de manchas, traços, ilustrações e letras – pequenos desenhos abstratos que se repetem e combinam caprichosamente. ”

Esse sistema, como defende o autor (1997, p. 6), é significativo já que com ele as diferenças se sobrepõem daquilo que é igual, e o que é novo se integra na identidade. Algumas particularidades são identificadas até mesmo na tipologia e marcações.

As manchas e blocos de letras decidem, com os claros, o equilíbrio ou movimento estéticos. Os grupos de letras guardam certa hierarquia: maiores ou menores; no alto ou no pé da página; em aglomerados compactos ou claros em volta; de hastes finas ou grossas, com ou sem acabamentos nas pontas (LAGE, 1997, p. 6).

Dentre essas características, também se inserem outras no projeto gráfico. Concordando com Lage, Silva (1985, p. 13) afirma que quando se aborda a diagramação de um jornal, é possível identificar as imagens, títulos principais e secundários e o texto que é “subdivido em diversas partes, fios

---

<sup>27</sup> Silvia Schott Limeira, Coordenadora da Pascom em Martinópolis. Entrevista sobre a Pastoral de Comunicação na cidade, 9 fev. 2017, às 14h40.

finos e grossos, ordenando toda a página”. O autor (1985, p. 13-14), ainda defende que a maneira como é disposto o conteúdo na página auxilia na precisão de como ficamos informados.

É na diagramação onde vai se concentrar todo o segredo do discurso gráfico, em que a tipologia mínima contida harmonicamente e padronizada, alia-se ao ritmo dado às mensagens. Em vez de preto ocupando cada pedacinho de papel, a leveza do espaço em branco valoriza a mensagem e o efeito sutil é obtido com o planejamento gráfico e a significação estética (SILVA, 1985, p. 13-14).

De acordo com o professor de Planejamento Gráfico em Jornalismo da Universidade do Oeste Paulista, Marcelo José da Mota<sup>28</sup>, a importância do projeto gráfico, além de facilitar a compreensão, existe para padronizar. Mota<sup>29</sup>, defende que atualmente não se consome nada que não possua um ordenamento adequado.

Num projeto gráfico de uma comunicação de um jornal impresso seria o diagrama, trabalhar com a colunagem, com fontes, até estruturas geométricas, pontos de equilíbrio do jornal, da segregação da notícia, uma notícia atrás da outra, onde é mais fácil de ler uma notícia, onde é mais difícil de ler uma notícia na questão geométrica da página. A importância vem disso, sem um projeto gráfico, em uma segunda edição você vai ter uma outra característica de mídia.

Para o docente<sup>30</sup>, ao analisar o Informativo Paroquial, o objeto de estudo deste trabalho está mal distribuído e com pouco espaçamento entre os componentes da página, impossibilitando uma compreensão para um leitor que necessita de respiros entre as colunas e textos, margens que delimitam espaços e os padrões dentro dos verbetes, por exemplo. Mota<sup>31</sup> analisa o tabloide (FIGURA 1) como algo mal organizado:

[...] ele está mal distribuído, não tem projeto gráfico e eu vejo que não há um alinhamento das colunas. Existe uma proximidade muito grande do texto com a imagem, coisa que confunde o leitor. Precisa conter um mínimo de respiro para essa colunagem e as margens. As margens são pequenas, muitas vezes não tem nem como imprimir, ou na impressão vai ter problema, então tem que ter um respiro, vejo que o fio data também está colado na página.

---

<sup>28</sup> Marcelo José da Mota, docente da disciplina de Planejamento Gráfico em Jornalismo da Universidade do Oeste Paulista. Entrevista sobre Projeto Gráfico, em 23 fev. 2017 às 21h00.

<sup>29</sup> Idem.

<sup>30</sup> Idem.

<sup>31</sup> Idem.

FIGURA 1 – Recorte da página 6 do mês de novembro de 2016

**Datas Comemorativas**

### Apresentação de Nossa Senhora no Templo

No dia 21 de novembro a Igreja celebra a Apresentação de Nossa Senhora ao templo, originando assim o título de Nossa Senhora da Apresentação. Não existem documentos oficiais a respeito deste assunto, mas uma seqüência de manuscritos não canônicos que a Igreja respeita. Estes manuscritos contam que Maria foi apresentada ao templo por seus pais Joaquim e Ana quando tinha três anos, permanecendo no templo até os doze anos.

A apresentação de Maria no templo mostra desde sua concepção que ela era totalmente de Deus, consagrada desde o ventre de sua mãe, com a missão especial de ser a Mãe de Jesus e ser nossa Mãe.

Tanto no Oriente quanto no Ocidente observamos esta celebração mariana nascendo no meio do povo e sendo acolhida pela Liturgia Católica, passando a

aparecer no Missal Romano a partir de 1505, onde se buscou exaltar Jesus através daquela que fez totalmente a vontade do Pai, escolhida para que dela nascesse a salvação.

Na clausura da 3ª Sessão do Concílio Vaticano II, no dia 21 de novembro de 1964, O Papa Paulo VI consagrou o mundo ao Coração de Maria e declarou Nossa Senhora Mãe da Igreja.

Nós também podemos ser templos vivos de Deus buscando seguir o exemplo de Cristo e Maria, pedindo ao Pai que nos ajude consagrar a nossa vida cada vez mais ao amor. Que Maria nos "ensine a viver como escolhidos, termos o nosso olhar voltado para o céu".

*"Singular doce e pura, Maria de José, Mãe terna e escolhida, és mãe leal da fé. Seu nome é Maria de Deus..."*

*Marta santa e fiel, ensinanos a viver como escolhidos. Olhos voltados para o céu e por Ele construir a nova vida.*

*Mãe da obediência, da graça e do amor. Que os homens se encontrem no filho desta flor. Seu nome é Maria de Deus.*

*Marta santa e fiel, ensinanos a viver como escolhidos. Olhos voltados para o céu e por Ele construir a nova vida.*

*Marta santa e fiel, ensinanos a viver como escolhidos. Olhos voltados para o céu e por Ele construir a nova vida.*

*A nova vida, a nova vida, a nova vida, a nova vida."*

*Paz e bem.*  
Juliane Fernandes de Lima - PASCOM



**Precisamos de sua ajuda!**  
**Anuncie aqui e ajude na impressão do Informativo da Paróquia.**

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Uma estruturação eficaz, seguindo a recomendação dos estudiosos citados acima, faz com que os textos e reportagens do impresso consigam cumprir com eficiência o seu papel informativo, identificado como uma das falhas no Informativo Paroquial. Tal como defende Silva (2004, p. 11), os textos no impresso são aquilo que formam o discurso da informação e também auxiliam linguisticamente os fatos da realidade, isso se dá porque "há uma organização da cadeia discursiva, isto é, o relato jornalístico segue regras para a formação do discurso".

Lage (1997, p. 7) defende que os relatos jornalísticos são divididos em sistemas analógicos, tais como as imagens e ilustrações, que "comentam momentos e por isso são unidades semânticas autônomas de grande valor referencial" e sistemas linguísticos como "manchetes, títulos, textos e legendas representam o componente digital da comunicação jornalística" - tais linguagens serão abordadas adiante. Dentro do sistema analógico e também caracterizado em projetos editoriais, estão as fotografias e as imagens. O mesmo autor (1997, p. 24) identificou as dificuldades que a fotografia teve para que seu valor fosse reconhecido e a importância do seu conteúdo para a informação.

A fotografia teve que enfrentar outro tipo de luta para impor-se. Ao captar aparências definidas pela luz, tornou-se o primeiro instrumento mecânico para registro analógico da realidade. [...] Em uma foto,



podem-se reconhecer os objetos, nela representados pela imagem, e a relação entre eles, que constitui uma espécie de sintaxe, mediada pelas convenções da perspectiva e da sombra (LAGE, 1997, p. 24).

Dividindo da mesma opinião, Laís Taine de Oliveira<sup>32</sup>, diagramadora do jornal Folha de Londrina, argumenta o valor da fotografia como um complemento que chama a atenção dos leitores, tendo maior aproveitamento que as ilustrações que são utilizadas atualmente no Informativo Paroquial. Oliveira<sup>33</sup> acredita que a produção fotográfica precisa ser “pensada na informação, não pode ser só uma produção, [...] sempre buscar informação até na fotografia, não deixar uma foto vaga, acho que também isso é importante”. Ao abordar outros elementos gráficos do Informativo Paroquial, a diagramadora<sup>34</sup> acredita que algumas cores utilizadas não estão alinhadas entre si.

A gente percebe que já tem uma cor padrão, azul, que é do jornal. Não precisa trocar, pode manter a cor. O que a gente pode evitar é ficar usando fundo azul para todo destaque que você quer. Então, se você coloca fundo azul em tudo, perde o destaque. A gente aqui no jornal evita colocar fundo. Às vezes a gente usa em Box, mas é uma cor suave, não tão forte quanto está aqui.

Ainda tratando de elementos visuais, Guimarães (2003, p. 21) sustenta que as cores são importantes para a comunicação jornalística, assim como auxiliadoras para a contextualização das informações, salientando que não estão sendo utilizadas de maneira adequada de acordo com os fundamentos do jornalismo.

A cor é, certamente, um dos mediadores sógnicos de recepção mais instantânea na comunicação jornalística e, mesmo assim, sua expressão não vem sendo utilizada com muita eficiência e respeito aos critérios que definem o jornalismo de qualidade. Como a expressão das cores é também construída sobre a estrutura dos códigos culturais, entendo que a recepção eficiente da informação cromática em veículos jornalísticos depende de informação externas à própria cor, como a contextualização da informação, o estudo do ambiente cultural, as diretrizes e os paradigmas que direcionam consciente ou inconscientemente a utilização das cores nas informações veiculadas (GUIMARÃES, 2003, p. 21).

---

<sup>32</sup> Laís Taine de Oliveira, diagramadora do jornal Folha de Londrina. Entrevista sobre Projeto Gráfico, em 24 fev. 2017 às 14h00.

<sup>33</sup> Idem.

<sup>34</sup> Idem.

Silva (1985, p. 14) entende que a parte gráfica é um expoente para a produção jornalística, pois convence o público a realizar a leitura, porém, o autor (1985) identifica que é necessário o aprimoramento do texto, porque “é no ajuste e no equilíbrio destes dois pontos que se terá melhores condições para concorrer com os atuais canais de comunicação mais sofisticados: os mídia eletrônicos”. Hurlburt (1986, p. 62) defende o equilíbrio como um elemento-chave para a eficiência do design. O mesmo pensador (1986, p. 94) afirma que deve existir o dinamismo entre os componentes, construindo uma associação entre os mesmos. “Um design só pode ter resultado feliz se constituir a síntese de todos os dados úteis, traduzidos em palavras e imagens e projetados de forma dinâmica”.

Mota (2009, p. 30) acredita que o designer nos jornais, principalmente depois da metade do século XX, existia para garantir a competência no seu *layout*, “e de que todo o conteúdo na página se relacionasse de forma harmoniosa juntamente com o projeto gráfico, para transmitirem com clareza à notícia”. Ainda para Mota<sup>35</sup>, os elementos visuais tornariam o Informativo Paroquial mais atrativo e é um item que deveria ser mais explorado no tabloide.

Na verdade, você pode trabalhar com esses elementos que estão aí, mas poderia ter elementos mais visuais. Você pode, por exemplo, colocar olho editorial, colocar boxes, as legendas, não tem legendas nessas fotos, as fotos devem ter legendas, devem ter crédito, algo que é obrigatório para informar o leitor, capitular por exemplo para deixar mais bonito, cor, você trabalhar com cor também é importante, essa padronização.

Compreende-se que todas essas características de padronagem gráfica e design são importantes para a composição eficaz do impresso, principalmente após a observação dos entrevistados e o conteúdo dos autores a fim de refletir sobre reformulação deste periódico. Outro item que deve ser analisado é a linguagem jornalística e o seu valor dentro do objeto de estudo dessa pesquisa.

---

<sup>35</sup> Marcelo José da Mota, docente da disciplina de Planejamento Gráfico em Jornalismo da Universidade do Oeste Paulista. Entrevista sobre Projeto Gráfico, em 23 fev. 2017 às 21h00.

### 5.2.1 Linguagem jornalística

De acordo com Sousa (2001, p. 121), o discurso jornalístico depende da boa escrita e gramática, tal como o uso correto de técnicas de redação, pois se destina a muitos leitores e precisa informá-los. “Quer se queira quer não, este factor restringe as formas de enunciação jornalística e impõe determinados princípios à escrita” (SOUSA, 2001, p. 121).

Entende-se também que antes da elaboração do texto noticioso, segue-se etapas de escolhas dos conteúdos. Zanchetta Júnior (2004, p. 64) discorre sobre a seriedade em determinar a maneira correta de apresentação desse texto. “Além de evitar a narração cronológica, optando-se pela exposição de eventos considerados significativos, o texto jornalístico apresenta indicadores de síntese como frases curtas, nas quais é evitado o uso de orações subordinadas.” (ZANCHETTA JÚNIOR, 2004, p. 64)

Por meio destas características, Silva (2004, p. 27) identifica como é desenvolvido um texto de caráter jornalístico, tratando a seriedade em ordenar os enunciados.

Consideramos como sendo fato jornalístico um texto formado por um conjunto de enunciados (proferido em um certo contexto) com valor proposicional sobre estados, dados e fatos da sociedade e que tenha sido publicado em jornais, revistas, rádio, tv ou internet. O fato jornalístico nas formas de notícia e reportagem traz um núcleo proposicional com o evento mais relevante ou interessante, sendo os demais elementos considerados como os detalhamentos circunstanciais e avaliativos. (SILVA, 2004, p. 27).

De acordo com o estudo acima, deve-se pontuar um acontecimento principal dentro do todo, depois os desdobramentos. O texto noticioso é formado caso atenda aos critérios de noticiabilidade, como defende lanson (2010, p. 22), sendo suporte para ajudar os jornalistas a ter menos dúvidas dentro dos veículos comunicacionais. Neste sentido, a autora (2010, p. 22) menciona os critérios de noticiabilidade, tais como “proximidade, atualidade, ineditismo, conflito, humor, interesse pessoal, utilidade pública, relevância e importância”, admitindo o valor da proximidade para o leitor do jornal impresso.

Ao ter acesso aos jornais, uma das características que mais conta para o leitor é a questão da proximidade. As pessoas se interessam por aquilo que está acontecendo ao seu redor, no seu país, na sua cidade, ou até mesmo no seu bairro. Essas informações são bastante procuradas porque podem interferir diretamente na vida das pessoas. Em vista disso, grande parte da imprensa no país é regional, aonde se trata das notícias cotidianas de grande parte da população (IANSON, 2010, p. 22).

Outro aporte aos jornalistas defendido por Zanchetta Júnior (2004, p. 72) consiste na elaboração do lide ou abertura do texto, que é o “[...] primeiro parágrafo da notícia – às vezes incluiu também o segundo. Aportuguesada, a palavra vem do inglês *lead*, que significa ‘guiar’, ‘conduzir’, ‘induzir’.” Para o autor (2004, p. 72) O *lide* “responde às perguntas básicas acerca do fato noticiado: *quem – o quê – quando – onde – como – por quê*. Durante um bom período, o lide transformou-se em uma espécie de camisa-de-força para a redação jornalística.”

Já para Bochembuzo e Papile (2013, p. 5) existem alguns tipos de lead que são empregados no jornalismo, desde o lead clássico até o descritivo.

O lead Clássico – com elementos essenciais com hierarquização dos dados; de Citação – inicia pela transcrição de um depoimento de um personagem; Circunstancial – inicia com elemento “como” ou circunstância; Clichê – apresentação com ditado ou chavão; Conceitual – emprega uma ideia ou definição para atrair o leitor; Cronológico – os dados se apresentam na sequência que ocorreram; de Apelo Direto – foca em um fato que envolva diretamente o leitor; de Contraste – inicia com ideia vaga e que contrasta com a informação da notícia; Descritivo – reconstitui o cenário e personagens para instigar o leitor pelo sentido visual (BOCHEMBUZO; PAPILE, 2013, p. 5).

De acordo com Santos (2016, p. 2), o *lead* é o resumo de um assunto, possibilitando que o leitor compreenda a notícia a partir das respostas das seis perguntas citadas anteriormente. “O lead exige de seu escritor a apresentação de um resumo do fato, a identificação de lugares e de pessoas envolvidas e as particularidades da história. Além disso, deve ser capaz de provocar interesse no leitor, para ir até o fim do texto” (SANTOS, 2016, p. 5).

Sendo assim, é possível identificar que a produção textual para o jornalismo impresso deve seguir estruturas que facilitam a compreensão dos leitores e o modo de produção para os jornalistas. Os critérios de

noticiabilidade também auxiliam na identificação daquilo que pode ou não ser transformado em um texto jornalístico.

Pautados nos estudos sobre o jornalismo impresso no Brasil, o Informativo Paroquial, projeto gráfico, design e linguagem jornalística, foi realizada uma análise do tabloide da Paróquia Santa Bibiana, abordado no item a seguir.

### **5.3 Análise do informativo paroquial**

O grupo analisou 12 exemplares do Informativo Paroquial, da Paróquia Santa Bibiana, de Martinópolis, de janeiro a dezembro de 2016. Os critérios para a avaliação do jornal impresso foram divididos em duas etapas, sendo a primeira a análise das capas e, em um segundo momento, a avaliação do conteúdo produzido para o tabloide.

Os itens avaliados na capa foram: Chamada, Fotografia, Notícia, Publicidade, Cabeçalho, Manchete, Ilustração e Layout. Estes componentes, quando usados de maneira correta, de acordo com Mota<sup>36</sup>, são os responsáveis por estimular o leitor a fim de que o material seja lido.

A avaliação permitiu constatar que, embora seja um objeto com raízes jornalísticas, o Informativo não apresenta características importantes para a construção da notícia, como por exemplo, a manchete, que no Informativo é utilizada sem cunho jornalístico (Figura 2). De acordo com Silva (2004, p. 229), este item “estabelece para cada texto uma estrutura de relevância que cria uma hierarquia de valor” entre as notícias publicadas.

---

<sup>36</sup> Marcelo José da Mota, docente da disciplina de Planejamento Gráfico em Jornalismo da Universidade do Oeste Paulista. Entrevista sobre Projeto Gráfico, em 23 fev. 2017 às 21h00.

FIGURA 2 – Capa do mês de julho de 2016  
**Informativo Paroquial**  
 Edição: Julho/2016 • Paróquia Santa Bibiana - Martinópolis - SP

**JULHO, mês do Preciosíssimo Sangue de Jesus**



Atendimento dos Padres nos Distritos

- 1º Sábado – Teçaindã, das 09h00 às 11h30. - 3º Sábado – V. Escócia, das 09h00 às 11h30.

**ATENÇÃO**

- FÉRIAS DA CATEQUESE: De 01 a 30 de julho! Boas férias a todos catequistas e catequizandos

- RETIRO DOS PADRES: em Curitiba, de 04 a 07 de Julho

**Dia 16/07:**  
**Ordenação Presbiteral do Diácono Sergilson**  
 No Maramhão

Toda Sexta-feira na Matriz das 7h às 15h:  
**ADORAÇÃO AO SANTÍSSIMO**  
 Ele está te esperando, venha visitar Jesus Cristo!



**MARTINÓPOLIS - SP**

**PARTICIPE!**

Atividades da AJVNS:  
 - Terça-feira - Plantão de oração, às 17h  
 - Quinta: Rosário das Mães pelos filhos, às 15h, e Terço dos Homens, às 19h30.

Grupo de Oração da Renovação Carismática  
 Toda terça-feira após a missa, no salão de Palestra.

Retiro de **Experiência de Oração**

**16 17** de Julho

"Seje misericordiosos como vosso Pai é misericordioso" (Lc 6,36)

Proposto: **Alan Carlos Costa** Sorocaba - SP

Inscrições: Grupo de Oração Secretaria Paroquial  
 Valor: R\$ 15,00  
 Local: Paróquia Santa Bibiana  
 Informações: (15) 99690-7051



**ARRAIÁ**  
 PARÓQUIA SANTA BIBIANA

ANIMAÇÃO TRICETANOS

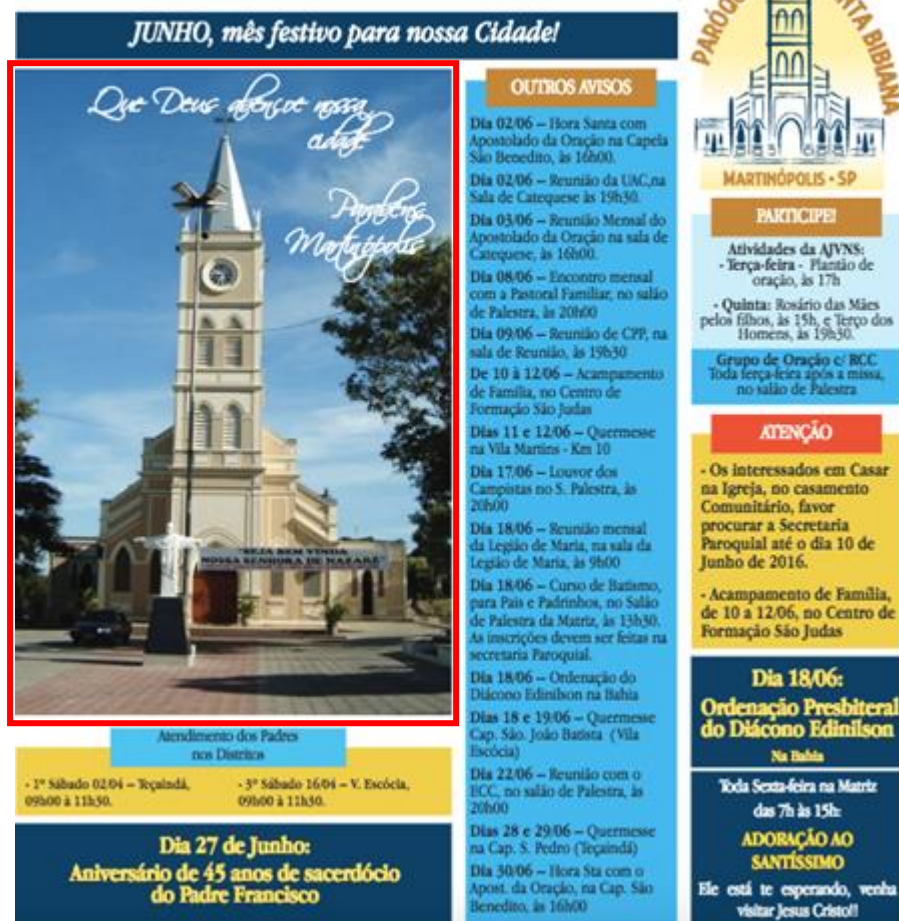
FRENTE AO CENTRO DE EVENTOS  
**09 JULHO 2016 INÍCIO 19h30**

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Das capas analisadas, apenas a edição de junho apresenta fotografia, mesmo que sem legenda ou créditos do autor. A imagem fotográfica, para um veículo como o Informativo Paroquial, é importante porque está relacionada aos valores informativos (Figura 3), pois o grupo identifica a necessidade da produção própria das imagens utilizadas no tabloide, atentando-se aos critérios noticiosos já citados no texto e na estética.

FIGURA 3 – Capa do mês de junho de 2016  
**Informativo Paroquial**  
 Edição: Junho/2016 • Paróquia Santa Bibiana - Martinópolis - SP

**JUNHO, mês festivo para nossa Cidade!**



**OUTROS AVISOS**

Dia 02/06 – Hora Santa com Apostolado da Oração na Capela São Benedito, às 16h00.  
 Dia 02/06 – Reunião da UAC, na Sala de Catequese às 19h30.  
 Dia 03/06 – Reunião Mensal do Apostolado da Oração na sala de Catequese, às 16h00.  
 Dia 08/06 – Encontro mensal com a Pastoral Familiar, no salão de Palestra, às 20h00.  
 Dia 09/06 – Reunião de CPP, na sala de Reunião, às 19h30.  
 De 10 à 12/06 – Acampamento de Família, no Centro de Formação São Judas.  
 Días 11 e 12/06 – Quermesse na Vila Martins - Km 10.  
 Dia 17/06 – Louvor dos Campesinos no S. Palestra, às 20h00.  
 Dia 18/06 – Reunião mensal da Legião de Maria, na sala da Legião de Maria, às 9h00.  
 Dia 18/06 – Curso de Batismo, para Pais e Padrinhos, no Salão de Palestra da Matriz, às 13h30. As inscrições devem ser feitas na secretaria Paroquial.  
 Dia 18/06 – Ordenação do Diácono Edinilson na Bahia.  
 Días 18 e 19/06 – Quermesse Cap. São João Batista (Vila Escócia).  
 Dia 22/06 – Reunião com o BCC, no salão de Palestra, às 20h00.  
 Días 28 e 29/06 – Quermesse na Cap. S. Pedro (Itaipindá).  
 Dia 30/06 – Hora Sta com o Apost. da Oração, na Cap. São Benedito, às 16h00.

**PARTECIPE!**

Atividades da AJVNS:  
 - Terça-feira - Plantio de oração, às 17h.  
 - Quinta: Rosário das Mães pelos filhos, às 15h, e Terço dos Homens, às 19h30.

Grupo de Oração c/ BCC  
 Toda terça-feira após a missa, no salão de Palestra.

**ATENÇÃO**

- Os interessados em Casar na Igreja, no casamento Comunitário, favor procurar a Secretaria Paroquial até o dia 10 de Junho de 2016.  
 - Acampamento de Família, de 10 a 12/06, no Centro de Formação São Judas.

**Dia 18/06:  
 Ordenação Presbiteral do Diácono Edinilson  
 Na Bahia**

Toda Sexta-feira na Matriz das 7h às 15h:  
**ADORAÇÃO AO SANTÍSSIMO**  
 Ele está te esperando, venha visitar Jesus Cristo!!

Atendimento dos Padres nas Distritas

- 1º Sábado 02/04 – Itaipindá, 09h00 à 11h30. - 3º Sábado 16/04 – V. Escócia, 09h00 à 11h30.

**Dia 27 de Junho:  
 Aniversário de 45 anos de sacerdócio do Padre Francisco**

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Já as chamadas foram utilizadas em apenas uma das capas analisadas (Figura 4). Este é um item que informa ao leitor o número da página em que o material completo pode ser encontrado dentro do jornal. Este recurso auxilia o público a conhecer previamente os conteúdos de destaque que são abordados na edição.



FIGURA 4 - Capa do mês de fevereiro de 2016



Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

A notícia que deveria ser para o informativo impresso o fator de principal interesse, já que ela seria a responsável por trazer os fatos inéditos, de interesse público, curiosos, com notoriedade, entre outros, foi utilizada em apenas uma capa (Figura 5).



FIGURA 5 - Capa do mês de janeiro de 2016

**Informativo Paroquial**  
 Edição: Janeiro/2016 • Paróquia Santa Bibiana - Martinópolis - SP  
 Distribuição Interna  
 Grátis e Gratuita

**2016** *Ano Santo do Jubileu da Misericórdia*

**PARÓQUIA SANTA BIBIANA MARTINÓPOLIS - SP**

**Significado do logo**

O logotipo e o lema colocados juntos oferecem uma feliz síntese do Ano jubilar. O lema Misericordiosos como o Pai (retirado do Evangelho de Lucas, 6,36) propõe viver a misericórdia no exemplo do Pai que pede para não julgar e não condenar, mas perdoar e dar amor e perdão sem medida (cfr. Lc 6,37-38).

O logotipo – obra do Padre jesuíta Marko I. Rupnik – apresenta-se como uma pequena suma teológica do tema da misericórdia. Mostra, na verdade, o Filho que carrega aos seus ombros o homem perdido, recuperando uma imagem muito querida da Igreja primitiva, porque indica o amor de Cristo que realiza o mistério da sua encarnação com a redenção.

O desenho é feito de tal forma que realça o Bom Pastor que toca profundamente a carne do homem, e o faz com tal amor capaz de lhe mudar a vida. Além disso, um detalhe não é esquecido: o Bom Pastor com extrema misericórdia carrega sobre si a humanidade, mas os seus olhos confundem-se com os do homem. Cristo vê com os olhos de Adão e este com os olhos de Cristo. Cada homem descobre assim em Cristo, novo Adão, a própria humanidade e o futuro que o espera, contemplando no Seu olhar o amor do Pai.

A cena é colocada dentro da amêndoa, também esta figura cara da iconografia antiga e medieval que recorda a presença das duas naturezas, divina e humana, em Cristo. As três ovas concêntricas, de cor progressivamente mais clara para o exterior, sugerem o movimento de Cristo que conduz o homem para fora da noite do pecado e da morte. Por outro lado, a profundidade da cor mais escura também sugere o mistério do amor do Pai que tudo perdoo.

**MISERICORDIOSOS COMO O PAI**

*Palavra do Padre..... Pág 2* *Construir a casa sobre a rocha..... Pág 4* *II Mandamento: Não Profanar o nome de Deus..... Pág 6*

*Entenda mais sobre o Jubileu Extraordinário..... Pág 3* *Casal que ora junto permanece junto..... Pág 5* *Mensagem do Dispensário..... Pág 6*

*Todas as vossas coisas sejam feitas com amor..... Pág 3* *O que são as Indulgências..... Pág 5* *Mensagem da P. do Dízimo..... Pág 6*

*O pai fundador..... Pág 4* *Fotos da Comunidade em Ação..... Pág 7*

**Toda Sexta-feira na Matriz das 7h às 15h:**  
**ADORAÇÃO AO SANTÍSSIMO**  
 Ele está te esperando, venha visitar Jesus Cristo!!

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Ao analisar o “miolo” do Informativo Paroquial, algumas edições contaram com um espaço no rodapé das páginas destinado aos apoiadores comerciais, ou seja, colaboradores que auxiliam a manter o tabloide (Figura 6). Nas edições em que não são colocados o rodapé para os apoiadores, a Pascom disponibiliza um box com uma mensagem informando a possibilidade de comprar o espaço (Figura 7). Além de propagandas institucionais que são utilizadas para divulgação dos eventos da paróquia.

FIGURA 6 – Página 3 do mês de janeiro de 2016

Informativo Paroquial • Edição: Janeiro / 2016 • Paróquia Santa Blandina - Martinópolis - SP

---

Ano Santo

## Entendendo um pouco mais sobre o Jubileu Extraordinário



A Igreja Católica iniciou a tradição do Ano Santo com o Papa Bonifácio VIII em 1300. Ele planejou um jubileu por século. A partir de 1475, para possibilitar que cada geração vivesse

pelos menos um Ano Santo, o jubileu ordinário passou a acontecer a cada 25 anos. O Jubileu, ou Ano Santo, é um ano que a Igreja proclama para que as pessoas se convertam e se reconciliem com Deus, por meio da penitência, da oração, da caridade, dos sacramentos e da peregrinação, ou seja, na tradição católica, o Jubileu consiste em que durante 1 ano se concedam indulgências aos fiéis que cumpram certas disposições eclesiais estabelecidas pelo Vaticano.

O Jubileu pode ser ordinário ou extraordinário. O Jubileu ordinário acontece de acordo com os prazos estipulados, normalmente a cada 25 anos; enquanto o Jubileu extraordinário pode ser realizado em ocasião de um acontecimento de particular importância e sua duração varia de alguns dias até um ano. Até hoje foram 26 Jubileus Ordinários, sendo o último no ano 2000. O próximo Jubileu Ordinário acontecerá em 2025. Mas antes de 2025 chegar, o Santo Padre decidiu proclamar em 2015, um Jubileu Extraordinário e explica por que decidiu proclamar este Ano Santo: "Em meio à violência, é preciso ter misericórdia. No mundo violento de hoje, os cristãos são chamados a esta experiência com Deus, que desce até

nossa miséria", declarou o Papa. Esse Jubileu deve ser acolhido como mais uma oportunidade que Deus encontra para, com sua misericórdia, auxiliar o homem naquilo que ele precisa.

O rito inicial do Jubileu começa com a abertura da Porta Santa da Basílica de São Pedro. Uma Porta Santa é uma porta aberta pelo Papa para marcar simbolicamente o início de um Ano Santo. Esta porta só se abre durante um Ano Santo. A abertura da porta significa que se abre um caminho extraordinário para a salvação: "Abrimos a Porta Santa, aqui e em todas as catedrais do mundo. Também é um simples gesto e um convite à alegria. Começa o tempo do grande perdão. É o Jubileu da misericórdia", disse o Papa durante sua homilia no dia 13 de dezembro de 2015.

A tradição é feita da seguinte forma: após abrir a porta da basílica vaticana, o Papa estabelece as datas de abertura e encerramento do Ano, bem como solicita a cada Diocese que abra no seu território uma Porta Santa. Esta porta deve ser aberta "ou na Catedral, (...) ou na Concatedral, ou então numa igreja de significado especial" (MV 3). O Pontífice pediu também que os grandes Santuários realizassem a abertura da

Porta no dia 13 de dezembro, data em que ele mesmo realizou a abertura da Porta Santa da Basílica de São João de Latrão, em Roma.

O Vaticano disponibilizou, por meio do site oficial do Ano da Misericórdia, um mapa com a localização das "Portas da Misericórdia" pelo mundo. Cada Diocese pode assinalar sua Porta Santa pelo mesmo local. Para se alcançar as indulgências plenárias no Ano da Misericórdia deve-se cumprir as três condições seguintes: "confissão sacramental, comunhão eucarística e oração nas intenções do Sumo Pontífice" (Normas, 7-10).

Sendo o Ano Santo um período em que se enfatiza o perdão, a libertação e a misericórdia, a Igreja propõe, de modo especial, nessas ocasiões, as indulgências.

Neste Jubileu, deixemo-nos surpreender por Deus. Ele nunca se cansa de escanear a porta do Seu coração, para repetir que nos ama e deseja partilhar conosco a Sua vida. A Igreja sente, fortemente, a urgência de anunciar a misericórdia de Deus.

Paula Rosário Santos Todorok  
PASCOM

---

Cotidiano Cristão

## Todas as vossas coisas sejam feitas com amor (I Cor. 16, 14)

Até a experiência de nossa vida se nos questionarmos das situações que vivenciamos qual foi realizada de forma mais plena, satisfatória e feliz, teremos a constatação de que foram as atitudes, as ações que realizamos com amor, com zelo, com paz no coração, aqueles momentos que procuramos dar o melhor de nós. Jesus é o nosso exemplo de amor, dedicação e cuidado com o próximo, por onde passou Jesus levou a mensagem de amor, de misericórdia. A palavra de Deus nos orienta a fazer tudo com amor: "Isto o que fazeis, fazei-o na caridade", (I Cor. 16,14). Temos a escolha, podemos decidir ser um bom filho, bom pai, boa mãe, boa esposa, bom esposo, bom trabalhador, ser um servo de Deus amoroso e com alegria, depende de nós escolher fazer o bem.

Deus nos deu a bênção de ter pessoas ao nosso redor que nos transmitem tantas coisas boas,

conhecimento, carinho, de ter toda criação do Pai, a natureza, tudo para vivermos com alegria e gratidão. Quando decidimos lidar com as coisas do dia a dia com um sorriso no rosto, com o desejar através de um simples "bom dia" para quem está ao nosso lado, percebemos que o dia é muito mais agradável e que com essa simples ação podemos estar levando um pouco de doçura para as pessoas que convivemos, muitas vezes não sabemos as dores, o fardo que esta pessoa está carregando, então, podemos ser misericordiosos como Jesus em nossas ações com o irmão.

O amor realiza milagres, cura feridas, então, que possamos levá-lo em tudo. Peçamos a Deus que toque o nosso coração e que sejamos instrumentos deste amor, que a nossa ação, que o nosso viver seja direcionado no amor. Santa Deus no seu coração, no seu ser, converse com Ele, peça ao Pai que Ele te

ajude a realizar sua missão neste mundo com amor: "Deus encha o meu ser do Espírito Santo, que eu seja luz por onde passar, que leve o amor, a doçura, a misericórdia, que as minhas ações sejam para a construção do bem, que eu seja reflexo do Seu Amor". Lembre-se que o mais simples Jardim cuidado com carinho floresce e desenvolve lindamente, e assim é em todas ações do nosso viver.

Que Deus abençoe este novo



ano, a vida de cada filho e que o amor esteja presente em tudo e com todos.

Paz, bem e amor!

Juliana Fernandes de Lima  
PASCOM

---

**Audio Note**  
Empenhamento  
(11) 9403-8694  
www.audio-note.com.br

**SERRALHERIA BUZZO**  
3275-6104  
9792-8533  
R. Hum. 843 Nilvino Álvares Schenker

**SorvetE**  
Sorvetes, Lanches, Yakissnaks,  
Batata Recheada e Sucos.  
Disk Entrega 3003-8118

**DROGARIA SÃO JOSE**  
Medicamentos e Perfumaria  
Disk Entrega  
3275-1609 / 3275-5538  
www.drogaria-saojose.com.br

**FOTO MUITO BOM**  
FOTOGRAFIA PARA IDENTIFICAÇÃO  
CARTÃO IDENTIFICACIONAL  
RETRATO 3x4  
FOTOGRAFIA 10x15  
FOTOGRAFIA 13x18  
FOTOGRAFIA 15x20

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP



FIGURA 7 - Página 6 do mês de janeiro de 2016

5 Informativo Paróquia • Edição: Janeiro/2016 • Paróquia Santa Bibiana - Martinópolis - SP

**Os 10 Mandamentos**

## Segundo Mandamento: Não Profanarás o Nome de Deus

Retornando ao breve estudo sobre os dez Mandamentos da Lei de Deus, neste mês de Janeiro, ano vindouro de 2016, analisaremos o segundo Mandamento: Não Profanarás o Nome de Deus.

Nenhuma pessoa, em si consciência, se alegria por ter o seu nome dito pelas pessoas de forma desnecessária, ou até mesmo, de forma desrespeitosa. O mesmo ocorre com o Santo Nome de Deus, quando é proclamado por cada um de nós de forma infeliz ou equivocada.

Por inúmeras vezes temos o péssimo costume de tomar o Santo Nome de Deus em vão, seja num momento de ira, seja num momento de descontração, de forma brincalhona e quase sempre desleixada.

O nome de Deus deve sempre ser expresso de forma firme, verdadeira, com o propósito de santificar o vocabulário que se acaba de sonorizar. Respeitar o Santo Nome do Senhor é tomar sagrado o verbo, a oração que exprimimos.

Nos ensina o Catecismo Jovem da Igreja Católica – YOUCAT – que: “o nome de Deus não deve ser invocado sem respeito, porque só o conhecemos por Ele no-lo ter confiado. O Seu nome é, de fato, a chave do coração do Onipotente. Por isso, é uma falta grave blasfemar contra Deus, amaldiçoar em nome de Deus, ou fazer promessas falsas em Seu nome. Por isso, o segundo Mandamento é também um Mandamento que protege o ‘Sagrado’ em geral. Os lugares, as coisas, os nomes e as pessoas que foram tocados por Deus são ‘Sagrados’. A sensibilidade para o sagrado designa-se pelo ‘temor’”.

Diante deste ensinamento, podemos entender a incidência do segundo Mandamento a todos os entes revestidos de sacralidade, como Maria Santíssima, os santos, os anjos, ou qualquer pessoa reconhecida em dignidade e santidade, pois estará ofendendo diretamente a pessoa do Todo Poderoso, pois fomos feitos a sua imagem e semelhança (cf. Gn. 1,27).

Seria sugestivo, em cada exame de consciência, preparatório para o Sacramento da Reconciliação, fazer memória das vezes que tomamos o nome de Deus em vão, de forma desnecessária, e não muitas vezes maldosa, de forma a nos desprendermos deste vício que às vezes nos assola.

Portanto, de foram irrestrita, possamos cada um de nós pautar os nossos dizeres, pensando muito bem antes de proclamar o Santo Nome de Deus, de forma que possamos sempre bendizê-lo e rendê-lo graças pela sua prodigiosa criação e ação milagrosa na história da humanidade.

Bruno Coelho Gonçalves - PASCOM

**Movimentos e Pastorais**

## Mensagem do Dispensário

Um Deus nasceu e entre nós se estabeleceu com amor sem fim.

Com as forças retomadas e com as bênçãos do Menino Deus que chega para libertar os nossos pecados ajudando-nos a iniciarmos um Novo Ano com esperanças. Livres, vamos as ações que contribuem para a edificação humanitária.

Faremos neste mês o mutirão para recadastramento dos assistidos, sempre esperando que as necessidades diminuam. Mas... enquanto ainda falta alimento, vamos a busca.

Os padres e a equipe do dispensário dão início a uma nova proposta: Nos 3<sup>os</sup> (terceiros) domingos, ou melhor, nestes finais de semana nas entradas da matriz Santa Bibiana, nas Igrejas São Benedito e Rainha dos Apóstolos será colocado cesto para que possamos trazer o nosso quilo a nossa oferta concreta.

Mas... a sua caridade poderá ser praticada sempre no momento a

**SUA SOLIDARIEDADE É UM PRATO CHEIO.**

seu critério e é você que faz. Os setores continuarão recolhendo, pois, este belo trabalho é bem organizado e valioso. Nas capelas o trabalho também acontecerá com as orientações dos padres e dos ministros.

Toda dívida boa e todo dom perfeito vem de cima; desce do Pai das luzes no qual não há mudança nem mesmo aparência de instabilidade.

Caminhemos unidos na fraternidade promovendo a VIDA através da misericórdia.

Feliz Ano Novo!

Dispensário Santo Antônio

**Movimentos e Pastorais**

## Seja bem-vindo, 2016!

Viermos hoje expor um tema que muito chama a atenção: a função da equipe da Pastoral do Dízimo.

Muitos pensam: “é aquela equipe chata que só pensa em arrecadar”. Mas isso é um engano!

A função primordial da Pastoral do Dízimo é evangelizar! Isso mesmo, repetimos, evangelizar! Muitos dizem, mas isso não é de responsabilidade do Padre, dos ministros e catequistas. Sim, por óbvio que é. No entanto, na questão do dízimo, TODOS precisam ser evangelizados, tomar verdadeira consciência do que é devolver o dízimo e da gratidão que permeia esta decisão de fé e de amor.

Tanto é que em 2015 fizemos um trabalho de evangelização com os ministros e catequistas, pois são eles que levam mais de perto a palavra de Deus ao povo, além dos padres, é claro. O tema dízimo não é tema fácil de ser trabalhado, pois sempre pensa-se em dinheiro em primeiro lugar, quanto o correto é pensar primeiro em gratidão, fruto do amor e do desapego aos bens materiais.

Para 2016 pretendemos continuar com este trabalho, envolvendo outras

pastoras e movimentos como E.C.C., Pastoral Familiar, Renovação Carismática, Terço dos Homens, Capelas, etc., para esclarecer todas as dúvidas dos católicos e criar a consciência do dizimista fiel, que não “paga” o dízimo, mas “devolve” a Deus parte daquilo com que foi agraciado, seja um emprego que lhe dá sustento, um bom negócio, saúde, família, paz.

Por óbvio que quanto mais os dizimistas forem fiéis, maior será o dízimo da paróquia. Mas isso nem de longe é um objetivo! Seria como dizer que o aluno deve ir à escola para passar de ano e não para aprender. Ou que deveríamos ir a missa por obrigação e não por amor à Eucaristia.

Entendendo estas questões é fácil e gratificante ser dizimista!

E a equipe da Pastoral do Dízimo sente-se gratificada por ter cumprido sua missão em 2015 de levar aos paroquianos a espiritualidade da gratidão.

Que venha 2016! Estamos prontos! Não por obrigação, mas por amor a Cristo e ao Reino de Deus.

Pastoral do Dízimo

**SOS** **Precisamos de sua ajuda!**  
Anuncie aqui e ajude na impressão do Informativo da Paróquia.

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Um item que está presente em todos os miolos das edições avaliadas é o cabeçalho. No Informativo ele é identificado no canto superior da capa, na cor azul, e apresenta o nome do tabloide, a edição, o mês e ano de publicação, nome da Paróquia, cidade e distribuição. É importante, pois, traz a identidade e confiabilidade do jornal impresso. Já no canto superior direito, sempre está presente o logotipo da Paróquia Santa Bibiana (FIGURA 8).

FIGURA 8 – Recorte do cabeçalho do mês de março de 2016



Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

As ilustrações estão presentes no jornal, seja apresentando a imagem do santo do mês, uma figura para o texto ou mensagem reflexiva. Na maioria das vezes elas são retiradas da internet e não apresentam a fonte de origem ou autor da imagem (FIGURA 9). As imagens do Informativo deveriam ser preferencialmente produzidas pelos responsáveis, pois passa credibilidade e proximidade ao leitor.

FIGURA 9 – Recorte da página 3 do mês de maio de 2016



Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

O *layout*, também foi analisado avaliando a maneira com que os textos eram distribuídos, em quantas colunas as imagens foram apresentadas, no caso do exemplo abaixo foram três, com as cores azuis, preto e branco. Três tipos de fontes diferentes foram utilizadas e a composição da página dividida em editorial, liturgia dominical, expediente e os principais santos do mês. Ainda existem duas publicações institucionais na página. (FIGURA 10).



FIGURA 10 – Página 2 do mês de maio de 2016



**“Editorial**

a Ela, disse “Sim” a salvação da humanidade, por isso, merece de nós todo respeito, honra e veneração.

Obedecer na fé à vontade de Deus é submeter-se de forma livre a Palavra ouvida. Maria ouviu a mensagem do Anjo Gabriel de que Ela seria a Mãe do Salvador, pois acreditou que “nada é impossível para Deus” (Lc 1,37). Maria compreendeu, de fato, a vontade de Deus e nos ensina que o SIM dado a Deus, com o coração aberto, proclamamos as maravilhas do Senhor realizadas em nossa vida.

Maria é testemunha da fé no Deus vivo e verdadeiro, pois ela contemplou a salvação de Deus. Ela ensina, como Mãe e Mestre, que Deus nunca abandona o homem. Sendo a Mãe por excelência, sempre indica o caminho a seguir, nos conduz a seu Filho Jesus, que se entregou por nós, para nossa salvação. Maria, assistiu à igreja nascente

mediante suas orações. De fato, a Mãe do Senhor sempre intercede por seus filhos, pela Igreja, pois como o Pai, não quer que nenhum de seus filhos se perca, mas que chegue a salvação.

A fé perseverante de Maria nos ensina a permanecemos firmes diante das provações da vida que não são poucas. Ela nos deu um grande exemplo ao ver seu Filho Jesus morrer na Cruz, não deixou de crer no cumprimento da Palavra de Deus. Maria não teve medo de se lançar na obediência da fé, pois dando seu consentimento à Palavra de Deus, tornou-se a Mãe de Jesus, entregou-se à pessoa e à obra de seu Filho. Com o “sim” Maria se pôs a serviço, foi auxiliar sua prima Isabel. Que a exemplo da Mãe do Senhor, estejamos atentos às necessidades do nosso próximo para auxiliá-los em suas dificuldades.

Que Maria Santíssima nos ensine a sermos perseverantes a seu Filho Jesus, que o nosso “Sim” seja de verdadeira entrega ao Senhor da vida.

Diácono Fernando

**Maria, Modelo de Perseverança**

**M**aio, mês dedicado a Maria, a serva fiel do Senhor. Ela nos conduz a Jesus e nos ensina como sermos fiéis a Ele, como seguiu-o de coração generoso, sempre dócil a realizar Sua santa vontade.

Maria disse corajosamente “SIM” à missão que Deus propôs



acolhe o projeto de Deus, cuida e deixa cuidar-te.

**“Faça-se em mim segundo a tua palavra”**  
Lc 1,38

*Faça Deus sua vontade!*

**PasCom**  
Pastoral de Comunicação

**Liturgia Dominical**

01/05 - (6º Domingo do Tempo Pascal)  
At 15,1-2.22-29; Ap 21,10-14.22-23; Jo 14,23-29

08/05 - (Solenidade da Ascensão do Senhor)  
At 1,1-11; Ef 1,17-23; Lc 24,46-53

15/05 - (Domingo de Pentecostes)  
At 2,1-11; 1Cor 12,3b-7.12-13; Jo 20,19-23

22/05 - (Solenidade da Santíssima Trindade)  
Pr 8,22-31; Rm 5,1-5; Jo 16,12-15

29/05 - (9º Domingo do Tempo Comum)  
1Rs 8,41-43; Gl 1,1-2.6-10; Lc 7,1-10

**Expediente**

Informativo Paroquial: Maio/2016  
Impressão: Gráfica Grafnorite  
Supervisão: Padre Cristiano  
Distribuição Interna:

**PARÓQUIA SANTA BIBIANA**

Praça José Antônio Cordeiro 289 - Centro  
Fone: (18) 3275-1170 / 3275-5310  
bibiana@stetnet.com.br - www.santabibiana.com.br

Atendimento Secretaria:

Segunda a Sexta - 08h00 às 17h30 - Sábado: 08h00 às 11h00

**Principais Santos / Dias do Mês**

01/05 - São José Operário;	20/05 - São Bernardino de Siena;
02/05 - Santo Atanásio;	21/05 - São Cristóvão Magallanes;
03/05 - Santos Filipe e Tiago;	22/05 - Santa Rita de Cássia e Santíssima Trindade;
08/05 - Ascensão do Senhor;	25/05 - São Bede e São Gregório VII e Santa Maria Madalena de Pazzi;
12/05 - Santos Nereu, Aquiles e São Pancrácio;	26/05 - São Filipe Néri e Corpo e Sangue de Cristo;
13/05 - Nossa Senhora de Fátima;	27/05 - Santo Agostinho de Canadária;
14/05 - São Matias Apóstolo;	31/05 - Visitação da Virgem Maria;
15/05 - Pentecostes;	
18/05 - São João I;	

**ACESSE NOSSO SITE**  
[www.santabibiana.com.br](http://www.santabibiana.com.br)

**EFIQUE POR DENTRO DE NOSSA PÁGINA NO facebook**

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Na análise, foi possível entender como é feito o Informativo Paroquial e quais fatores precisam ser melhorados ou aprimorados. Junto ao box é possível identificar o fio-data (Figura 11), logo acima, que, de acordo com o Novo Manual da Redação (1998, p. 143), “é o traço sobre o qual se escrevem dados como data da edição, número da página, nome e seção do jornal. Fica no alto de cada página ou, nas capas de caderno, logo abaixo do logotipo”. E sobre os textos, por exemplo, todos apresentam chapéu na sua estrutura (Figura 12). O chapéu, segundo o Novo Manual da Redação (1998, p. 130-131), “É uma palavra ou expressão curta colocada acima de um título. Usada para indicar o assunto de que trata o texto ou os textos que vêm abaixo dela”.

FIGURA 11 – Recorte da página 2 do mês de setembro de 2016

2 Informativo Paroquial • Edição: Setembro/2016 • Paróquia Santa Ifigênia - Martinópolis - SP



## “Editorial

comunica amorosamente a nós. A Palavra de Deus é um remédio seguro para resistir às seduções e tentações do mal. Apesar das fraquezas humanas, Cristo sempre dá confiança ao homem e abre para ele um horizonte mais amplo que os limites dele e faz isso por meio da sua Palavra.

É assim, quando nós estamos em tentação, não ouvimos a Palavra de Deus: não somos tentados, somente a Palavra de Deus nos salva. Ele sempre está disposto a nos ensinar como sair da tentação. E Jesus é grande não só porque nos faz sair da tentação, mas porque nos dá confiança. Essa confiança, é uma grande força quando somos tentados, é uma certeza de que Deus sempre espera pelo homem, abre-lhe horizontes. Em vez disso, o diabo fecha horizontes. Para não se deixar aprisionar, é preciso escutar a Palavra de Jesus. “Essa Palavra nos salvará de cair em pecado no momento da tentação”.

Nesse mês, vamos lembrar em nossa Comunidade e em toda Paróquia o nosso compromisso Dizimista. Queremos reconhecer tudo o que recebemos de Deus. O dizimo é o nosso gesto de gratidão pela abundância da Graça Divina em nossas vidas! Obrigado Senhor pela vida de cada dizimista fiel que faz parte da nossa Comunidade!

Pe. Cristiano de Jesus, SAC

### Escuta da

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

FIGURA 12 – Recorte da página 3 do mês de outubro de 2016

Sociedade e Igreja

## Como educar crianças como crianças

No dia 12 de outubro, além de Nossa Senhora Aparecida, Padroeira do nosso país, comemoramos também o Dia das Crianças.

A infância é uma época de formação da criança com forte impacto na vida futura e, hoje em dia, em razão das influências externas, há extrema necessidade de priorizar a educação dos filhos.

Atualmente, muitos pais, em razão da correria do dia a dia, mesmo que inconscientemente, transferem a incumbência de educar seus filhos aos professores. E até os cobram e os responsabilizam por determinados comportamentos dos filhos. Ora, quem são os principais responsáveis pela criação e educação dos filhos? Sim, são os pais. A primeira escola da criança deve ser a família!

Os pais devem incentivar os filhos a brincar para que os pequenos aproveitem a infância de forma sábia. Mas brincar mesmo! Ao ar livre! Porque a brincadeira é fonte de aprendizado e descoberta do mundo. E é descobrindo o mundo que as crianças começam a interagir entre elas, dividindo as brincadeiras, os aprendizados e sentimentos. Criam-se vínculos que ajudam no desenvolvimento afetivo e no combate à solidão.

Hoje, os pais ainda tem que lidar com o vício das crianças com os jogos eletrônicos (videogame, celulares). Esses jogos ajudam no desenvolvimento motor e mental, mas podem levar as crianças a viverem num mundo virtual e não real. O limite de tempo desses jogos é importante, pois assim evita-se o sedentarismo, a obesidade e o isolamento infantil. Aliás, impor limites é importante para o desenvolvimento da criança.

Também não devemos esquecer do que, na minha opinião, é o primordial na base educacional de uma criança: o respeito. Os pais são espelhos para os filhos. Por isso, você que é pai, você que é mãe, tratem-se mutuamente com respeito. Deixem transparecer o amor. Os filhos irão crescer já com essa concepção de amor e de respeito ao próximo.

As atitudes dos pais, norteadas pelo Espírito Santo, podem ser base sólida, que permitam educação exemplar, influenciando a conduta dos filhos.



“Ensina à criança o caminho que ela deve seguir, mesmo quando envelhecer, dele não há de se afastar.” (Provérbios 22,6)

Willian Ricardo Tadisco - PASCOM

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Logo abaixo do chapéu os leitores sempre encontram os títulos, que trazem o assunto a ser abordado no texto (Figura 13). Os títulos do jornal não seguem, em sua maioria, os padrões jornalísticos como uso de verbos de ação, por exemplo, mas apresentam tema central. O informativo não oferece linha-fina em nenhum dos textos das edições de 2016. Segundo o Novo Manual da Redação (1998, p. 153), linha-fina é uma “frase ou período sem ponto final, que aparece abaixo do título e serve para completar seu sentido ou dar outras informações. Funciona como subtítulo. Usa letras menores que as do título e maiores que as do texto”.



FIGURA 13 – Recorte da página 3 do mês de dezembro de 2016

**Curiosidades**

## Conheça a história e o significado do presépio

O presépio é um importante símbolo do Natal e representa um estábulo, uma gruta, ou um tipo de estrebaria. Foi num presépio que nasceu o Menino Jesus e é o nascimento dele que se comemora no Natal. Segundo a crença cristã, o presépio foi o único lugar em que de representações litúrgicas nas paróquias, mas São Francisco pediu a dispensa da proibição, para lembrar ao povo a natividade de Jesus Cristo.

O objetivo de São Francisco era facilitar a compreensão do nascimento de Jesus

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Ainda sobre a estrutura do texto, há a utilização de 27 vezes o recurso do intertítulo (Figura 14), que neste caso, é a separação do texto, para destacar um novo assunto. O intertítulo é importante, em um texto, quando se quer dividir o conteúdo, destacar um novo ponto de vista ou até mesmo trazer um desdobramento.

FIGURA 14 – Recorte da página 5 do mês de janeiro de 2016

**Relacionamentos**

## Casal que ora junto permanece junto

O sacramento do matrimônio é uma graça dada por Deus, e uma vez concretizada se torna perpétuo, exclusivo, indissolúvel e indelével, ou seja, os esposos pertencem um ao outro para sempre.

A caridade, ou seja, o amor, é que une o casal. São Paulo nos diz que a caridade é paciente, é bondosa, não busca os próprios interesses, não acaba nunca, só a caridade faz com que perduramos uns aos outros até mesmo quando um erroa com o outro. É preciso que nos alimentemos do amor de Deus. E como isso é possível, em meio a tantas tribulações, problemas, mentiras e tentações? Somente na oração! A oração fortalece o casal à medida em que se exercita a fé, o "falar com Deus", o ato de se tornar íntimo e por isso um "conhecedor" de Deus intensifica a consciência de que Ele nos criou por amor e nos quer felizes, sendo provedores e transmissores desse amor ao mundo. O casal que se une em oração não se separa, pelo contrário, diante das adversidades, une-se cada vez mais, para que em Deus, encontrem forças e perseverem para educar os filhos e superar dificuldades e desafios.

Lembremo-nos sempre que não existem "príncipes encantados" ou "a mulher perfeita", mas sim aquela pessoa cheia de defeitos, fragilidades e limitações a quem Deus confiou para você. Então, uma as suas imperfeições ao Amor Perfeito de Deus e se disponha a crer que Ele tudo pode.

**ORAÇÃO:**

Senhor Jesus, fonte de toda graça para a vida matrimonial na dignidade sacramental. Dá-nos a graça maior de entendermos plenamente o mistério sagrado do matrimônio. Não permite, Jesus, que por falta de um entendimento suficiente da grandeza do matrimônio, por Ti instituído, venhamos a banalizá-lo ou depreciá-lo. Dá-nos, Jesus, a graça de entendermos que o que uniste não pode ser separado. Ajuda-nos Senhor a não virarmos objetos frágeis nas garras do sistema social vigente, que empurra a todos para essa máquina "fábrica" de prazer irresponsável e que não produz felicidade verdadeira. Abençoa, Jesus, as pessoas que contrairam o Sacramento do Matrimônio. Ajuda-os a viverem na graça do amor verdadeiro, na fidelidade e na harmonia do lar. Coloque-os a salvo de todas as ciladas do Maligno, que só quer destruir, incitando à infidelidade. Que os lares por Ti formados, possam contar também com a tenacidade, a força, o empenho e a persistência dos casais, para viverem em estado de graça, que garante a fidelidade sempre. Que os casais alimentem cada vez mais, um pelo outro, uma grande compaixão. Possa a verdade e retidão ser a base de relacionamentos afetivos e eletivos realmente sólidos e maduros. Abençoi, Senhor, os casais, para que um veja no outro a Tua insubstituível presença. Que as famílias sejam cada vez mais um terreno fértil para o desenvolvimento da santidad do casal e dos filhos. Amém

Rodrigo M. Maciel - PASCOM

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Outro item utilizado em jornais impressos é o olho (Figura 15), mas que no tabloide é pouco explorado, sendo utilizado apenas oito vezes em 12 edições do Informativo. De acordo com o Novo Manual da Folha (1998, p. 157-158), este elemento é utilizado para "[...] anunciar os melhores trechos de

textos longos e arejar sua leitura. Em geral tem apenas três linhas de texto centralizadas, nas quais se destacam frases relevantes e sugestivas do artigo, entrevista ou transcrição”. Nos poucos casos que se utilizam no Informativo Paroquial, o olho vem em forma de ilustração e não dentro do texto.

FIGURA 15 – Recorte da página 6 do mês de março de 2016

**10º Acampamento Sênior e depoimento de dois novos campistas**

Sobre o acampamento, o Padre Zezinho já dizia:

O Acampamento não é um lugar isolado do mundo, mas é para compreender o mundo a partir de um encontro especial com uma Pessoa Maravilhosa que se chama Jesus Cristo!

O Acampamento não é um passatempo, uma colônia de férias onde você se diverte, foge do trabalho para descansar!

O Acampamento é trabalho interior, pessoal.

O Acampamento não tem a pretensão de mudar o mundo, mas de transformar a vida das pessoas a partir da novidade do Evangelho!

O Acampamento não é a pessoa que fez e que às vezes não mudou alguma sua situação!

O Acampamento vai além do que se vê, do que se conhece!

Realmente tem sido para muitos uma oportunidade de crescimento pessoal.

O Acampamento é todo dia!

O Acampamento acontece na sua vida, na sua casa, no seu trabalho, no seu andar, no seu falar e também no seu julgar! O Acampamento é abençoado e pode trazer bênçãos e graças para sua vida se você quiser, se você permitir!

A Bíblia Sagrada recomenda: "Orai sem cessar, em todas as circunstâncias!"

Não fiquemos olhando os erros dos outros tentando convertê-los, olbemos nossos próprios erros, os culpas dos nossos olhos, nossas sujeiras, nossas tranqüezas que precisam de limpeza. Julgar é muito fácil, difícil é amar os inimigos! Mas Jesus nos pediu: Amai os vossos inimigos!

É como pediu o Papa Francisco no dia da sua eleição: Rezem por mim!

Apoy com insistência: Rezem pelo seu Padre, rezem pela Igreja, rezem por quem te fez mal.

Neste Ano da Divina Misericórdia venhamos nela crescer e crescer os

Antonio Valentin de Oliveira, tribo vermelha, relata: "O acampamento pra mim era um trabalho de evangelização. Porém, na minha visão, deveria ser destinado somente para as pessoas distantes da vida da Igreja. No início não fui para esse acampamento com o propósito de buscar alguma coisa para mudar em minha vida, mas sim por insistência dos Padres que há muito tempo me chamavam para participar. E nessa certeza fui acampar, dizendo: vou fazer um retiro espiritual como tantos outros já feitos em meus mais de trinta anos de vida dedicada a Igreja Católica. Entretanto bastou dois dias de acampamento para que eu pudesse perceber como maravilhosos mudas tantas coisas em

Maria Julia Gomes Pereira, tribo amarela, iniciou seu testemunho agradecendo a Deus pela oportunidade de ter participado do acampamento, momento único e maravilhoso, no qual vivenciei uma nova experiência

**"Tive a oportunidade de olhar para dentro de mim mesma e me reconectar, aprender e amar mais as pessoas valorizar principalmente aqueles que convivem comigo."**

Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

A maioria dos textos é assinada pelo seu autor/escritor no final (Figura 16), porém nem sempre são produções da Pastoral da Comunicação. Alguns são retirados da internet, de sites como o da Canção Nova, outros são colaborações de fiéis da Igreja e outros uma adaptação de textos da internet, por integrantes da Pastoral.

FIGURA 16 – Recorte da página 3 do mês de setembro de 2016

**Milagre**

O milagre atribuído à religiosa albanesa e que a levará à glória máxima dos altares foi a cura inexplicável de um homem brasileiro, que atualmente mora no Rio de Janeiro. Na época, o homem que recebeu o milagre tinha 35 anos e, à beira da morte por causa de uma grave doença cerebral, de forma inexplicável, recuperou-se.

**Paula Honório Sartori Tudisco - PASCOM**

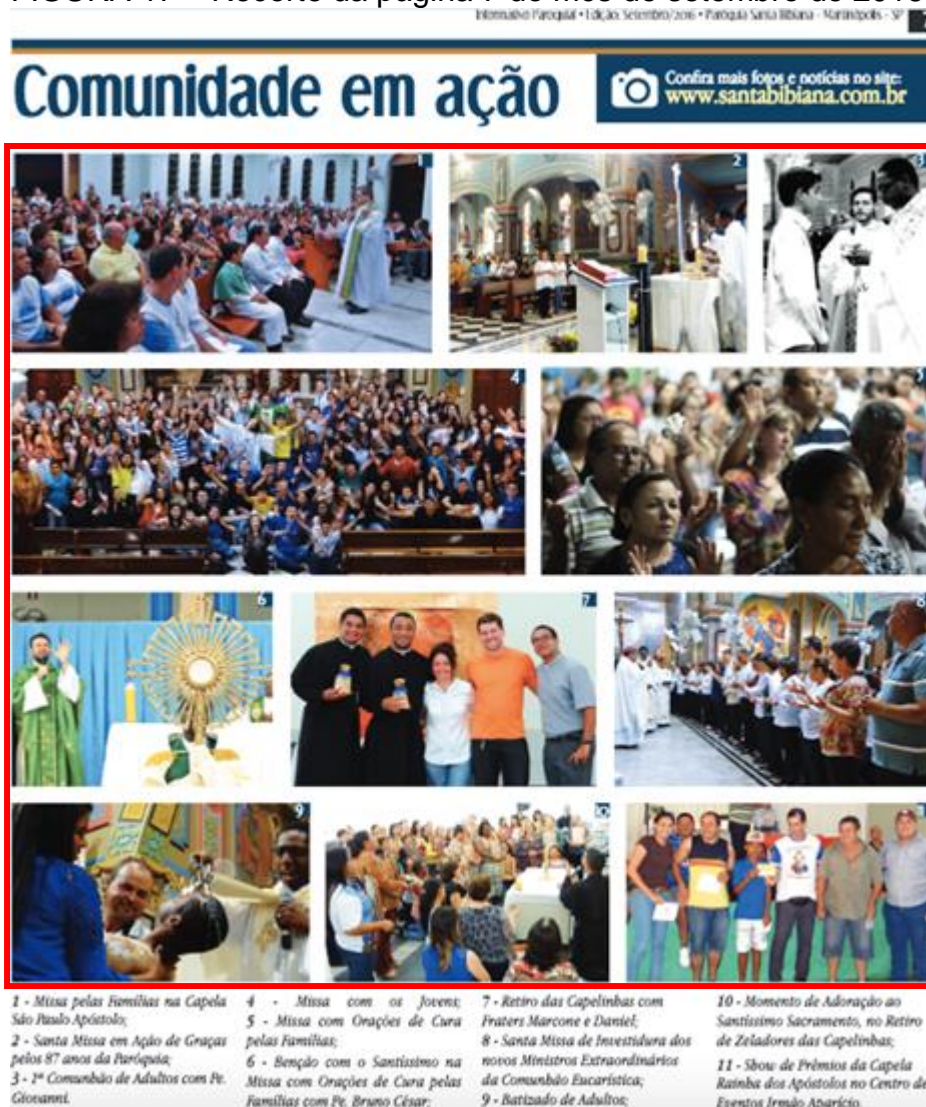
Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

Vale ressaltar o uso de imagens e ilustrações no Informativo Paroquial. Muitas vezes, as páginas são destinadas somente para a inserção de galerias de fotografias (Figura 17), que apresentam sempre um número entre dez e 20 fotos, inumeradas e com legendas no final das páginas, para



identificar quem está sendo retratado. Os créditos, ou seja, quem fotografou o momento, não estão presentes. Não há como saber se as imagens são produções da Pascom, retiradas da internet ou cedidas por algum membro da comunidade da Igreja. O mesmo acontece com as ilustrações, que aparentemente são sempre retiradas da internet, mas que não possuem fonte ou legendas.

FIGURA 17 – Recorte da página 7 do mês de setembro de 2016



Fonte: Pastoral de Comunicação (Pascom) de Martinópolis-SP

## **6 PROJETO EDITORIAL DA REFORMULAÇÃO DO INFORMATIVO PAROQUIAL**

### **6.1 Introdução**

O Informativo Paroquial é um veículo que pertence à Igreja de Santa Bibiana e tem grande importância dentro da comunidade católica do município de Martinópolis (SP), sendo um dos principais meios de informação para as 22 capelas em que é distribuído.

O periódico, que surgiu em 2006 e completa 11 anos em 2017, é distribuído para o público-alvo de forma gratuita e mensal, com uma tiragem de 1.700 exemplares. Ao todo são oito páginas coloridas por edição com um formato de tabloide americano refilado 25,5 cm x 29,7 cm.

Com o novo projeto editorial desenvolvido pelo presente grupo, o Informativo deve atender as necessidades do público leitor, mantendo a identidade visual padrão em todas as suas edições e produzir conteúdo jornalístico próprio, valorizando a comunidade católica do município, assim como foi feito nos meses de junho e julho.

### **6.2 Objetivo geral**

O informativo Paroquial tem o objetivo de informar a comunidade católica presente na Paróquia Santa Bibiana.

### **6.3 Objetivos específicos**

- Utilizar técnicas jornalísticas para a produção de conteúdo;
- Captar a atenção do público-alvo com a implantação de uma linguagem simples e direta;
- Valorizar os eventos e acontecimentos que envolvam a Paróquia e o público-alvo;
- Evidenciar a importância da comunicação católica na comunidade.

## 6.4 Justificativa

O projeto é de grande importância, uma vez que o Informativo Paroquial é um dos principais meios de comunicação evangelizador da Igreja de Santa Bibiana e capelas atendidas.

Devido à falta de elementos jornalísticos, este se tornou desinteressante para o público, que apenas o utiliza como agenda de eventos e missas. Tornar este tabloide atrativo e com informações jornalísticas de qualidade, proporciona que os leitores do informativo voltem a consumir seu conteúdo integral, além de informar gratuitamente os moradores de comunidades rurais que, por terem residências localizadas a quilômetros da cidade, muitas vezes não possuem acesso a outros meios de informação sobre a Igreja, somente o periódico em questão.

Outro fator observado pelo grupo foi o de que grande parte das matérias analisadas nas edições de 2016 apresentaram conteúdos retirados da internet, o que não trazia credibilidade para o trabalho desenvolvido pela Pascom, além de dificultar o entendimento dos textos, pois o material não foi pensado para atender as necessidades do público-alvo.

Em entrevistas realizadas pelo grupo, os leitores demonstraram ter interesse em um conteúdo de maior qualidade e que os aproximasse mais à comunidade católica do município. Outro ponto observado foi a necessidade em ter uma nova estrutura gráfica e editorial pela grande maioria dos leitores, sendo que de 14 pessoas questionadas, apenas uma acredita que a reformulação seria desnecessária. Para o público, o visual do Informativo não motiva a leitura do mesmo, além da falta de aproximação do conteúdo com a comunidade.

Com as modificações necessárias, este projeto editorial propõe que o Informativo Paroquial deva integrar assuntos atuais da Igreja Católica, tornando-o mais atrativo para aqueles que dependem do tabloide como fonte de notícias, ao contrário do que ocorria ao utilizarem artigos atemporais retirados de websites.

Por este motivo, o grupo acredita ser socialmente importante a reformulação do Informativo Paroquial, para que assim ele possa atender às necessidades da comunidade e tenha características jornalísticas.

Academicamente os integrantes puderam vivenciar o jornalismo na prática ao produzirem um veículo informativo para a comunidade católica de Martinópolis. No âmbito social, os pesquisadores buscaram fortalecer os vínculos da Igreja com os fiéis do município.

### **6.5 Público-alvo**

O Informativo Paroquial é direcionado para os fiéis da Paróquia Santa Bibiana, de Martinópolis, membros das pastorais e demais movimentos dentro da comunidade.

Para definição do público-alvo foram entrevistadas 14 pessoas de 16 a 72 anos. Todos os abordados mostraram-se leitores recorrentes do Informativo, variando os graus de escolaridade entre ensino fundamental a superior completo.

Desta forma, levando em consideração os perfis traçados, não há restrição de gênero, classe social ou faixa etária sendo apenas a alfabetização o fator necessário para definir os leitores.

### **6.6 Linha editorial**

O tabloide terá como linha editorial os conteúdos e valores que norteiam a religião católica. O grupo acredita que seja importante trazer assuntos que estejam ligados ao catolicismo, mas que não seja restrito somente a isso. É possível que matérias comportamentais, por exemplo, sejam produzidas, mas que a comunidade da igreja seja ouvida e torne-se personagem das histórias contadas.

Com as entrevistas realizadas previamente, os pesquisadores definiram alguns temas que seriam de interesse dos leitores e utilizaram para a construção do novo projeto editorial. Os conteúdos de maior interesse entre os entrevistados foram as tabela de missas, santos do mês, assuntos relacionados a jovens, testemunhos da comunidade e atividades pastorais. Levando em consideração a opinião da maioria do público questionado, as matérias das edições produzidas pelo grupo buscaram abordar estas questões,

surgindo assim as novas sessões e a adaptação das que já existiam previamente.

Sendo assim, o novo Informativo Paroquial deve buscar a aproximação da comunidade com a igreja, servindo como instrumento evangelizador dentro e fora da comunidade católica. Seu objetivo é se tornar uma ferramenta eficaz de transmissão de informações, que possui conteúdo jornalístico de credibilidade voltado a assuntos cristãos. Não serão autorizados os conteúdos que incitem a violência ou que tragam algum tipo de constrangimento ao público-alvo. O veículo vai prezar pela verdade e transparência dos assuntos, com a principal finalidade de informar.

## **6.7 Estrutura**

O Informativo Paroquial terá sua estrutura dividida em oito páginas. A página de número um será a capa, com manchete contendo o principal assunto da edição (editoria Em Pauta) e chamadas para os conteúdos internos do tabloide. A segunda página fica responsável por apresentar o editorial, feito pelo grupo, mas que nas próximas edições promovidas pela Pascom contará com o editorial de algum dos padres do município e texto opinativo elaborado por convidados, cuja temática deve ser relacionada a algo atual para a Igreja.

Já a página três é a sessão Em Pauta, que vai trazer uma reportagem especial sobre temas que envolvem a comunidade e de interesse ao público-alvo, além de apontar o posicionamento da Igreja sobre a temática em questão. O Cotidiano vai ser relatado na página quatro, com os santos de cada mês e eventos que vão acontecer na Paróquia e capelas atendidas.

A página cinco é a responsável por trazer a tabela de missas da comunidade católica do município, porém nas duas edições promovidas pelo grupo não serão inseridas, pois foi um projeto desenvolvido com antecedência para as entregas das bancas de qualificação e defesa final da faculdade, visto que cada tabela é elaborada 15 dias antes da impressão dos tabloides pelos padres, mas nas outras edições entrarão na página cinco. Para a substituição foi determinada a editoria Evangelização, que trata dos elementos que envolvem a palavra de Deus e seus agentes. A página de Curiosidades vai ser

a de número seis, com matérias menores do que as reportagens, mas que apresentam fatos curiosos sobre a igreja e que merecem atenção por parte dos fiéis.

Outra sessão é a Comunidade, que vai ficar na página sete e trazer uma entrevista em formato ping pong com algum membro da comunidade. Este entrevistado precisa participar das atividades da igreja. Nesta mesma página é possível encontrar uma matéria sobre algum tema que esteja ligado com as atividades exercidas pelo entrevistado.

A página oito é a última e vai abrigar a coluna social Destaque, com fotos históricas, de curiosidades, de eventos, missas e atividades que aconteceram na paróquia. Nos meses de junho e julho por serem as peças práticas deste TCC, não terão espaços destinados aos apoiadores culturais, mas nas próximas edições a Pascom pode utilizar o espaço do rodapé das páginas do tabloide, com exceção da capa para os anúncios e propagandas institucionais da própria paróquia.

## **6.8 Recursos técnicos**

O grupo utilizará computadores, câmeras fotográficas, gravadores de áudio, blocos para anotações e programas destinados à diagramação do conteúdo produzido.

## **6.9 Recursos financeiros**

Para a impressão do Informativo Paroquial foram feitos orçamentos em empresas de cidades do Estado de São Paulo e Paraná. A gráfica escolhida foi a Folha de Londrina, cujo valor ficou determinado em R\$ 480,00 para 500 exemplares de cada edição. Os gastos serão custeados pelos integrantes do grupo, que também gastarão com gasolina e manutenção dos carros utilizados para ir até a cidade de Martinópolis, alimentação na cidade nos dias de entrevistas e ligações telefônicas.

## **6.10 Recursos humanos**

Seis pesquisadores produziram esta edição do informativo paroquial. As pautas, entrevistas e pesquisas realizadas pelo grupo foram os instrumentos básicos para a produção dos textos disponíveis no tabloide, que tiveram antes uma coleta de dados, análise de conteúdo, escolha do material e edição em forma de reportagens jornalísticas.

A diagramação e projeto gráfico ficaram sob a responsabilidade do Publicitário Júlio César Mendonça Dourado, orientado pelos pesquisadores durante a produção do novo visual do informativo.

## **6.11 Projeto gráfico**

O projeto gráfico do Informativo Paroquial da Paróquia Santa Bibiana, segue uma identidade visual criada para tornar o veículo impresso mais organizado, seguindo alguns padrões que foram criados anteriormente.

Os títulos das matérias possuem agora uma variação de fontes, sendo usadas a “Roboto” e “Calgary Script”. A primeira, uma fonte moderna sem serifa, que são traços pequenos e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras, usada para destacar da fonte do corpo do texto que é serifada, e a segunda uma fonte cursiva, para dar mais um tom de mais liberdade e descontração às matérias, que até então eram colocadas de maneira mais séria.

A fonte usada no corpo do texto foi a Century Schoolbook, uma fonte serifada romana moderna, que possui traços finos e, por sua serifa, cria uma linha visual que facilita a leitura dos textos longos. O informativo continua com a cor azul predominante, tanto em sua estrutura quanto no logotipo, isso porque a cor azul, além de ser já usada pela Paróquia Santa Bibiana, transmite serenidade e harmonia, além de ser o tom do manto da Santa Bibiana, o que passa a mensagem religiosa do informativo.

## 7 MEMORIAL DESCRITIVO

### 7.1 Ideia e desenvolvimento

No primeiro semestre do ano de 2016, o grupo era formado apenas por Pedro Costa e Bianca Santos. Já no segundo semestre, após conversas e participações em conjunto de atividades da graduação, Marlene Reverte entrou para a equipe, seguida de Gabriel Buosi, recém-chegado de um intercâmbio em Portugal, e Leonardo Jacomini, a convite do aluno Pedro Costa. Por fim, Daniela Ferretti conversou com os membros sobre sua entrada, que foi aprovada pelo grupo e colegiado da Facopp. No total foram seis pesquisadores para o desenvolvimento desta pesquisa.

Depois de debaterem sobre várias ideias, o projeto finalmente surgiu através de um dos membros, Bianca Santos, que sugeriu a reformulação do Informativo Paroquial da Igreja Santa Bibiana, do município de Martinópolis-SP. O informativo estava há anos com uma estrutura fora dos padrões jornalísticos de um impresso. O objetivo do trabalho foi aceito por unanimidade pelos integrantes, uma vez que gostam da área do jornalismo impresso. Bianca, membro da paróquia que detém o informativo, viabilizou a conversa com o Padre Cristiano no dia 18 de agosto de 2016, para apresentar a proposta e verificar a disponibilidade de realização do trabalho.

Após aprovação do padre, a aluna foi orientada a procurar a Pastoral de Comunicação (Pascom). Sendo o informativo de responsabilidade dela, era necessário obter uma resposta sobre a proposta de reformulação também por parte deles. No dia 27 de agosto do mesmo ano, Bianca procurou os coordenadores da Pascom para uma conversa, em que eles deixaram claro que o grupo tinha carta branca e poderiam fazer as mudanças que achassem necessárias no Informativo, já que a uma ideia de reformulação já havia sido pensada há muito tempo pela Pascom.

As primeiras orientações sobre como abordar o tema e realizar a reformulação foram indicadas pela professora Doutora Maria Luisa Hoffmann. O grupo tinha em mente uma reformulação gráfica, atribuindo elementos de cunho jornalístico ao informativo, que no momento apresentava um padrão mais próximo ao de um informe publicitário. O tabloide receberia novo projeto



gráfico, e não haveria nenhuma inserção de conteúdos jornalísticos produzidos pelos pesquisadores.

Na banca de qualificação do projeto, os professores presentes orientaram para que a pesquisa fosse mais aprofundada, e que além de modificar visualmente, também produzissem um projeto editorial para o mesmo. Foi proposto que as edições apresentassem conteúdo jornalístico elaborado pelos membros do grupo e fossem oferecidos workshops, que possibilitariam à Pascom uma continuidade ao trabalho do grupo.

A orientação deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), foi assumida pela professora mestre Fabiana Aline Alves, que auxiliou o grupo nas modificações necessárias ao projeto. Com isto ficou decidido a produção de uma edição do informativo paroquial e um workshop dividido em duas sessões: uma para texto jornalístico e outra para fotografia. Os alunos fariam um projeto gráfico e outro editorial, transformando o *layout* e conteúdo do jornal em cunho jornalístico.

No dia 7 de dezembro de 2016, o grupo foi à Martinópolis para uma reunião com a Pastoral de Comunicação, onde foram apresentadas as novas ideias e explicado de que forma seria realizado o trabalho no Informativo. O grupo demonstrou como o tabloide vinha sendo apresentado, e junto aos exemplos, o que eles poderiam oferecer com a mudança. Os membros da pastoral que estavam presentes concordaram com as ideias e se comprometeram em auxiliar o grupo durante o processo.

Na primeira orientação com a professora Fabiana, ainda não oficial, dividiu-se as tarefas para que começassem os trabalhos, estendendo-se ao longo das férias de dezembro de 2016 a fevereiro de 2017. Pedro e Bianca ficaram responsáveis pela parte teórica do TCC, assim escreveriam o capítulo inicial do projeto, enquanto os demais membros, Daniela, Gabriel, Leonardo e Marlene realizariam os fichamentos a partir do aporte de livros e artigos sobre comunicação católica e jornalismo impresso.

## **7.2 Planejamento das ideias e teoria**

No dia 1º de fevereiro de 2017, ocorreu a primeira orientação oficial junto a orientadora Fabiana. Os alunos apresentaram o conteúdo que

havia produzido durante as férias para a correção e a professora deu novas instruções aos membros sobre suas funções. Com isto, as primeiras entrevistas para a peça teórica foram marcadas. A aluna Marlene Reverte ficou responsável por adquirir as edições do ano de 2016 do Informativo Paroquial e realizar uma análise de itens pré-determinados na orientação, verificando se existia a aplicação no Informativo, ou não. Os itens verificados foram: chamada, fotografia, notícia, publicidade, cabeçalho, manchete, ilustração e *layout*.

Na semana seguinte todas as entrevistas já haviam sido agendadas. A aluna Bianca entrevistou os padres Francisco Cotestti e Cristiano de Jesus, e Marlene já havia obtido as 12 edições de 2016 do tabloide para as análises. No dia 9 de fevereiro, foram realizadas entrevistas com os coordenadores da Pascom de Martinópolis, Silvia Schott Limeira e Rodrigo Marques Maciel, na paróquia Santa Bibiana, por Leonardo e Marlene, para compor o capítulo sobre a Pastoral de Comunicação da cidade.

Para entrevistar o criador do informativo, Padre Elmar Neri Rubida e o fundador da Pastoral de comunicação na paróquia Santa Bibiana, Padre Alex de Lima, houve a necessidade de viajar para Arapongas e Cornélio Procopio, ambas cidades no estado do Paraná. Os membros que participaram das entrevistas foram Pedro Costa e Bianca Santos que viajaram mais de 550km no dia 11 de fevereiro para a realização das mesmas. Na mesma semana, Marlene criou uma tabela com os dados a serem analisados dentro do informativo, para compreender o que faltava do que era preciso acrescentar ao impresso (APÊNDICE A). Enquanto isso, os alunos Daniela, Gabriel e Leonardo ficaram responsáveis pelas transcrições das entrevistas realizadas no Paraná.

As edições de 2016 do Informativo foram analisadas por Marlene no dia 16 de fevereiro, seguindo a tabela com os dados a serem revisados. Na mesma semana, o aluno Leonardo, em uma oportunidade durante a inauguração da escola de comunicação Paulo Apóstolo na cidade de Parapuã-SP, que o membro participa, entrevistou o coordenador estadual da Pascom, Pe. Marcos Vinícius, para compor a parte teórica do trabalho, em processo aos cuidados de Pedro e Bianca.

Na semana do dia 23 do mesmo mês, o professor Marcelo Mota foi entrevistado por Gabriel Buosi para coletar informações sobre diagramação e design em impresso. O mesmo deu dicas para uma diagramação eficiente, como o estilo de escrita, cores para serem usadas e a hierarquia em um tabloide. No dia seguinte, sobre o mesmo assunto, Bianca entrevistou a diagramadora Laís Taine, do jornal Folha de Londrina. A entrevista foi concedida na sede do noticiário. A diagramadora deu dicas sobre os aspectos visuais, como fonte, linhas e disposição textual. No mesmo dia, Marlene entrou em contato com o publicitário Júlio Dourado para montagem da identidade visual e a diagramação do Informativo Paroquial, o qual aceitou a realização. Júlio reformulou o logotipo do tabloide. Por decisão do grupo, foi pedido que a cor azul estivesse presente, no lugar do vermelho escolhido pelo publicitário, já que tons frios e calmos como o azul remetem à Igreja, encaixando-se no padrão esperado pelos pesquisadores.

O processo de revisão e parte escrita das análises do Informativo, foi realizada pelo aluno Gabriel no dia 27 de março, para reforçar o trabalho que já havia sido feito e não deixar detalhes para trás. A parte escrita da análise serviu como norte para que os alunos Pedro Costa e Bianca Santos desenvolvessem o capítulo sobre o assunto. Já no primeiro dia do mês de março, os alunos Daniela e Leonardo fizeram as transcrições das entrevistas realizadas pelos demais membros do grupo.

### **7.3 Parte prática: pautas, entrevistas e diagramação**

Para iniciar a peça prática, em orientações, o grupo definiu o *layout* procurando aplicar cores que remetiam à paz e tranquilidade, branco e azul, além de reformular o cabeçalho do tabloide utilizando a junção de fonte cursiva e serifada que remetem a modernidade, mantendo o logotipo já existente da paróquia. O grupo deu início ao projeto editorial do informativo, para demarcar as editorias. Foram definidas as matérias que entrariam no impresso e divididas entre os integrantes, (ver funções em 7.3 deste capítulo). Sendo assim, todo conteúdo entre textos e fotos do tabloide são de autoria do grupo, e não mais retirados da internet, como praticado antes.

Chegando o momento da composição da peça prática, foi determinado pontos para confecção da mesma. Para a produção das matérias, todos os entrevistados deveriam ser da cidade de Martinópolis para trabalhar a proximidade com o assunto, um dos critérios de noticiabilidade. Nas entrevistas foram utilizados gravadores dos celulares dos integrantes e posteriormente as entrevistas transcritas pelos próprios entrevistadores ou outro membro, para facilitar a elaboração das matérias. Foi decidido pelo grupo e orientadora que as transcrições das entrevistas que iriam para a peça prática não seriam incluídas no trabalho. Para o deslocamento até Martinópolis, os integrantes se organizaram com seus veículos, procurando combinar algumas entrevistas nos mesmos dias. Em orientação, a professora Fabiana sugeriu que começassem a criação do Projeto Editorial do tabloide, função que foi desempenhada por Daniela, a partir do dia 11 de março.

O grupo passou por dificuldades durante a execução do trabalho. Por diversas vezes, os integrantes tentaram marcar o *workshop* com os coordenadores da Pastoral de Comunicação. As mensagens demoravam a ser respondidas, ou eram ignoradas. As ligações poucas vezes atendidas. O responsável Rodrigo Masques disse que não conseguia marcar uma data, pois a pastoral passava por um momento delicado e que algumas pessoas estavam saindo da Pascom. No dia 15 de março, o grupo foi informado por Rodrigo que não haveria possibilidade da realização do *workshop* para a pastoral no dia 25 do mesmo mês, data escolhida pelos membros dessa pesquisa. Sendo que não havia mais datas em tempo hábil, o grupo decidiu por realizar duas edições do Informativo em complementação ao trabalho.

Ainda no dia 15, em orientação, foi feita a divisão das funções de cada integrante, definição de editorias e reunião de pauta com sugestões trazidas pelos alunos. Gabriel foi designado como editor-chefe, Bianca como editora de texto e Marlene como diretora de fotografia. As matérias escolhidas para a produção do Informativo com intermédio dos pesquisadores são: para o mês de junho, adoção em Martinópolis, perfil com entrevista no estilo *ping-pong*, jovens na Igreja, Santos do mês, eventos, relicário de Santa Bibiana e matéria sobre a única paróquia da santa na América Latina. Já para o mês de julho, além dos santos do mês e eventos, as matérias que vão compor são: mídias sociais na Igreja, pastoral da oração e *ping-pong*. Para encontrar os

personagens, a secretária da paróquia Elisabete Souza foi fundamental, pois conhecia personagens que se encaixavam nas matérias. Com isso o grupo a procurou por algumas vezes para obtenção dos contatos. Bianca, por ser da cidade, também colaborou em algumas buscas por histórias, conhecendo bem a comunidade.

A aluna Daniela criou e conferiu as referências da parte teórica no dia 19 de março. No final da semana, 24, para as matérias de Santa Bibiana e do relicário, Bianca entrevistou com José Carlos Daltozo, autor do livro que conta a história de Martinópolis, Sandra Ramos Cavalcante e Padre Cristiano. No dia seguinte, a entrevista foi com uma mulher chamada Bibiana, que recebeu o nome por conta da santa.

Para a matéria jovens na Igreja, foram entrevistados por Gabriel o Pe. Cristiano, o coordenador do grupo de jovens, Antônio Carlos Ramos Júnior e os integrantes do grupo João Augusto Costa e Gustavo Perrud. Na oportunidade o aluno fez fotos do encontro. Pedro Costa entrevistou Maria de Lourdes, coordenadora do Apostolado de Oração de Martinópolis e Pe. Fernando Rigão para a matéria que apresentava o apostolado. Para o *ping-pong*, o aluno entrevistou a secretária da paróquia, Claudete Mendes. A aluna Marlene tomou as fotografias e as matérias sobre eventos e santos do mês de junho. Ainda no mesmo dia, Leonardo fez as transcrições das entrevistas realizadas por Pedro.

Na mesma semana, a aluna Daniela fez as fotos e entrevistas com a educadora Maria Helena e Pe. Cristiano de Jesus para a matéria de Redes Sociais, escrita pelo aluno Pedro Costa. O Pe. Francisco também foi entrevistado por Daniela para as matérias do arraiá da paróquia e sobre São Bento e seus devotos. Para a matéria do arraiá, o entrevistado foi Aislan Alex da Silva. As fotografias do entrevistado ficaram de responsabilidade da aluna Bianca. Para a matéria de São Bento, a estudante Stefani dos Santos foi a personagem, com fotos tomadas por Leonardo e Daniela. O integrante Leonardo, entrevistou o Pe. Francisco, Manoel Pascoal e Aldayr Estácio para a apresentação da Pastoral do Dispensário. Na matéria da capela São Judas Tadeu, o aluno entrevistou dona Nair Souza Barreto e Neusice Paços, as duas entrevistas foram concedidas na região da capela, situado no km 30 da cidade. Acompanharam Daniela e Bianca, que tomou às fotos para a matéria.

No dia 30 de março, o grupo fica ciente pela integrante Bianca que a Pascom da paróquia foi desfeita pelo Pe. Cristiano, por motivos de desentendimento entre os integrantes da pastoral. Bianca foi convidada pelo padre a ser integrante da nova equipe da Pastoral da Comunicação de Martinópolis, da qual aceitou prontamente. No último dia de março, a integrante Marlene, por meio de ligação, conversou com Antônio sobre a festa de São João para a matéria que falaria sobre eventos. No dia primeiro de maio, Leonardo realizou entrevistas para a matéria de adoção em Martinópolis, com Rafael Carlos e sua mãe Sandra Mara Dias. A assistente social Regiane Vágula também foi personagem para essa produção. Marlene ficou responsável pelas fotos.

#### **7.4 Organização, edição das matérias, diagramação e impressão**

Como decidido pelo grupo sobre realizar duas edições do Informativo, o integrante Leonardo fez orçamentos com diversas gráficas para a impressão do tabloide. Decidiu-se em fazer edições contendo 8 páginas coloridas, com tiragem de 500 exemplares cada, para os meses de junho e julho de 2017. As duas gráficas pesquisadas pelo aluno foram: Grafinoorte, da cidade de Apucarana – PR e a gráfica da Folha de Londrina, da cidade de Londrina – PR. Ficou estabelecida a opção pela última gráfica, que ofereceu o melhor valor pela quantidade que o grupo necessitava. O valor total ficou em R\$ 480,00 por edição, dentro dos padrões estabelecidos.

Para a execução das matérias, Júlio determinou a quantidade de toques que os textos deveriam conter. Como o tabloide mede 26x29, ficou estabelecido que: texto meia página, com uma foto – 1819 toques, meia página com duas fotos – 1215 toques, matéria página inteira com duas fotos – 3163 toques. Título linha única – 56 toques, título duas linhas – 100 toques. Linha fina com linha única – 83 toques, linha fina com duas linhas – 145 toques.

No início de abril, os textos foram redigidos por todos os alunos e encaminhados para Bianca, responsável pela revisão. No dia 5, a aluna começou a editar as produções que iriam para o Informativo Paroquial. Em orientação realizada no mesmo dia, a professora Fabiana corrigiu detalhes e deu instruções sobre os materiais. Os alunos fizeram as alterações durante a

semana e enviaram novamente para Bianca que revisou novamente. Os integrantes ainda deram sugestões de título, linha-fina, chamada para capa e escolheram fotos tanto para as matérias quanto para compor a capa.

Na semana do dia 6 ao dia 9, a aluna Daniela produziu os elementos pré-textuais e a problematização do trabalho. Na mesma semana Leonardo produziu a introdução do trabalho e Pedro as considerações finais. Em reunião, a orientadora Fabiana corrigiu os pré-textuais. Com o grupo foi desenvolvido o *raf* das capas do informativo e enviadas para o Júlio, que começou a diagramação das duas edições que compunham a peça prática da pesquisa.

No dia 18 de abril foi decidido em orientação que o grupo marcaria a apresentação da reformulação do projeto editorial e gráfico para o padre Cristiano. A primeira data estipulada foi 24 de abril, antes da entrega do trabalho para a banca de qualificação. Contudo, em contato telefônico com a professora Fabiana, o Pe. Cristiano afirmou não ser possível devido a uma viagem. Assim, a data estipulada foi 24 de maio, depois da banca de qualificação, quando os professores já teriam feito os apontamentos e correções do trabalho. A data precisa ser confirmada com o pároco responsável. A orientadora Fabiana fez a primeira correção da peça prática, em dois bonecos das edições que foram impressas para aquela reunião. As modificações apontadas pela professora foram enviadas ao Júlio que fez as alterações solicitadas.

No dia seguinte ao da orientação, 19, os discentes Leonardo e Marlene foram à cidade de Martinópolis para compor as últimas fotos que restavam para as matérias do informativo. Foram feitas as imagens das capelas para a galeria, catequese para a editoria de evangelização, imagem de Santa Bibiana e a foto de capa para a matéria sobre adoção.

As tradicionais tabelas de missas saíram de ambas as edições da reformulação do Informativo Paroquial. Isso, pois, segundo a secretaria da paróquia, eram desenvolvidas a partir do dia 15 de cada mês, entrando em conflito com as datas estipuladas pela faculdade para finalização e apresentação do TCC. Uma nova editoria denominada 'evangelização' foi acrescentada destinando uma página para a composição de matérias em cada edição, uma contendo produção sobre Ministros da Eucaristia e coroinhas e a

outra sobre catequese. A integrante Bianca realizou as entrevistas e algumas imagens, junto de Marlene Reverte, e Pedro Costa elaborou os textos.

Júlio mandou as versões finalizadas ao editor-chefe, em 25 de abril e, no mesmo dia a orientadora já corrigiu. Foram solicitadas alterações como tamanhos de fonte, créditos, espaços, troca de fotografias e chamadas de capa, elaboração de textos e títulos para as galerias, entre outras correções.

A versão final foi encaminhada por Júlio no dia 28 de abril e aprovada pelo editor-chefe, Gabriel Buosi. Os demais integrantes do grupo se preocuparam com a finalização da peça teórica.

Após a banca de qualificação, os pesquisadores procuraram conhecer o público-alvo seguindo as orientações da membro da mesma, professora Aline Blasechi, a fim de atender as expectativas dos leitores, satisfazendo as necessidades citadas nas entrevistas, tais como: reformulação do *layout*, conteúdo voltado para a comunidade católica de Martinópolis e fotos e textos de produção própria da equipe.

No dia 25 de maio, os alunos Bianca, Gabriel e Marlene, junto com a orientadora Fabiana se dirigiram até Martinópolis para apresentarem a peça prática, projeto editorial e o novo *design* do informativo para os padres da paróquia, Cristiano e Fernando e ao diácono, Luan. Os membros do grupo mostraram uma comparação do antigo *layout* com o que foi desenvolvido, sendo aprovado e elogiado por quem assistiu. Os padres ao final da apresentação parabenizaram o trabalho e agradeceram ao grupo pela persistência e a escolha do Informativo Paroquial da cidade para a reformulação.



## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudantes consideram que o modo de se comunicar sofreu mutações de acordo com o passar dos anos e a expansão da tecnologia. Com a comunicação religiosa não foi diferente. Ela sofreu alterações estruturais quanto ao posicionamento perante a sociedade e o esvanecer da cultura dos povos. Ao explicar o desenvolvimento da Igreja Católica neste contexto, alguns teóricos citam que o primeiro produto da informação foi justamente a fala, por meio de pregações, já que no século XVI a sociedade era quase que totalmente analfabeta e poucos tinham acesso a documentos ou livros.

Após essa fase é que a escrita começou a se tornar comum entre a população, o que fez com que a Igreja Católica perdesse força como grande expoente da comunicação oral, já que agora os povos tinham acesso à informação e outros conteúdos. Avançando no tempo, nota-se que a instituição católica se preocupa em reconquistar os fiéis e analisar o posicionamento em relação às práticas do cristianismo primitivo, integrando-se a meios e veículos de comunicação, como o jornal impresso, rádio e TV, por exemplo.

Com o surgimento da Pastoral de Comunicação (Pascom), a Igreja confirmou sua busca pelo reposicionamento social por meio dos meios comunicacionais, encontrando-se com o objeto de estudo desta pesquisa. Foi analisado um produto do jornalismo empresarial da Paróquia Santa Bibiana do Município de Martinópolis-SP: o *Informativo Paroquial*, jornal impresso distribuído gratuitamente entre os fiéis.

O informativo trazia textos mal organizados tanto na estética quanto no conteúdo, não apresentava linguagem jornalística e não explorava conteúdos de relevância social ocorrentes na comunidade católica da cidade, que dispõe da paróquia e 22 capelas. Isso não condiz com uma comunicação organizacional eficiente preocupada em informar. O projeto editorial e gráfico do impresso necessitavam de uma reformulação e padronização para que houvesse interesse dos fiéis pelos textos e sua relevância. Essa etapa foi executada pelos autores dessa pesquisa, evidenciando a importância de compreender a composição do jornal impresso para que ele se torne mais instrutivo.

Os autores também tiveram a oportunidade de vivenciar o jornalismo impresso em todas as suas etapas, desde as reuniões de pauta, produção dos conteúdos, tomada de fotografias e edição, participando de maneira direta com o levantamento de ideias e discussões que fomentaram a prática do jornalismo para a elaboração da pesquisa.

Com o uso das técnicas jornalísticas para a produção das matérias, estrutura do jornal e padronização gráfica e editorial, os autores atenderam ao objetivo do trabalho, que renovou o Informativo Paroquial, deixando-o mais agradável para o leitor, com textos de cunho noticioso de produção dos autores da pesquisa e artigos de produção dos padres. Os autores também compreenderam como se aplica a comunicação católica no jornalismo impresso, além de entender como esse processo se configura dentro da Igreja Católica, por meio de pesquisas bibliográficas e entrevistas com padres, professores e jornalistas.

Foi possível perceber de que a aplicação de conceitos jornalísticos, reformulação gráfica e editorial no Informativo Paroquial foram imprescindíveis para que o objeto de estudo tivesse efeito na comunidade católica, atendendo a vontade da Pascom de reposicionar a comunicação entre os fiéis e a organização, além de acolher o preceito evangelizador da Igreja Católica, já que o impresso da paróquia se tornou mais agradável e atraente.

Outro ponto que se destacou é a viabilização de futuras pesquisas na área para grupos que se interessarem pelo tema, pois ao estudar a comunicação organizacional aplicada ao jornalismo católico se contribui para uma área pouco explorada por pesquisadores da comunicação.

Por fim, os integrantes do grupo perceberam a aplicabilidade da comunicação católica enquanto elaboravam essa pesquisa, uma vez que todo o aporte teórico utilizado em conjunto com as entrevistas e textos de produção dos membros para a peça prática são frutos deste processo comunicacional que está em constante evolução. Foi notável também a adequação da Igreja para com os novos meios de comunicação, assim como o jornalismo católico integrado aos movimentos pastorais, trabalhando para o benefício de diversos setores e disseminando a mensagem cristã.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiz Guilherme Leite. A Igreja Segundo o Conceito de Dispositivo de Foucault. Sorocaba, Universidade de Sorocaba. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 21., 2016. Salto. **Anais eletrônicos...** Sorocaba: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-02381.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2017

ANDRETTA, Tamires. A comunicação na missão da Igreja Católica. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 12., 2011. Londrina. **Anais eletrônicos...** Londrina: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0262-1.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2017

ARNT, Hérís. Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002. Salvador. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Intercom, 2002. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP2ARNT.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2ARNT.pdf)>. Acesso em: 20 jan. 2017

ALVARENGA, Ricardo Costa; ALVES, Poliana Sales. Novos rumos da comunicação católica brasileira: o processo de construção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014. Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Luís: Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1228-1.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2017

BARRETO, Thayze Pinheiro; DELEU, Letícia Morgado; CAMPOS, Flayanne Ferreira; TUZZO, Simone Antoniacci. Os caminhos do Jornal Impresso na Era Digital pela perspectiva dos jornalistas e dos leitores. In: PRÊMIO EXPOCOM 2013, EXPOSIÇÃO DA PESQUISA EXPERIMENTAL EM COMUNICAÇÃO, 20., 2013. **Anais eletrônicos...** Goiânia: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/expocom/EX36-0335-1.pdf>>. Acesso em: 14 fev 2017.

BELTRAMI, Arnaldo. **Como falar com os meios de comunicação da Igreja.** Vicariato de Comunicação – Arquidiocese de São Paulo. Petrópolis: Vozes, 1996.

BOCHEMBUZO, Daniela Pereira; PAPILE, Cíntia Serasuela. Percepções Sobre o Lead e a Pirâmide Invertida 60 Anos Depois. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 18., 2013. Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0787-1.pdf>>. Acesso em: 17 maio.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem.** São Paulo: Saraiva, 2011.

CALDAS, Weber Kirmse; REBOUÇAS, Edgard. Os jornais podem (e já começaram a) desaparecer. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016. São Paulo. **Anais eletrônicos...** Espírito Santo: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2059-1.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2017

CNBB. **Santa Sé divulga mensagem para o 50º Dia Mundial das Comunicações Sociais**. Conferência nacional dos bispos do Brasil, 2016. Vaticano, 2016. Disponível em: <[http://www.cnbb.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18023:santa-se-divulga-mensagem-para-o-50-dia-mundial-das-comunicacoes-sociais&catid=147&Itemid=185](http://www.cnbb.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=18023:santa-se-divulga-mensagem-para-o-50-dia-mundial-das-comunicacoes-sociais&catid=147&Itemid=185)>. Acesso em: 9 jan. 2017.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. Aparecida: Paulinas, 2014.

CRUZZ, Mauricio. Educomunicação como estratégia de Comunicação Organizacional no contexto religioso: propostas educacionais na perspectiva da CNBB. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38., 2015. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2144-1.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2017

DALTOZO, José Carlos. **Martinópolis, sua história e sua gente**. Martinópolis: Gráfica Martipel Ind. e Com. Ltda, 1999.

DECRETO AD GENTES. **Sobre a Atividade Missionária da Igreja**. Roma, 1965. Disponível em: <[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19651207\\_ad-gentes\\_po.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_po.html)>. Acesso em: 17 jan. 2017

DECRETO INTER MIRIFICA. **Sobre os Meios de Comunicação Social**. Vaticano, 1966. Disponível em: <[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_po.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html)>.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

FERREIRA, Nogueira. Comunicação e Música Católica: convergências, estratégias e sinergias. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 4., 2014. São Paulo. **Anais eletrônicos...** Niterói: Comunicon, 2014. Disponível em:

<[http://www.espm.br/download/Anais\\_Comunicon\\_2014/gts/gt\\_quatro/GT04\\_NOGUEIRA\\_FERREIRA.pdf](http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_quatro/GT04_NOGUEIRA_FERREIRA.pdf)>. Acesso em: 9 jan. 2017.

FOLHA DE S. PAULO. Novo manual da redação. 7. Ed. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1998.

FRANCISCO, Papa. **Mensagem de sua santidade Papa Francisco para o 50º dia mundial das comunicações sociais**. Vaticano, 2016. Disponível em: <[http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20160124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html)>.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOMES, Tatiane Andressa Gonçalves; SANTOS, Ronaldo Bispo dos. Texto Digital: Novas formas de Criação e Consumo em tempos de Convergência Midiática. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 16., 2014. João Pessoa. **Anais eletrônicos...** Maceió: Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-02271.pdf>> . Acesso em: 8 jan. 2017.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 1986.

IANSON, Giselle De Melo Carvalho. **Os Critérios De Seleção De Notícias: Análise comparativa entre o Jornal Nacional e a Folha de S. Paulo**. 2010. 103 f. Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=352920&idtema=1&search=sao-paulo|martinopolis|censo-demografico-2010:-sinopse->>>. 2010. Acesso em: 20 fev. 2017.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1999.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA, Manuella Dantas Corrêa; ABBUD, Maria Emília de Oliveira Pereira. Comunicação Organizacional: Histórico, Conceitos e Dimensões. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 14., 2015. Manaus. **Anais eletrônicos...** Manaus: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2015/resumos/R44-0415-1.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

LÔBO, Rozana Maria Feitosa; QUEIROZ, Tobias. Produto Cultural Contemporâneo: Práticas Midiatizadas de Religiosidade do Padre Marcelo Rossi. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 15., 2013. Mossoró. **Anais eletrônicos...** Mossoró: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0123-1.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação Empresarial sem complicação**. 23. ed. Barueri - SP: Manole, 2014.

MELO, José Marques de. **Comunicação eclesial: utopia e realidade**. São Paulo: Paulinas, 2005.

MICHEL, Margareth de Oliveira; MICHEL, Jerusa de Oliveira; PORCIÚNCULA, Cristina Geraldês da. A Comunicação Organizacional, o Jornalismo Empresarial e a Memória Institucional. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 14., 2013. Santa Cruz do Sul. **Anais eletrônicos...** Pelotas: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-1640-1.pdf>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas 2009.

MOTA, Marcelo José da. **Design da notícia: o desenvolvimento da indústria gráfica e a comunicação visual no jornal diário**. 2009. 109 f. Dissertação – Curso de Pós-Graduação em Desenho Industrial, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Ética nas Comunicações Sociais**. Cidade do Vaticano, 2000. Disponível em: <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20000530\\_ethics-communications\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_po.html)>. Acesso em: 15 jan. 2017.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Instrução Pastoral « Aetatis Novae » Sobre As Comunicações Sociais No Vigésimo Aniversário De Communio Et Progressio**. Cidade do Vaticano, 1992. Disponível em: <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_22021992\\_aetatis\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html)>. Acesso em 12 fev. 2017.

RODRIGUES, Henrique Antonio Cavalheiro. **O papel da comunicação organizacional na igreja católica:** Uma análise da Pastoral de comunicação no Brasil. 2013. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação, FAC da Universidade de Brasília, UnB, Brasília-DF, 2013.

SANTOS, Ébida Rosa dos. Um Ensaio Sobre Lead e Qualidade no Jornalismo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39., 2016. São Paulo. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1977-1.pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2017

SILVA, Fábio Gleiser Vieira. **A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada:** Formação e Competência. 2010. 197 f. Dissertação (Mestrado em curso) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

SILVA, Marconi Oliveira da. **A apresentação do mundo pela linguagem no jornalismo.** 2004. 254 f. Tese – Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação:** O planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso.** Porto, Portugal, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

SOUSA, Suely Pereira de; PEREIRA, João Bosco. **A igreja católica e as organizações e movimentos sociais na diocese de Ipameri (GO):** partilhando utopias. In: Revista Brasileira de História das Religiões. ANPUH, Ano II, n. 6, fevereiro de 2010. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf5/texto10.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** 2. Ed. São Paulo: Atlas 2009.

TAVARES, Paulo Afonso. **Inter Mirifica:** O Divisor de Água na Relação da Igreja Católica com os Meios de Comunicação Social. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 18., 2016. Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2016/resumos/R51-0496-1.pdf>>. Acesso em: 8 jan. 2017.

TEIXEIRA, Paulinele José. Comunicação na Igreja Católica Latino-Americana. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 19., 2014. Vila Velha. **Anais eletrônicos...** Vila Velha: Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0140-1.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação Empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2. ed. São Paulo: Cenage Learning, 2010.

ZANCHETA JÚNIOR, Juvenal. **Imprensa Escrita e Telejornal**. São Paulo: UNESP, 2004.



**ANEXOS**

**ANEXO A  
ENTREVISTAS**

**PADRE CRISTIANO RODRIGUES DE JESUS****Pároco de Martinópolis****Data:** 7 de fevereiro às 14h30**Local:** Salão Paroquial da Matriz de Santa Bibiana**Há quanto tempo exerce a função de sacerdote na cidade de Martinópolis?**

Estou aqui já há seis anos

**O que achou da existência do informativo quando chegou na paróquia?**

Olha, quando eu cheguei e que fiquei sabendo da existência do informativo eu achei uma ótima ferramenta de evangelização. Através deste informativo a nossa comunidade, seja ela daqui cidade ou das comunidades rurais que são muitas, tem acesso à além da agenda e dos compromissos como também a ricos materiais de informação para a nossa evangelização, então é uma ótima ferramenta

**Então a importância mesmo é integrar a população da zona rural?**

Isso, fazer uma integração, ligação, uma comunhão podemos dizer, uma comunhão entre nós os padres ativos neste informativo, também os membros da pascom, das pastorais, além de também informar.

**O que espera da nossa proposta de reformulação do informativo agora neste ano?**

Olha, sempre que a gente tem a proposta de algo novo é sempre uma coisa boa né, a gente começa a criar muitas expectativas, talvez reformulando não somente o visual, mas também os conteúdos, a maneira de colocar tudo mais vai ajudar talvez a proporcionar que mais pessoas se atenham a informações, a leitura dos artigos. Com certeza além de dar também uma beleza maior ao informativo, então penso que vai ser muito bom e também fiquei contente quando recebi essa proposta de vocês, e com certeza será muito louvável todo o trabalho que vocês irão fazer e com certeza irá nos ajudar bastante.

**O senhor tem alguma sugestão para a gente colocar no informativo?**

A princípio não, se tiver de fato eu posso voltar a falar com vocês, mas eu já estou feliz com a proposta de vocês.

**Quem normatiza a questão do informativo?**

Somos nós da paróquia.

### **O senhor tem alguns pontos positivos ou negativos para destacar?**

Positivos tem bastante, como a maioria dos artigos serem produzidos pelas pessoas da comunidade, o fato das pessoas buscarem o informativo, além da agenda, para se informarem de alguns assuntos sobre a fé, a igreja, a doutrina, a palavra. Também como positivo é o apoio do comercio que nos apoia patrocinando uma parte desse informativo, a agenda onde as pessoas levam e ficam sabendo das atividades que acontecem na paróquia, acho que isso é de suma importância já que as pessoas levam e procuram mesmo. Acho que negativo as vezes é a correria que as vezes a gente tem para produzir os artigos e o pouco tempo, ou uma falta de organização da nossa parte, eu não vejo muitas coisas negativas não, são mais positivas.

### **Como é a relação do senhor, que é um dos responsáveis, com a Pascom?**

Eu geralmente acompanho a Pascom na direção espiritual, porque sendo pároco a Pascom faz parte das pastorais da paróquia, então diretamente eu estou ligado a eles. Geralmente eu recebo os artigos, faço a correção no sentido de temas e depois de ver isso certinho, vejo agenda, calendário, com isso a gente tem uma relação estreita, de ter sempre contato com o Rodrigo, que diretamente está mais ligado com essa parte dos artigos, de fotografias e filmagens. Nossa relação é boa, ótima.

### **SILVIA SCHOTT LIMEIRA**

#### **Coordenadora da Pascom**

**Data:** 9 de fevereiro às 14h40

**Local:** Salão Paroquial da Matriz de Santa Bibiana

### **Há quanto tempo você exerce a função de coordenadora na Pascom?**

Fez um ano em janeiro de 2017, pois o padre me convidou para fazer parte em dezembro de 2015, para então assumir em janeiro de 2016.

### **Como você administra e divide as funções dos membros da Pascom?**

Desde o início a gente tentou dividir as tarefas, para não ficar acumulado, mas mesmo assim acaba ficando. Eu e o Rodrigo ficamos mais na coordenação e auxiliar, já os responsáveis pelo Informativo são a Aline e o Márcio, a parte de diagramação e fotos. Outras duas pessoas ficaram responsáveis por receber os patrocinadores do jornal, já outro ficou responsável pelo *site*, pelo *Facebook* sempre o Rodrigo e o Márcio e um outro, e para separar os jornais para dividir a quantidade dos jornais da capela. Eu fico mais com a parte dos artigos, que vão no Informativo, eu procuro alguns temas. No início propomos de cada um dar uma ideia, mas na prática é difícil de acontecer.

Acaba ficando meio sobrecarregado para mim e para o Rodrigo, que fica mais com a parte das fotos e de editar, e eu com a parte de reuniões.

### **E hoje vocês são em quantos trabalhando na Pascom?**

No total tem agora 10, pois uma menina pediu para se afastar um pouco, por problemas familiares.

### **O que envolve a Pascom aqui na paróquia? O que seria a Pascom?**

O objetivo seria, além de divulgar e levar a palavra de Deus, é de tentar unir os outros movimentos pastorais. Os outros movimentos acham que é só tirar foto, o objetivo principal é leva através do Informativo, site e artigos a palavra de Deus e tentar fortalecer a fé das pessoas e tentar divulgar o que acontece na igreja para trazer as pessoas para a igreja. Apesar do conteúdo, muitas pessoas não leem, e vão somente nas fotos, como falamos na reunião que tivemos no ano passado. De uma forma ou outra é um grande atrativo para a igreja.

### **Como é feita a produção do Informativo?**

No começo a gente sempre marcava reuniões, ou no primeiro sábado do mês ou no último sábado, para ver para o próximo mês. No começo iam todos os integrantes e depois foi diminuindo, por isso acaba sobrecarregando para mim e para o Rodrigo. Era quando a gente via as pautas, estabelecíamos os temas e depois distribuía para quem ia escrever os temas, ou a gente convidada alguém para escrever e estabelecia o prazo de uma semana para a pessoa escrever, e enviava para o William, para correção de gramática e concordância, e encaminhava para a Aline e o Márcio. Tudo era feito por e-mail, a Aline não vinha na reunião, pois virou uma coisa automática, sabia como fazer e não participava da reunião. Às vezes as pessoas demoram para escrever e parte para a parte da correção, que deixa a pessoa sobrecarregada, aí passa pela Aline e o Márcio, o que acaba fazendo com que entregue o Informativo em cima do prazo. Já aconteceu de ter que pegar arquivo de internet, mas a gente tenta estabelecer temas e prazos.

### **A reunião para o Informativo vocês fazem uma vez por mês somente?**

Seria na teoria, mas nem todos participam. Antes tinham 15 membros e vinham 7 ou 6. Aí tem a questão de você ficar no pé. A gente tenta, mas não é uma coisa que dá muito certo.

### **Referente a nossa proposta, o que vocês esperam da nossa reformulação?**

Para mim o principal, além de renovar a cara do jornal e entender o que é o Informativo, além de entender o que chama a atenção das pessoas, o que vai agregar. Acho que para dar um novo movimento para a Pascom, de repente através dos workshops que vocês vão dar, talvez isso chame mais pessoas para participar. Acho que isso vai ser de muita utilidade pois nenhum é formado na área da comunicação, então a gente não tem os “macetes”, pois uma coisa é olhar um jornal e achar legal, mas não temos o olhar técnico disso. O olhar de vocês vai agregar muito na parte visual, da leitura e de despertar um novo olhar. Vamos mostrar que a Pascom é mais do que um lugar que ó escreve.

**Você teria alguma sugestão de mudança para a gente usar na reformulação do Informativo Paroquial?**

Eu acho que o jeito, as matérias e conteúdos que falem mais sobre pessoas da comunidade e que fazem parte da igreja. É uma forma de motivação, mudar o jeito do jornal. Mostrar a comunidade, trazer coisas da comunidade e específica da nossa paróquia. Tem um senhor, por exemplo, que já tem 60 anos mais ou menos e foi coroinha com 7 anos. Eu pelo menos nunca vi pessoas fazendo matéria sobre o trabalho dele, para mostrar como ele ajuda na comunidade. Acho que seria interessante esse tipo de matéria. Mas para mudar é complicado. Ou colocar alguma curiosidade.

**Hoje, como você avalia o Informativo Paroquial?**

Acho que está engatinhando ainda, nem andando, para ser sincera. Sabe aquela criança quando tenta levantar, mas acontece algo e a criança cai?

**Você saberia me dizer quando e como começou o Informativo na paróquia e se ele já passou por alguma reformulação?**

Olha, quando ele foi feito eu não vou saber, mas acho que o Rodrigo possa saber. Parece que foi com o padre Alex. Acho que foi mais para divulgar informações, uma forma de avisar sobre o que vai acontecer na paróquia e comunidade. O Bruno, que é um membro, fala que foi o Alex. Do tempo que estou aqui, desde 2013 na Pascom, teve uma vez que a gente se reuniu com a Aline e uma amiga dela, demos uma modificada na parte visual apenas, mudamos cor, mas desde que estou aqui, apenas uma vez. Não me recordo se o que elas falaram foi executado. É complicado depender de outras pessoas.

**As pautas são vocês que decidem?**

Sim, na maioria das vezes. O padre também passa algumas coisas, sempre está presente nas reuniões. Já aconteceu de ter mais de uma reunião, pois o padre pediu algum conteúdo. Ai o padre sempre pede uma reunião a mais, mas normalmente sou eu e o Rodrigo.

**O jornal tem 8 páginas. Vocês consegue produzir conteúdo para todas as páginas?**

É complicado, pois às vezes até tem o número de artigos, normalmente 11, e tem o editorial do padre e outra matéria que o movimento escreve, e uma outra que outro padre escreve. A gente tenta sempre colocar os temas, mas muitas vezes os membros não enviam no tempo estabelecido. Ai a Aline ou eu e o Rodrigo a gente tem que ir atrás de artigos que pegamos na internet, pela falta de tempo.

**Quais são as pautas fixas do Informativo?**

Santo do mês, editorial, artigo do dispensário, que é um local fixo, mas os temas eles que determinam. A gente sempre tenta colocar algo relacionado ao mês, agora por exemplo, vamos escrever algo sobre o carnaval e relacionado a igreja. Tem a quaresma, e por ai vai. Os outros vão de acordo com os meses. Quando tem acampamento, por exemplo.

**O que não consegue fechar, procura na internet?**

Isso, a gente olha sempre no site da Canção Nova, pois sempre tem artigo novo lá. Lá quem escreve é normalmente psicólogo e padres, então são artigos bem ricos e citamos a fonte do artigo. Mas sabemos que é interessante a gente escrever e não pegar na internet. Desde que o Informativo foi feito, é sempre no mesmo sentido de colocar foto, avisos e coisas de santos ou palavra do padre. Já tentamos inserir temas que são complicados de falar, mas o padre já deu uma barrada uma vez, como política.

**As matérias passam pela supervisão do padre antes?**

Quando a gente decide em reunião, ele já decide na hora, quando ele não está, a gente manda e ele dá o ok dele. Antes da impressão, tem que passar por ele. Às vezes a gente quer inovar, mas o padre tem que autorizar. Alguns temas exigem uma cutela maior.

---

**RODRIGO MARQUES MACIEL**

**Coordenador da Pascom**

**Data:** 9 de fevereiro às 15h00

**Local:** Salão Paroquial da Matriz de Santa Bibiana

### **Há quanto tempo exerce a função de coordenador na Pascom?**

De coordenador vai fazer um ano e pouco, participava como agente, e começo do ano passado o padre me chamou para fazer parte como coordenador, mas que eu participo da pastoral, tem mais ou menos três para quatro anos.

### **E como você administra e divide as funções dentro da Pascom?**

Então, eu juntamente com a Silvia, que a gente se auxilia, como coordenadores somos em duas pessoas, então a gente todo mês se reúne, é o que a gente tenta fazer e seleciona os arquivos, isso é dividido e manda para cada um dos agentes da Pascom. Então, eu e a Silvia se encontra, põe o tema dos artigos e depois faz a escala, tanto de foto, e depois sobe no grupo, no *Facebook* e no *Whatsapp* também, então ali a gente solta conforme também o que é mandado para a gente, a espera sempre o final para o começo do mês, a própria paróquia manda para gente tudo o que vai ser de eventos, desde a grade de missa, de eventos que vão ter fora disso, alguns encontros diferentes de pastorais e movimentos também, aí a gente pega e junta isso daí e sai soltando para cada um nas escalas, a gente coloca os temas conforme o calendário paroquial também, principalmente o calendário paroquial também, principalmente conforme o calendário paroquial

### **Para você, qual a importância do informativo para a evangelização dos fiéis?**

Para mim a importância é muito grande, até como vocês tinham falado, esse processo de reestruturação que vocês estão falando, a gente ficou, pelo menos eu fiquei muito pensativo em tudo que a gente estava falando, porque, quando vocês falaram muita coisa boa associada aquilo que a gente tem de rádio, de tudo isso, às vezes você está tão engajado nas coisas, que você não percebe que tem de material. Então a gente tem a rádio, tem a web, tem um site, então tudo isso eu poderia estar usando mais ainda para evangelizar, então a gente está tentando com vocês agora a maneira que a gente vai unir essas para evangelizar até de uma maneira diferente, que a gente percebe hoje, que o jornal, o informativo, está de uma maneira um pouco morta, a gente percebe isso, morta no sentido que o pessoal está atrás de foto, hoje você pega qualquer coisa, a pessoa quer ver a foto da notícia, mas está faltando a leitura, você precisa fazer a leitura das coisas, é gostoso ler aquilo que te da vontade, só que a gente precisa estar antenado com que a gente vê através de reportagens, da mídia, coisas atuais, para estar trazendo para dentro do informativo. Por exemplo, esse mês



eu coloquei um artigo “A espera de um trabalho através da fé”, de emprego, a gente está vendo que tem 12 Milhões de brasileiros desempregados, quer dizer, é uma notícia que está passando todo dia, até cheguei a falar para uma pessoa – Eu e você trabalhando hoje é milagre, são 12 milhões. Então são coisas que a gente tem que trazer porque várias pessoas na comunidade, de repente o que eu escrevo pode saciar a esperança, através da fé, através de um conteúdo da igreja, você levar a palavra de Deus e levar o que é realidade. A pessoa está ali com uma esperança, você ter seu testemunho, você passar isso tudo junto. Então eu vejo assim, falta muita coisa aqui dentro ainda, mas que a gente pode acrescentar mais, principalmente agora. Eu acredito que tem uma importância para a evangelização muito grande, não só para eles verem horário de missa, essas coisas, mas assim, para eles estarem sabendo aquilo que a igreja coloca. Então a gente fala assim, está meio morto, mas tem aqueles que são fiéis, que gostam, ele pega um artigo e tudo mais, a gente só precisa aprimorar, mas na evangelização ele é muito importante, porque eu acredito assim, tem testemunhos oculto que a gente as vezes não escuta, mas tem aqueles que você escuta, que vê, algumas vezes ele lê uma matéria ali e isso tocou o coração dele, tem testemunho que a gente tenta cavar em outros encontros que tem, tacar lá pra dentro, a gente está começando a destrinchar isso.

### **Como é feita a produção do Informativo, desde a pauta, até a impressão?**

A ideia é ter uma reunião todo mês, então o que a gente tenta, por isso que a gente fala, para Deus é impressionante você falar isso, por quê? Para Deus você força eu falar uma coisa que, não forçar de forçar, mas você faz a gente enxergar Deus de uma maneira diferente, porque para Deus a gente tem que dar o melhor, você está fazendo isso ai, você está buscando o melhor, então a gente que doa esse tempo para Deus teria que fazer o melhor também. É o que a gente está tentando fazer. Então uma vez por mês, a gente teria, tinha, estava tendo essas reuniões, agora acho que ela vai ser mais assídua. Todo mês a gente tem as reuniões, ali a gente solta, não só através do Face, através de outros canais, a gente solta o que a paróquia manda para gente, a gente vê em vários sites o que que a igreja está falando este mês, é destrinchado para cada um dos agentes da pastoral, e depois através dessas reuniões com o padre também que a gente senta com ele, vê se tem algum erro, alguma coisa, ai vai para a diagramação que a Aline faz, o Márcio Ruiz, que eles que cuidam da parte de fotografia, eles vão montando o jornal, então toda essa parte é mandada para eles, depois a gente manda para a gráfica, e eu dou um tempo para eles, por exemplo, eu soltei esse mês dia 8, eles tem até dia 15 para escrever, até o dia 15 tem que estar

mandando para a correção para depois estar mandando para correção e para o pessoal da correção estar mandando para Aline diagramar e mandar para a gráfica.

### **O que você espera desta proposta de reformulação do Informativo?**

Olha, eu penso que foi Deus que mandou, primeira coisa que eu vou falar, porque não tem como separar o que a gente está fazendo de Deus. Então, faz tempo que eu estou rezando para isso também, perguntando para Deus, porque quando a gente reza, Deus fala, só que cabe a você escutar se é ou se não é. Então às vezes você está procurando emprego, achou o emprego, então foi Deus que mandou, você não estava rezando? A resposta! É fácil de acreditar, não é difícil. Mas para mim como eu estava pedindo isso pra Deus, as vezes você pega algo para coordenar, eu sou técnico de radiologia, então não tem nada a ver com o que eu estou fazendo, só que eu sei que estou fazendo uma coisa voluntária que é para Deus, então se foi Deus que chamou, Deus capacita. Tem gente ali que tem faculdade de publicidade, de monte de coisa, então as vezes você fala assim, será que eu estou fazendo certo? Só que eu peço para Deus ir me corrigindo também através dos irmãos. Então eu percebo assim, que Deus tem mandado vocês, é uma benção, porque até o padre se alegrou também, então eu tenho certeza que o jornal vai melhorar muito, e o que vocês vão implantar agora no jornal, é o que a gente vai ver que é uma certeza e a gente quer continuar com isso. O padre vai ver e tenho certeza que isso vai dar muito fruto, no meu coração, principalmente em nome de Jesus eu tenho certeza que vai dar muito fruto, porque além da capacidade que vocês têm, não falo que o pessoal ali não tem capacidade, tem bastante gente, só que as vezes, é que nem eu falei, a gente está tão assíduo nas coisas que a gente só enxerga para frente, você não enxerga o que pessoas de fora enxergam. Quando vocês vieram falar, “será que aquela pessoa que está lá longe, você entrevistou? Perguntou, será que isso aqui mexeu com a vida dela?”, aquela senhorinha que está no Dízimo a muito, muitos anos, será que tem alguma coisa diferente? Então tem muita coisa pequena que leva a coisa grande e que talvez a gente não está fazendo. Então acredito eu que se tem bastante coisa para se mudar, e não é pouca no jornal, até talvez matéria de conteúdo, porque fica aquela mesmice também cansa; tem coisa para mudar tenho certeza que veio só para agregar mesmo e se Deus quiser vai melhorar.

### **Qual a sugestão de mudanças para o Informativo?**

Isso vai depender muito do que vocês apresentarem agora, porque a gente também está esperando o que vocês vão mostrar. Mas de mudança, queria integrar mais as pastorais, buscar mais pastorais de fora para escrever, acho que não tem que ser

centralizado na gente, porque a gente divulga, então a partir desse momento que a gente divulga, creio eu que a gente tem que buscar a fonte dos outros também.

### **Como você avalia o Informativo hoje?**

Então ele teve uma reestruturação a dois anos atrás, mudou as coisas como layout, essas coisas tudinho, fotos a gente procurou melhorar, só que a gente queria fazer umas coisas assim, diferentes para não ficar na mesmice. Aquele artigo ser esse, que todo mês é a mesma coisa, mudar as coisas de capa, melhorar a qualidade do jornal também, não sei se diminuir tiragem adiantaria isso aí, porque a gente aumentou a tiragem, o jornal está indo longe hoje. Eu digo morta, não no nosso lado, mas morto assim, que a gente podia fazer algo diferente dentro do jornal para reviver, dar mais visão, reavivar o pessoal que está de fora, para voltar a ter aquele interesse, porque depois que vai conversar com o padre Alex, desde que ele foi implantado o pessoal gostou muito, só que eu não queria que eles pegassem isso como talismã, eu vou pegar, porque se não vou para o céu, vou levar ele porque é meu jornalzinho, mas levar e ler! A gente nunca vai saber se a pessoa vai ler ou não, mas o que a gente espera? Que a pessoa leia. A gente entrega no comércio, tem os patrocinadores, a gente quer fundir agora a rádio e o jornal O Informativo junto, ter uma coisa só, e atrair patrocinador, porque é uma coisa assim, é caridade, a pessoa paga a gente vai fazendo isso aí, a paróquia ajuda com a maior parte, mas a gente queria inovar alguma coisa nele, para ter um atrativo maior para as pessoas, até para chamadas, chamadas para as coisas da paróquia.

### **Quando e como começou a ser feito o Informativo? Ele já passou por alguma reformulação ou avaliação?**

O que eu sei hoje é que há dois anos atrás, a gente tinha se reunido e feito essa mudança, acho que em 2015 que foi feito. Mudou as cores, mudou alguma coisa, mas para mim ainda está faltando muito, isso do tempo que estou, para trás quem sabe é o padre. Ano a ano muda alguma coisa de cor, dessas coisas, mas uma coisinha bem sutil mesmo.

### **Quais são os participantes do Informativo?**

Todos da Pascom, somos em 10.

---

**PADRE ALEX DE LIMA**

**Fundador da Pascom em Martinópolis**

**Data:** 11 de fevereiro 2017 às 11h30

**Local:** Casa do Pe. Alex em Arapongas – PR

### **Como surgiu a Pascom em Martinópolis?**

Bom, num segundo momento que foi em 2009/2010, junto com uma turminha, nós criamos a pastoral de comunicação, que as paróquias chamam de Pascom, e a Pascom a partir deste momento assumiu o informativo paroquial, que nós chamamos de jornalzinho da paróquia. Antes disso o informativo era feito pelo secretário, o Vagner, quando eu estava lá eu também ajudava a fazer o informativo, e antes disso, antes de eu retornar lá, a paróquia não tinha o informativo. Começou com o padre Omar junto com o Vagner só que esse informativo foi criado porque ele foi desmembrado do informativo da associação Jesus vem nos salvar, que é uma associação que foi criada por leigos da paróquia que é para dar direção espiritual e principalmente assistência social, que nesta semana fechou, fechou a parte social.

Então o informativo paroquial da cidade era da associação Jesus vem nos salvar que era coordenado pela Deise e pelo João Bosco, a paróquia foi convidada a participar desse boletim informativo, colocando as informações da paróquia, principalmente os horários das missas da paróquia e das capelas, que era na parte de trás do informativo. Tinha todos os horários lá, são 20 e poucas capelas na cidade e na zona rural. A paróquia começou a colocar a palavra do padre, o editorial, e a associação tinha as pessoas que faziam toda a diagramação e também os artigos, e distribuíram entre o grupinho deles cada assunto, e depois juntavam e realizavam a edição do boletim informativo.

Por que boletim informativo e não um jornal? Existem normas de publicidade em relação a um jornal, para você fazer um jornal você precisa ter um jornalista. Na época em que eu estava em Martinópolis nós na paróquia não tínhamos um jornalista para fazer um jornal, então pensamos vamos fazer parte do Jesus vem nos salvar, do informativo deles. Por isso a Deise colocou boletim informativo, porque é algo particular de distribuição gratuita, mesmo tendo apoiadores culturais, e não patrocinadores, porque patrocínio é complicado, e pode ter algum processo ao entender que seja um jornal. O boletim informativo não precisa de jornalista e tem os apoiadores culturais que investem na publicação, porque a associação é uma entidade sem fins lucrativos, é uma entidade filantrópica, e assim foi criado o boletim informativo Jesus vem nos salvar, e a paróquia foi convidada a participar das edições.

Alguns apoiadores culturais a paróquia que indicava a princípio, mas normalmente a associação estava à frente do boletim. Com o passar do tempo houve algumas divergências entre a renovação carismática católica, que era coordenada pelo João

Bosco e a Deise, com o padre José Lino, e houve um racha entre as atividades pastorais, porque a rcc queria estar à frente de muitas atividades pastorais e o padre começou a colocar algumas pessoas, talvez mais preparadas, para assumir as pastorais, e houve alguns problemas já que eles não gostaram disso. Com isso o padre resolveu criar o seu informativo paroquial, que também foi uma situação constrangedora com a associação, apesar disso sempre houve um diálogo entre a igreja e associação para seus trabalhos conjuntos.

Assim surgiu o informativo paroquial, os padres e o secretário criaram, e é um informativo que não tem nome, é o informativo paroquial da paróquia Santa Bibiana, diferente do que ocorre aqui, onde temos o evangelize, que é um informativo de todas as paróquias, que tem o conteúdo de todas dela, não de uma só, nem apenas da igreja matriz. Foi criada uma fundação em Arapongas, para cuidar desse informativo, a princípio foi isso, pelo que eu saiba, pois na época eu não estava aqui, estava no seminário, nem padre eu era ainda. Foi criada a fundação papa João Paulo XXIII para cuidar deste jornal das paróquias da cidade, recentemente a fundação assumiu mais uma obra de evangelização, que é uma casa de apoio, aqui tem um hospital grande da região, que era o hospital João de Freitas e hoje é o hospital do Paraná, hospital regional. As pessoas de toda a região vêm buscar atendimento aqui, principalmente na parte de oncologia, e então essa fundação resolveu criar uma casa de apoio para as pessoas que precisam de tratamento e os familiares. Essa fundação é administrada pela igreja matriz de Arapongas. A princípio eles criaram o informativo aqui na cidade, tem quase vinte anos de existência, e são distribuídos em todas as igrejas da cidade. As paróquias mandam os artigos para fundação e a responsável pela fundação recolhe eles, e passa para um profissional diagramar.

### **Por quanto tempo você exerceu a função de sacerdote em Martinópolis?**

Em Martinópolis eu fiquei 2 anos e meio no total, eu fiquei um ano e um mês no começo de 2003, foi quando eu fui ordenado, dia 11 de janeiro de 2003. Eu cheguei em Martinópolis dia 12 de fevereiro em 2003, fui ordenado padre aqui em Arapongas, pois geralmente somos ordenados onde temos família, e fiquei um ano e um mês, aí o provincial me transferiu para Curitiba na paróquia Cristo rei porque o padre de lá tinha se transferido. Fiquei lá por 4 anos, fui transferido para o Maranhão, fiquei 2 anos, voltei para Martinópolis e fiquei mais um ano e pouquinho, na época de 2009/2010. Depois, fui transferido para São Paulo, no bairro do Tatuapé, fiquei dois anos e de lá eu pedi demissão, voltei para Arapongas para ficar com a minha família, onde eu estou até agora.

Então fiquei duas vezes em Martinópolis, o que é muito raro, um padre ficar duas vezes na mesma paróquia, mas foi por necessidade. Quando fui transferido para Curitiba veio o padre Omar, que foi responsável pela criação do informativo, depois eu retornei e aí foi criada a Pascom, pois lá não tinha a pastoral da comunicação, como é nas paróquias, que é um grupo, uma equipe onde cada um tem a sua responsabilidade e cada paróquia também tem um jeito de realizar o trabalho da Pascom, então eu fiquei dois anos e meio aproximadamente em Martinópolis, em duas etapas.

### **Qual é a importância da Pascom para a comunidade católica, especificamente lá de Martinópolis?**

Bom a igreja em si tem como missão a evangelização, os palotinos chamam isso de apostolado católico, só que Vicente Pallotti quando realizou seu ideal de criar a união do apostolado católico, era um grupo, uma equipe de padres, irmãos e leigos, era com o objetivo de que os leigos realizassem mais atividades na igreja, que naquela época era só ir na missa. Então o objetivo dele era engajar as pessoas na igreja, estar à frente de algumas atividades pastorais. O papa depois o reconheceu, depois que foi declarado santo, como o precursor da ação católica. Algumas pastorais foram criadas por São Vicente Pallotti, algumas pastorais já existiam só que as pessoas não podiam estar à frente das pastorais, quem estava à frente das pastorais era o diácono, o padre, que dava catequese por exemplo, não tinha catequista como nós temos hoje.

Então a missão da igreja é evangelizar, e a comunicação é a principal ferramenta da evangelização, não existe evangelização sem comunicação. Com o passar do tempo e a criação das pastorais, houve a necessidade de ter uma pastoral da comunicação como nós temos hoje, organizada, e assim a pastoral da comunicação tem vários objetivos, isso varia de paróquia para paróquia, de diocese para diocese, mas o fundamental é fazer com que as atividades pastorais na igreja se interajam, se conheçam e possam trabalhar em conjunto na evangelização. Porque aí é formada uma comunidade paroquial e não uma paróquia.

Uma paróquia eu entendo assim, a pessoa vai participa da igreja e volta para a casa, uma comunidade paroquial é uma igreja viva, onde as pessoas vão à igreja, participam e levam esse compromisso para o seu dia-a-dia como uma atividade de apostolado, no trabalho, na família, seja lá onde a pessoa estiver, ela pratica isso. Não que a pessoa que frequenta a paróquia não vá realizar isso, mas a paróquia acaba sendo um lugar de turismo, a pessoa vai à igreja participa e volta para a casa.

Uma comunidade paroquial são pessoas engajadas a atividades pastorais e que exercem isso por caridade, amor e o principal objetivo é a evangelização, ela partilha

aquilo que ela tem. Por isso a pastoral de comunicação deve realizar este elo entre as pastorais, para que essa interação forme a comunidade paroquial, e cada qual com sua característica própria como pastoral possa desenvolver isto compartilhando com a comunidade paroquial. Por isso que deve existir o conselho de pastoral paroquial, onde a pastoral de comunicação deveria estar à frente para administrar a comunicação entre as pastorais, o que ocorre em cada uma e divulgar, uma pastoral podendo ajudar a outra com a pastoral de comunicação fazendo este elo.

Claro que a pastoral de comunicação não é só isso, é muito mais, e existem outras pastorais dentro da pastoral de comunicação, que são as equipes que vão cuidar do informativo paroquial, do site da paróquia, cuidar de outras ações, como o Datashow para divulgar as músicas nos eventos, uma equipe é responsável pelas fotografias, etc. Então a pastoral da comunicação tem os seus agentes, cada qual responsável por alguma coisa na igreja.

### **O que mudou na paróquia Santa Bibiana depois da implantação da Pascom?**

Ajudou muito no sentido em que as pessoas começaram a receber uma evangelização de melhor qualidade. Tudo foi organizado, o informativo paroquial já existia, mas ele foi melhor complementado com os tipos de artigo, já que o secretário tinha as informações ali da paróquia. Os leigos que faziam parte da equipe tinham os artigos para poder publicar, não que isto não estava sendo feito, mas ali antes era uma coisa mais hierárquica, a igreja que estava produzindo, o padre e o secretário, isso foi desmembrado. A equipe assumiu isso e foi colocando mais conteúdo, se era uma página se tornaram duas, foram aumentadas as páginas para ter mais conteúdo, e o conteúdo eram os artigos que a equipe estava produzindo, e eram atuais, como uma palavra do papa ou do bispo que estava ali no momento. A equipe conseguiu coordenar isso, e também conseguiu que outras atividades que não aconteciam fossem realizadas, como a criação de um mural na entrada da igreja para colocar a fotografia dos eventos. A Pascom conseguiu descentralizar as atividades de comunicação da paróquia e ela assumiu, fazendo com que as pessoas pudessem receber mais informações que não recebiam, houve uma distribuição também na zona rural, para isso foi aumentada a quantidade de informativos para poder chegar as pessoas, porém faltou um apoiador e teve de ser reduzida um pouco a quantidade. Depois também a zona rural começou a ir para as cidades.

**Quais as diferenças entre a Pascom de Martinópolis e a Pascom da sua atual cidade? O que é positivo ou negativo em cada uma delas?**

Aqui em Arapongas são oito ou nove paróquias, eu participo de uma, então não posso generalizar, não conheço as outras paróquias. Eu não participo da pastoral de comunicação aqui da igreja matriz, mas eu participo de algumas atividades na parte de publicidade, não sou membro. A Pascom hoje, aqui em Arapongas, na igreja matriz cuida do site paroquial e eles cuidam da parte de Datashow, projetor para divulgar as informações da missa, isso que eles fazem é porque o santuário não tem um informativo paroquial, o informativo é da cidade. Eu já criei um informativo para o santuário, está na mão do padre e ele está esperando o momento certo para imprimir, para criar mesmo na prática o informativo.

O que difere de outras paróquias é que cada paróquia tem um jeito de trabalhar com a Pascom, algumas realmente fazem este elo entre as pastorais como eu disse, organizam o conselho de pastoral, estão à frente da assembleia paroquial. Outras Pascom cuidam de coisas específicas, como tirar as fotos para guardar no arquivo da paróquia, outras estão mais engajadas até mesmo dentro das pastorais da paróquia, como as equipes de liturgia, que não deixam de ser uma pastoral de comunicação. Às vezes a pastoral de comunicação cria também um teatro para realizar nos principais eventos da igreja, um teatrinho para a evangelização para a comunidade.

Então as Pascom identificam quais são as necessidades das paróquias para assumir isso, conforme vão vendo o que está em falta adicionam a suas funções. Isso é necessário hoje, por exemplo, não é todo mundo que vai no site da paróquia hoje, diferente com o que acontece com o *Facebook*, então a igreja tem que se renovar, aproveitar os meios onde ela pode evangelizar, se não ela fica para trás. Quando eu digo fica para trás é que as pessoas não recebem a evangelização pelos meios de comunicação que nós temos hoje, por exemplo, no *YouTube* quantos vídeos não são postados em relação aos temas da igreja? Tem muita coisa postada, tem homenagem a alguém da igreja, pessoas que estão fazendo bodas de casamento, é só fazer um pequeno vídeo com o celular e postar no *YouTube*, é uma mensagem evangelizadora, testemunho de que estão ali vendo aquele casal. Então isso também é uma forma da Pascom estar de olho, o que nós podemos aproveitar para ser meios evangelizadores. Tudo na igreja é comunicação e tudo na igreja é evangelizar, porque essa é a missão da igreja.

**Você acredita que o jornal deva ter um visual mais jornalístico ou acredita que a forma que está é a ideal?**

A igreja tem que se renovar constantemente, já está acontecendo isso, e o Papa Francisco já vem sentindo isso na prática. A gente tem que se relacionar e se comunicar com as pessoas, diferente dos padres anteriores, então a igreja tem que



estar em tudo, de uma forma que agrade as pessoas. Se o informativo paroquial tem uma diagramação que é mais visual vai chamar a atenção dos fiéis para ler os artigos. A renovação de diagramação e do projeto é essencial, estar sempre mudando, não pode ter sempre só a mesma cara.

Aqui nós temos um informativo como exemplo, onde temos uma imagem que é o tema desta edição, diferente do jornal, o informativo não tem página 1, 2, 3, 20, tem poucas páginas, então algumas igrejas preferem este formato com o tema principal na capa, que vai chamar a atenção do fiel. Eu prefiro um informativo com um tema, nome do jornal, como se fosse o esquema mesmo do jornal, dois ou três artigos, ou algumas manchetes com resuminho dos artigos, onde a pessoa olha e pensa “poxa, tem esse esse tema, eu quero ler”. Isso eu acho que chama mais atenção, daí sim, dentro, como nós temos o exemplo aqui, tem as fotografias em relação ao tema, um informativo sem fotografias a pessoa não se interessa em ler. O texto é muito grande, muito carregado, pesado para apenas uma fotografia, a pessoa não tem tempo hoje para ficar lendo um texto grande como este, por exemplo, esse texto é um artigo com tema pastoral, mas não é todo mundo que vai se interessar em ler. Não precisa ser um artigo completo, pode ser um resumo, sendo menor sobra mais tempo para tratar dos assuntos da comunidade.

Claro que o principal objetivo de um informativo paroquial é colocar as informações da paróquia, uma coisa é você colocar coisas que já aconteceram e outra é colocar o que ainda irá acontecer. O erro que ocorre é colocar apenas informações de um tipo ou de outro, a maioria coloca o que já aconteceu, e o jornal se torna algo apenas de recordação, se tornam notícias de lembranças, isso não pode acontecer, é importante só que também tem que se colocar aquilo que vai acontecer, porque é aí que você vai evangelizar a pessoa, ela vai se interessar em participar da igreja, isto é um convite a participar da igreja. Se isso não acontece o informativo apenas se torna um álbum de fotografias e de artigos, aconteceu, se tornou apenas uma lembrança.

Você tem que informar aquilo que irá acontecer, isto é uma maneira de evangelizar, você informar a pessoa para que ela possa participar das atividades. Por exemplo, o bispo vai fazer uma visita pastoral na paróquia, o que é feito a cada cinco anos, claro que você vai avisar na missa, mas se você não coloca isso no informativo que existe na paróquia, muita gente não vai saber porque mora na zona rural, ela vai receber o informativo e ver que o bispo veio no mês passado e ela não ficou sabendo. Às vezes você não coloca porque recebeu a informação depois que já passou a data de mandar para a gráfica, e até voltar para a paróquia já não dá mais tempo, mas a paróquia precisa ter mais informações sobre o que vai acontecer, claro que pode ter o que já aconteceu, só que o principal é o que vai acontecer, e não pode ter somente o texto.

---

**PADRE ELMAR NERI RUBIRA****Fundador do Informativo Paroquial**

**Data:** 11 de fevereiro às 15h44

**Local:** Seminário Menino Deus

**Qual sua função?**

Reitor e Diretor da etapa de formar, que é o período introdutório do Seminário Rainha da Paz. Aqui chamamos de Período Introdutório Padre William Withman, é uma etapa do qual todos os candidatos da vida consagrada da América do Sul vem para cá, para um ano de formação. Então minha função aqui é ajudar nossos candidatos a elaborarem o discernimento vocacional.

**E por quanto tempo o senhor exerceu a função de um sacerdote em Martinópolis?**

Fui vigário paroquial, fui por quase três anos. Cheguei após a páscoa de 2004 e fiquei até o final de 2006, pois em 2007 fui enviado para Londrina, para a casa de formação.

**Por que o senhor acha importante a junção da Comunicação Social com a Igreja na comunidade? Neste caso, com o Informativo.**

Na época tínhamos apenas uma folha de avisos, que é o verso do Informativo, mas eu vi que somente aquela folha de avisos era algo que a pessoa olhava e depois jogava fora. As pessoas viam a programação e esta era apenas a finalidade. Conversando com o Vagner, secretário na paróquia, resolvemos colocar um conteúdo, para que as pessoas pegassem a folha e pudessem aproveitar melhor e não apenas com avisos, como por exemplo, uma mensagem do padre. Para que nossa comunidade pudesse estar mais atenta para saber o que estava acontecendo a nível de paróquia mesmo, para sair apenas dos avisos. Trazer algo para evangelização e até mesmo um conteúdo bíblico. Sempre fiz dessa forma, o intuito era uma mensagem bíblica, cristã ou católica.

**Essa ideia de fazer o Informativo surgiu junto com o Padre José Lino?**

Não me recordo muito bem, algumas informações a gente já tinha sobre o Informativo, me apreço que na época estava vinculado ao Informativo da associação, mas a intenção era a paróquia ter algo próprio. Para desvincular da associação e ter algo paroquial, voltado para a comunidade. E que os padres pudessem desenvolver e que fosse da Paróquia Santa Bibiana. A associação tinha seus objetivos e nós precisávamos ter algo da própria paróquia.

**O que o senhor acha da nossa proposta de reformular algo que o senhor deixou, e trazer um conteúdo mais jornalístico?**

Acho muito bom, o escrito hoje se não for bem elaborado, é o que chama menos atenção. Precisa mesmo de um conteúdo elaborado e gente especializada, se o Informativo não atrai pela aparência, não vida para a leitura. Hoje em dia as pessoas precisam do tocar, do ler, mas para circular, tem que ser renovado. Para nós é algo que ajuda muito na evangelização e vai ajudar outras pessoa a simpatizar com aquilo que a igreja faz.

**Aqui na cidade que o senhor está tem algum Informativo?**

Temos o Informativo Diocesano, o que eu percebo é que o Informativo Diocesano é muito ilustrado, mas muitas repetições de uma mesma paróquia.

Ele é bem elaborado, também tem uma equipe especializada que faz isso, mas percebo que há repetição de paróquia. Às vezes a informação é mais de uma paróquia, do que da diocese. Aqui precisava ser mais elaborado, pois não atrai. Ele é colorido e bem ilustrado, nas paróquias são mais simples, normalmente uma folha.

**O Informativo, quando foi feito, você notou que houve interesse? No início?**

Sim, em relação aos nossos cristãos, respondeu a necessidade do momento e os objetivos que tínhamos em vista. Na época era simples, mas correspondeu aos nossos objetivos. Cumpriu a finalidade. O nosso era somente o jornal, mas o padre José Lino que sempre gostou dessa área, foi quem teve a iniciativa de colocar a rádio comunitária.

---

**PADRE MARCOS VINICIUS CLEMENTINO**

**Coordenador da Pascom no estado de São Paulo**

**Data:** 18 de fevereiro às 13h30

**Local:** Parapuã - Salão da Paróquia Imaculada Conceição

**O que são as pastorais, e precisamente, o que é a Pastoral da Comunicação?**

As pastorais realmente nós vemos como um grupo de pessoas, chamado na linha pastoral, um grupo do rebanho de Deus que trabalham em dimensões específicas. Então por exemplo nós temos na parte do reino as crianças, então surge a necessidade da Pastoral da Criança, um grupo de pessoas que pastoreiam, que zelam, que cuidam, que deem atenção e dedicação as crianças. Assim nessa mesma linha é a Pastoral de Comunicação. Então, um grupo de pessoas que zelam pelos meios de comunicação para que sejam portadores da boa nova do Reino de Deus, por

isso então Pastoral da Comunicação, um grupo de pessoas que se dedicam a comunicação em nome do bem.

**Qual a importância de uma Pascom em uma igreja, porque é importante a igreja contar com uma Pastoral de Comunicação?**

É muito importante as pastorais, justamente para dar atenção a todas necessidades da sociedade, por isso que uma igreja dividida em pastorais, procura, é claro que nenhuma paróquia ela tem todas as pastorais, ela tem desejo, porque falta trabalhadores. A palavra de Deus diz, “a messe é grande e os trabalhadores são poucos”, mas em sua grande maioria, as paróquias têm muitas pastorais e atende as diversas realidades, por isso que é importante, quanto maior os números de pastorais numa paróquia, muito mais atendimento as necessidades daquele local, essa igreja poderá dar.

**Como é feito o seu trabalho no estado, com a Pastoral?**

A Pastoral da Comunicação está subdividida em 46 dioceses, entre elas a arquidiocese, como a de São Paulo, e nós estamos divididos através de oito coordenadores, pode ser padres ou pode ser leigos, nós temos nessa comissão sacerdotes e também leigos. Então nós articulamos o trabalho de comunicação como a comunhão entre as dioceses, assim como também subsídios fornecidos para o trabalho no setor de comunicação em todo o estado de São Paulo. Essas reuniões acontecem a cada três meses, geralmente na cidade de Limeira, onde fica o bispo referencial hoje, que é Dom Vilson Dias de Oliveira, ele que está sendo nosso bispo assessor. E através desse encontro dos coordenadores de cada sub-região, nós atendemos às 46 dioceses.

**Como é determinado as regras e funcionamento da Pascom?**

Nós temos três documentos muito importantes na Pastoral de Comunicação. O primeiro é o Inter Mirifica, entre as coisas maravilhosas do Concílio Vaticano II, de 1967, depois nós temos também o documento importante que é o documento de 1997 que é o documento 59 – Rumo ao Novo Milênio – em que o documento diz que até o ano 2000, todas as paróquias devem ter a Pastoral de Comunicação, é um desafio, e agora recentemente temos o documento 99, que é o Diretório de Comunicação para a comunicação no Brasil. Portanto, esse documento nos ajuda realmente a direcionar a igreja a promover a comunhão.

## **Professor de Planejamento Gráfico em Jornalismo**

**Data:** 23 de fevereiro às 21h00

**Local:** Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente (Facopp)

### **Qual a importância de um projeto gráfico em veículo de comunicação impresso?**

O projeto gráfico é a estrutura de qualquer mídia, não é só em jornal, não é só no impresso. Ela existe para colocar um padrão, nós vivemos de padrão, sem padrões nós não temos como consumir nada, visualmente, materialmente, então um projeto gráfico ele vai definir esses padrões. Num projeto gráfico de uma comunicação de um jornal impresso, seria o diagrama, trabalhar com a colunagem, com fontes, até estruturas geométricas, pontos de equilíbrio do jornal, da segregação da notícia, uma notícia atrás da outra, onde é mais fácil de ler uma notícia, onde é mais difícil de ler uma notícia na questão geométrica da página. A importância vem disso, sem um projeto gráfico, em uma segunda edição você vai ter uma outra característica de mídia. Então ela ajuda a questão de identidade corporativa mesmo, de você ter uma unidade corporativa nas outras edições, não só numa primeira.

### **Isso faz com que as pessoas reconheçam o seu informativo? Quando a pessoa bate o olho no jornal já saiba do que se trata por conhecer a imagem dele?**

Na verdade, é assim, você pode antecipar as notícias por alguns elementos gráficos, a identidade visual do projeto gráfico, na verdade um projeto gráfico com uma identidade visual vai ajudar nesse sentido, de reconhecer a mídia fora, ou de você estar longe, olhar a capa “olha de tal jornal”, isso em todas as páginas, não só na capa, quer dizer, quanto você tem um projeto gráfico bem definido com uma identidade visual, você consegue ver em todas as páginas, você vê o jornal a personalidade dele. Se não houver projeto gráfico de repente cada página vai ser de um jeito, então fica complicado para o leitor, e muitas vezes o leitor fica perdido. Continuidade também, de uma coluna para a outra, onde está essa imagem pertence a que notícia, trabalhar com elementos visuais, se esses elementos visuais são importantes também para o descanso, para você assimilar a informação. Porque ao invés de informar, você desinforma.

### **Nesse informativo, fazendo uma análise, o que você acredita que possa ser retirado ou acrescentado para que ele fosse melhorado?**

Na verdade, retirado nada, é que ele está mal distribuído, não tem projeto gráfico, eu vejo que não há um alinhamento das colunas, existe uma proximidade muito grande do texto com a imagem, coisa que confunde o leitor, tem que ter um mínimo de respiro

para essa colunagem, as margens, não existe margem, as margens são pequenas, muitas vezes não tem nem como imprimir, ou na impressão vai ter problema, então tem que ter um respiro, vejo que o fio data também está colado na página. Alguns elementos também que não deveriam existir, ou você trabalhar melhor essa questão da divisão dessas páginas, a leitura horizontal, a leitura vertical, isso tem que ser bem definido. E esses verbetes editoriais, um padrão desses verbetes, padrão de fonte, tamanho dessas fontes, tamanho da fonte de todos os verbetes, título, linha-fina, corpo do texto, tudo isso tem que ser pré-definido e não pode mudar, de uma página para outra.

**Existe algum item pré-determinado para o design no jornalismo que deveria estar nesse informativo que eu te mostrei, mas que não está presente no tabloide?**

Na verdade, você pode trabalhar com esses elementos que estão aí, mas poderia ter elementos mais visuais, você por exemplo colocar olho editorial, colocar boxes, as legendas, não tem legendas nessas fotos, as fotos devem ter legendas, devem ter crédito, algo que é obrigatório para informar o leitor, capitular por exemplo para deixar mais bonito, cor, você trabalhar com cor também é importante, essa padronização.

**Então esses elementos tornariam ele mais atrativo para uma leitura?**

Sim, quanto mais elementos visuais, melhor para o leitor.

**De que maneira a falta de hierarquização dessas informações e esses elementos visuais afetam na credibilidade dele?**

Olha, muito, porque você acaba tendo um jornal feio, sem atrativo visual, então muitas vezes você nem termina de ler a matéria porque você enjoa, causa estresse, porque? Pela bagunça, desinforma, então você não consegue ler direito, até pelas cores utilizadas na impressão, evitar uma cor ou outra, evitar, sobreposição de cores, como estou vendo ali (informativo), escrever em cima de imagens, isso é coisa que não se faz, ter fundo, plano de fundo, ter fios, a questão do alinhamento de colunas não tem então isso é ruim, você acaba travando a leitura e você acaba atrapalhando a leitura. Então o leitor desiste de ler, ele vai ler o título e ainda muito e ainda muito “malemá” ler o título desistir. Então você acaba que desestimulando a leitura.

**Você comentou sobre as cores, que algumas cores não devem ser utilizadas. Nesse caso, quais cores não devem ser utilizadas ou devem ser evitadas?**

Na verdade o que deve ser evitado é a sobreposição de cores , você tem sempre que pensar que as cores primárias tem problemas , então por exemplo, ali tem feixes azul, linhas azuis que separam uma notícia da outra, então fica pesada a página, a página fica carregada , e essa cor por exemplo ela pode borrar, pode atravessar a folha porque está muito carregada , está 100% de azul, então a gente tem que pensar nisso, cores primárias, essas cores em 100% elas borram, principalmente o azul, ciano e amarelo, então eu tenho que diminuir essas cores, a porcentagem delas, isso é de praxe, principalmente com o azul, ele borra mesmo, ali estou vendo que está borrado, duas faixas gigantescas que poderia se um fio mais discreto, uma coisa mais limpa, você tem que dar respiro para a página, essa separação visual não é feita por esses elementos, ela é feita pelo próprio texto, o título, ele vai separar visualmente se ele for bem desenhado , bem colado ele vai separa, a imagem se caso você usar outros elementos agressivos, você acaba deixando a página carregada, e casa estressa o leitor, enquanto mais limpa melhor. Há muitos anos que a gente não usa barras, fios grossos, a separação visual brusca de uma notícia para a outra, deve haver essa separação visual, mas ele deve ser mais limpa, ela é mais leve, as vezes até a tipografia faz isso, os verbetes editoriais fazem isso.

**Para a reformulação deste Informativo, você gostaria de deixar alguma dica, do que é tendência, o que nós poderíamos utilizar?**

Uma tendência são os espaços em branco, é importante ter espaços em branco até para ficar mais limpo a informação, não carregar muito capa por exemplo, as páginas como é tabloide, no máximo duas matérias, três já fica demais, utilizar muitos elementos visuais como boxes, infográficos, a infografia é muito interessante, diminuir a quantidade de texto, a gente tem os grandes jornais aí usando metade de infografia, o resto é texto, a própria infografia informa muito bem ainda por sinal, e diminuir essas questões só textuais, grandes colunas de texto, isso não existe mais, essa questão do enxugamento textual do jornal, é uma nova tendência.

---

**LAÍS TAINE DE OLIVEIRA**

**Diagramadora do Jornal Folha de Londrina e Jornalista**

**Data:** 24 de fevereiro às 14h00

**Local:** Redação do Jornal Folha de Londrina

**Qual a importância de um projeto gráfico em um veículo de comunicação impresso?**

Eu acho que tem uma importância maior que antigamente, porque antigamente a importância do projeto era de organizar o conteúdo, texto, imagens. A gente chegou em um patamar de organização ok, agora a gente está desenvolvendo a diagramação de uma forma que atraia novos leitores, porque a gente está perdendo leitores de jornal, os jornais estão fechando agora. Então o design do jornal hoje é uma forma de atrair os jovens para ler agora. Então jornais que sejam mais atuais, que abusem mais de ilustração e de mais elementos que possam contribuir com essa atração, é importante na visão do jornal de hoje, mas sempre pensando no leitor, porque você vai lá e faz um design muito arrojado, muito ousado a pessoa não consegue ler porque está mal organizado, mas sempre tem que estar preocupado com a organização do conteúdo, mas hoje é além disso, hoje a gente precisa buscar novas experiências para o papel.

### **O que poderia ser retirado ou acrescentado ao ver o atual tabloide?**

Eu acho que pela capa que a gente está vendo, tem muita informação, então muita cor, muita imagem, tem que ter um equilíbrio entre texto e imagem sempre. Essa capa aqui (jan./2017), ela está com dois tipos de cores para dar recados semelhantes, essa imagem que não tem a ver com o texto, quem vê o jornal hoje assim, imagina que o texto tem a ver com essas imagens. Então precisa ter um equilíbrio entre texto e imagem, independente se é na capa, no meio do texto do jornal ou não. Dentro, a gente já percebe um equilíbrio maior, porque tem mais textos. A capa pode ter só imagem por exemplo, uma imagem só também não tem problema, mas quando você coloca texto e imagem, uma coisa tem que estar ligada a outra, você não pode deixar solta, ou se você for deixar solto, que seja isolado. E aqui para o meio do jornal a gente percebe que já está com um equilíbrio, pelo menos os anúncios são bem, porque eu já vi coisas muito pior, porque a gráfica da Folha ela atende muitos jornais de São Paulo, Mato Grosso, mas esses jornaizinhos são mais para vender anúncios, aqui pelo menos está tudo organizado, tem título, texto que caminha em volta da foto. Como caráter jornalístico, as ilustrações falam pouco também, normalmente quando a gente tem uma matéria, ela sempre tem uma matéria de destaque da página, e essa matéria tem título, linha-fina, texto com janelas. Então aqui só tem o título e o texto e a imagem não tem tanta informação, então ela pode servir como ilustração, mas se você puder substituir por outra imagem é melhor, com produção do jornal e com informação, que as vezes você faz uma produção só para ilustrar também não adianta, poderia manter o quadro. E aqui no editorial achei bacana que tem a foto da pessoa que faz, que escreve, isso é interessante, tem a capitular para chamar a atenção. Só que por



exemplo, nessa página 2, a gente tem capitular aqui e capitular aqui, não tem problema nenhum, mas assim, normalmente se usa capitular em matérias principais.

Se você pega uma coisa que tem uma cor muito forte você não sabe para onde olha, então acho que deixa mais suave (essa parte é uma enrolação do carai, acredito que não importa, pois ela fala das cores do anúncio).

-Outra questão, o título que ele é justificado, isso aqui são dentes que a gente chama, que dá um espaçamento entre palavras que fica muito feio. Você centraliza sem justificar, porque aí uma linha fica maior que a outra, ou joga tudo para a esquerda ou tudo para a direita. Normalmente os textos são justificados, o que aconteceu aqui é que eles justificaram a imagem e a imagem comeu metade da coluna e aqui ficou pequeno, então ficou esses dentes, o programa não consegue jogar tudo certinho, depende do número de palavras que você tem na linha, então acaba complicando também, quando eles forem aumentar uma imagem tem que obedecer também a coluna, para não acontecer este tipo de problema, mas em questão de seção eu acho que está bem separadinho, por exemplo, os anúncios que estão aqui em baixo estão ótimos não estão bagunçados, o problema da seção é que você tem um título muito grande e a informação da seção ou editoria muito pequeno, então você não lê isso aqui, você só sabe que é outra coisa, mas você não sabe que faz parte disso, então não precisa ser maior que o título, mas isso aqui tinha que estar mais visível para saber que faz parte de outra coisa.

- O cabeçalho está bem feito, está com a data, tudo certinho, está com a mesma fonte, pode trocar por outra fonte se tiver interesse né, sempre pensando em uma fonte que seja legível, que a gente consiga ver de primeira.

- Coluna social geralmente é uma bagunça mesmo, mas está bem organizadinho. (Coluna social bem organizada, tanto faz colocar legenda tudo em baixo ou ao lado, ela prefere que seja posta ao lado pois fica muita coisa em baixo).

Aqui está falando Comunidade em Ação, e está falando o nome das pessoas que estão nas fotos correspondente ao evento, acho que precisa de um pouco mais de informação também, se você vai no evento, faz um textinho pequeno, coloca o que que foi, quantas pessoas foram para este evento e não deixar somente “fulano de tal e fulano de tal estão nessa foto”, porque quem está de fora quer saber quem são essas pessoas, então acho bacana colocar um texto maior também, não só a legenda para as fotos.

- (Tabela de missas). Acho que está bem organizado em forma de tabela

**O que você acha melhor a gente fazer? Colocar essa tabela dentro ou deixar ela aqui?**

Eu acho que na contracapa está bom, porque tem leitor que vai pegar isso aqui e as vezes nem vai abrir o jornal, ele só vira aqui e vê a tabela.

### **A gente queria que as pessoas vissem mais (o jornal)**

Eu acho que você pode cair no erro de a pessoa não ver a tabela

**E se sinalizar na capa onde está a tabela?** – Pode ser também um recurso, mas eu acredito que seja mais fácil para o leitor pegar o jornal e ver aqui do que você colocar no meio e de repente não querer ver, a pessoa que participa já sabe onde é a missa que ele vai, ele só vai mexer nessa tabela de missa quando está pensando em ir em outro lugar que talvez ele não conheça e ele vai mexer. Então isso aqui é um padrão, então vai ter toda vez, toda edição do jornal vai ter. Tudo bem você fixar em outra página, no meio do jornal, mas aí você não pode ficar trocando de página, tem que manter sempre, porque sempre que ele abrir o jornal ele sabe onde vai estar. Normalmente anúncio quando quer chamar muito a atenção é em página ímpar, então se você quiser usar isso como um anúncio, então página ímpar, a conta capa vale bastante também, por isso eu falei que talvez seja um ponto bacana. Mas como você falou que quer chamar a atenção do leitor para o meio do caderno, eu acho que se você jogar em uma página ímpar a pessoa acaba olhando. Porque nossa forma de ver o jornal é assim: diagonal, da esquerda para a direita, então se você põe o anúncio aqui a pessoa acaba batendo o olho aqui. Mas se você põe o anúncio no par, a gente abre e olha aqui e as vezes passa.

### **A respeito das cores, o que poderia ser feito para deixa-lo mais atrativo, não deixar muito carregado?**

A gente percebe que já tem uma cor padrão, azul que é do jornal, não precisa trocar, pode manter a cor, o que a gente pode evitar é ficar usando fundo azul para todo destaque que você quer. Então se você coloca fundo azul em tudo, perde o destaque, de repente evitar colocar fundo, a gente aqui no jornal evita colocar fundo, as vezes a gente usa em box mas é uma cor suave, não tão forte quanto está aqui.

- Eu acho que o azul é uma cor interessante para igreja, porque é uma cor que remete mais a paz, a mais tranquilidade, então acho que azul é uma cor forte para informativo de igreja.

**E em relação a esse tom mais laranja?** Muito forte, carregado. Só que eu entendo que essa é a logo da igreja, então eu acho que quem fez teve a intenção de usar as cores teve intenção de usar as cores da logo, pode usar? Pode, mas fraco, por que

aqui muito forte, chamou atenção para a caixa, chamou atenção para os outros dois, muita coisa com destaque que acaba perdendo o destaque de tudo. Tranquilo você usar, padrão, por exemplo, se você vai usar isso aqui para destaque, todo destaque que você for usar nas páginas, tanto na capa quanto na interna, você vai usar o mesmo padrão, tudo tem que ser padronizado. Então por exemplo, esse que está com fundo azul e aqui está com fundo amarelo, porque está diferente, porque isso é azul, tudo tem que ser pensado, porque um destaque é azul e outro destaque é amarelo? E se for usado essas duas cores, tem que ter um porquê. O leitor quando pega o projeto ele vai entendendo, então toda semana que se for azul, digamos que azul é para chamar para uma missa que vai ser diferente e o amarelo é um outro tipo de destaque, então sempre padrão. Usar uma ou duas cores no máximo.

**Das fotografias em relação as ilustrações, você acha que teria que ter mais produções próprias do jornal?**

Com certeza, as pessoas querem ver alguma coisa mais perto da realidade delas, então se você tem mais produção fotográfica do jornal que é feito por vocês, acho que chama mais interesse nisso do que você ver quadro com ilustrações.

Só que tem que ser uma produção pensada na informação, não pode ser só uma produção, de repente se for para ilustrar página ok, mas acho que sempre buscar informação até na fotografia, não deixar uma foto vaga, acho que também isso é importante.

**De que forma você acha que a falta de hierarquização nas informações do jornal, falta de produção própria afeta o público?**

Eu acho que a hierarquia é o principal da diagramação, porque se você coloca um título pequeno na matéria que você quer destaque a pessoa pula, ela vai para outro que está mais chamativo, então hierarquia é fundamental na diagramação, então a gente tem que se atentar a qual matéria que você quer que seja vista primeiro, qual que você quer que seja secundária e pensar em títulos para isso, por exemplo, aqui os títulos tem o mesmo tamanho, só que uma está em cima da outra. Obviamente e vou ver a primeira, depois eu pulo para a segunda, só que as vezes a gente consegue fazer isso de uma forma diferente, se você quiser colocar uma matéria do lado da outra, como que vai ser? Ainda assim a do lado esquerdo vai chamar mais a atenção, mas ainda assim seria interessante você hierarquizar assim, título um que é o maior, título dois que é para secundária, título três para terciária, isso vai diminuindo o tamanho da fonte, isso traz a hierarquia melhor.

### **Considerações Finais**

O jornal não está mal feito, ele não está tão ruim assim, mas dá para melhorar sim, mas pensando em público, dentro da igreja é amplo, tem idoso tem jovem, tem uma gama grande de pessoas que vão ler o jornal. Quando você pensa que tem bastante gente para ver, você tem que atender todo esse tipo de público. Acho que se for pensando em jovem, você pode abusar de ilustração também e eu sei que a produção as vezes é difícil de buscar um ilustrador. Hoje eu acho que o infográfico está bombando em edições impressas, porque a gente vê a Super Interessante que é voltada para jovem é super colorida, tem um design bacana, então se você puder mesclar algumas edições, colocar um infográfico bacana que chame a atenção dos jovens também, acredito que seja um recurso bacana que você pode usar. Você pode mudar o tipo da seção, não sei quantas seções vocês vão manter, não sei se é fixo também, sempre manter padrão, para as pessoas saberem que na página 5 vai ter uma seção tal e vai ser sobre aquele assunto. Daí você pode até trocar a cor da seção se quiser, embora acho que manter uma cor só fica mais bonito. Mas sempre padrão, para o leitor se situar.

---

**NOME:** Ana Paula Figueiredo

**IDADE:** 16 anos

**ESCOLARIDADE:** cursando ensino médio

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 16 anos, desde que nasceu

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

#### **1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Acompanho o Informativo pelo menos uma vez por mês. Não costumo ler ele inteiro, mas sempre dou uma olhada nas informações.

#### **2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

O que mais procuro são as tabelas de missas, os assuntos do mês, como os santos e a palavra do Padre.

#### **3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Acredito que não está ruim, mas pode passar por melhorias o visual. A mudança vai fazer com que as pessoas prestem a atenção que tem algo novo.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Acredito que pode e deve.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Sinto falta de matérias que falem mais sobre a participação dos jovens na Igreja.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Sugiro que haja uma seção especial para os jovens e que seja escrita pelos jovens.

---

**NOME:** Eduardo Fernando Costa de Oliveira

**IDADE:** 21 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino fundamental completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 2 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Não leio todos os meses, mas tem meses que sim.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Palavra do padre e matérias sobre os jovens.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Não tenho o que reclamar.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Acho que pode.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Falar mais de jovens e crianças que fazem parte da igreja.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Testemunhos das pessoas que frequentas a igreja, mais fotos dos movimentos que a igreja tem.

---

**NOME:** Elizabete Barbosa de Souza

**IDADE:** 47 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino médio completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** 21 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Eu leio ele todos os meses, então eu tenho contato durante todo o ano com ele.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

A palavra do padre, as fotos, os santos do mês, as reportagens todas são interessantes.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Eu acho que a capa dele sempre vem um pouco escura a matéria, os recados que vem, e essa parte precisa mudar um pouquinho.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Sim, eu acho que precisa né, nós temos várias pastorais e poderia estar entrando matérias sobre as pastorais da paróquia.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Sempre esse detalhe das pastorais, falar um pouco mais sobre cada pastoral para a comunidade estar por dentro do que é aquele movimento, o que acontece, como ele funciona, as datas que ele tem reunião no mês.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

É sempre bom passar por uma reformulação, tudo que é novo é bom, então eu acho que o informativo precisa ter algumas mudanças como reportagens com alguns fiéis, as pessoas falarem sobre as preferencias que tem e se tornar mais informativo.

---

**NOME:** Francisco de Assis Mello

**IDADE:** 72 anos

**ESCOLARIDADE:** curso superior completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** 40 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Uma vez por mês, as vezes acontece de não conseguir pegar, mas geralmente eu tenho contato durante todo o ano.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Normalmente ligado ao acompanhamento das informações que tem do que vai acontecer no mês, sobre missas e horários que é muito importante e a gente normalmente vai direto para isso.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Está mal, pode ser melhorado.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Sim, é bom. Sempre mudanças para melhor são boas, e eu acho que com certeza dá para melhorar alguma coisa.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Acho que os assuntos são muito focados em coisas já prontas, precisava um pouquinho mais de assunto da comunidade, das próprias pastorais e coisas que vem de dentro não de fora.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Tentar colocar assuntos voltados para a própria comunidade, de interesse para ela, criado por ela. Seria um aspecto muito bom se conseguir, uma mudança visual no jornal também, cores com destaque, com mais fotos, seria interessante. Martinópolis tem muitas festas e muitas coisas boas para apresentar e talvez seria melhor destacar isso ai dentro do jornalzinho.

---

**NOME:** Ivone da Silva

**IDADE:** 50 anos

**ESCOLARIDADE:** superior completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 11 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Sempre quando eu recebo, uma vez por mês, porque ele é mensal.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Eu procuro a programação da igreja, a palavra do padre, a liturgia. Cada mês ele vem com um tema, ele vem com uma palavra de força, eu gosto quando fala dos santos, do significado.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Para mim está ótimo.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Não, porque para mim já está o suficiente, para o meu interesse já está completo.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Talvez falar um pouco mais sobre o papa, porque o papa sempre faz uma pregação muito linda.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Talvez a liturgia do papa, mas aí você poderia pegar uma mensal e colocar, porque ele está sempre se pronunciando.

---

**NOME:** João Augusto Costa de Oliveira

**IDADE:** 22 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino superior completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** 12 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana



**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Mensalmente, todos os domingos que eu pego o jornalzinho após a missa eu consigo ler.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Eu foco diretamente nos artigos que são escritos por cada integrante da Pascom, que é onde a gente aprende mais sobre a igreja católica, sobre os santos e tudo mais.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Acredito que já está bom, mas dar uma repaginada deixaria melhor ainda.

**4 - Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Sim, só de mudar o layout da capa do jornal já daria uma restauração muito boa.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Praticamente não, acho que a maioria dos assuntos que são abordados no jornal são o que eu preciso e sempre procuro.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

O que precisa melhorar mesmo é a capa do jornal, porque o conteúdo em si já é bem ótimo. Acho que precisa ter mais fotos e elas serem mais atualizadas, e precisa ter mais artigos, não só de quem participa da Pascom, mas também da comunidade em si.

---

**NOME:** Joelma Moreira

**IDADE:** 41 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino médio completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 20 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Não costumo ler todas, mas tento acompanhar sempre. Acho que das 12 edições, consigo ver 8.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Gosto mais das fotos, tabelas de missas e eventos que acontecem na comunidade.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

O visual me agrada.

**4 - Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Acredito que se for para melhorar, pode passar por uma reformulação sim.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Sinto falta de histórias de pessoas que são da comunidade.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Minha sugestão é que tenha mais fotos e que mostrem mais os eventos, pois são muitas capelas e acontece muita coisa.

---

**NOME:** Antônio Carlos Ramos Junior

**IDADE:** 28 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino médio completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 10 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Mês sim mês não, pelo menos uma vez no mês na mão eu pego, mas não consigo garantir que todos os meses eu leia inteiro.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Informações da paróquia na questão de pastorais que eu me interesse muito e também sobre jovens, e informações sobre o papa se tiver alguma.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Acredito que tenha que ter mais criatividade, falta criatividade principalmente hoje que vivemos nesse meio de tecnologia avançada, eu acho que é uma coisa muito antiga, precisa ser mudado e acho que as cores precisam ser mais vivas, mais coloridas.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Sim, com toda certeza é sempre bom.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Sim, explorar mais os assuntos sobre movimentos pastorais, sobre a opinião do clero e dentro da igreja, explorar o que eles pensam e o que eles acham, não só expor a ideia de quem organiza e quem faz o jornal, mas também de quem participa dentro da igreja e da comunidade, falta isso no informativo.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Divulgar mais eventos especiais que acontecem na paróquia, já acontece mas acho que precisa mais. Outro ponto são os pequenos trabalhos que ocorrem na comunidade e não são vistos, como quem cuida da igreja, quem organiza a missa, também precisa olhar pra esse lado, a história de quem está envolvido há muitos anos.

---

**NOME:** Milene Izildo Souza Coelho

**IDADE:** 17 anos

**ESCOLARIDADE:** cursando o ensino médio

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 4 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Eu costumo ler todo mês, sempre quando sai, então eu acompanho durante o ano inteiro.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

As informações que passam para tirar algumas dúvidas, algo relacionado aos santos do mês e algumas festas.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Eu acho que poderia chamar um pouco mais atenção, igual eu gostaria que tivesse algo para os jovens e fosse colorido ou mais chamativo para ler. As vezes só lemos o começo e nem nos interessamos pelo resto, por causa do tema talvez.

**4- Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Não que esteja ruim, mas se tivesse algumas melhorias seria bom, buscar melhorar.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Se tivesse algo mais para as crianças e para os jovens seria melhor.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Se explorasse mais as comunidades, divulgasse os tipos de grupos que tem e as pastorais seria muito legal.

---

**NOME:** Osvaldo Petean

**IDADE:** 70 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino fundamental completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** 65 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Sempre estou na missa, acompanho todos os meses. Não leio de uma vez, mas sempre dou uma olhada.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Tabela de missas e acontecimentos da paróquia.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Não tenho o que reclamar.

**4 - Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Pode passar por uma reformulação sim, pois isso vai melhorar e ajudar.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Sinto falta de conhecer o trabalho das pastorais.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Como disse deixo como sugestão de explorem os movimentos da igreja, como as pastorais.

---

**NOME:** Raimunda Silva de Souza

**IDADE:** 60 anos

**ESCOLARIDADE:** ensino fundamental completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** 60 anos, desde que nasceu

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Pelo menos uma vez por mês eu leio.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Tabela de missas, palavra do padre e santos do mês.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Me agrada.

**4 - Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Tudo o que vem para ajudar é bem-vindo, acho que pode reformular sim.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Sinto falta dos testemunhos de pessoas da comunidade.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Acho que podem ouvir mais as pessoas e contar mais histórias.

---

**NOME:** Regiane Vágula Ferreira

**IDADE:** 36

**ESCOLARIDADE:** superior completo

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** 36 anos, desde que nasceu

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Eu pego ele todos os meses, porém nem sempre leio ele na íntegra. As vezes leio o que mais me chama atenção, vai depender do assunto.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

O que é muito frequente eu utilizar é a programação e os avisos paroquiais, que apesar de ser dito na missa nem sempre a gente guarda todos, e procuro sempre a parte de educação cristã por conta dos filhos. Esses dois eu utilizo com maior frequência, mas vai depender do tema que mais me atrair.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Eu sei que tudo envolve custos, e a igreja carece de recursos, porém se fosse uma qualidade melhor com certeza o visual nos traria mais prazer na leitura e no manuseio, mas também sei que muitos não leem, como eu não leio na íntegra e o jornal acaba indo para o lixo pela falta de recursos da igreja. Então se o jornal fosse mais claro e com fotos mais nítidas seria mais prazeroso.

**4 - Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Sim, na questão do visual e eu sugeriria, não sei qual a possibilidade porque não acompanho desde sempre, porém acho que se pudesse incluir matérias mais voltadas a testemunhos de oração, de fé, de milagres acontecidos na vida da comunidade seria interessante. Incluir a comunidade com fatos reais com relação a oração e a fé, assim como também na parte de educação cristã, talvez se fosse dedicado um espaço maior para tratar de assuntos pertinentes a crianças e adolescentes, acho que teria que envolver mais principalmente os jovens.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Acho que seria interessante justamente estes assuntos de fé e oração.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Eu acho que os temas, a divisão eu acho que está bacana, acho que é uma questão visual, eu sei também é por questão do financeiro que as matérias são meio carregadas, é um pouco carregado de propaganda, se pudesse ser um pouco mais espaçoso, mas eu entendo que isso é questão do financeiro, só que podendo seria bacana.

---

**NOME:** Viviane de Souza Abus

**IDADE:** 16 anos

**ESCOLARIDADE:** cursando ensino médio

**HÁ QUANTO TEMPO FREQUENTA A IGREJA:** há 6 anos

**LOCAL:** Igreja Matriz de Santa Bibiana

**1- Com que frequência você lê o Informativo mensal da Paróquia Santa Bibiana?**

Todo mês. Como ele é mensal, eu leio todo mês ao sair da igreja, porque eles entregam no final da missa, então eu acabo lendo tudo que tem nele.

**2- Quais são os assuntos que você procura e mais te agradam ao ler o Informativo?**

Assuntos sobre santos do mês, sobre jovens e sobre a liturgia.

**3- Qual sua opinião sobre a parte visual (layout) do Informativo Paroquial?**

Eu acho que eles usam cores muito neutras, não chamativas, eu acho que tendo cores mais atrativas ele ia chamar mais atenção.

**4 - Você acredita que o Informativo Paroquial precisa passar por uma reformulação?**

Sim, eu acho que deveria ter uma mudança.

**5- Você sente falta de algum assunto ao ler o jornal?**

Eu acho que falta assuntos relacionados aos jovens, para chamar mais os jovens para igreja, e também testemunhos das pessoas da paróquia.

**6- Quais mudanças você sugere que para uma reformulação do Informativo Paroquial?**

Ter mais assuntos sobre os jovens e ter cores mais chamativas.

**ANEXO B  
DOCUMENTOS**



DECRETO  
**AD GENTES**  
SOBRE A ATIVIDADE  
MISSIONÁRIA DA IGREJA

**PROÉMIO**

***A vocação missionária da Igreja***

1. A Igreja, enviada por Deus a todas as gentes para ser «sacramento universal de salvação», (1) por íntima exigência da própria catolicidade, obedecendo a um mandato do seu fundador (2), procura incansavelmente anunciar o Evangelho a todos os homens. Já os próprios Apóstolos em que a Igreja se alicerça, seguindo o exemplo de Cristo, «pregaram a palavra da verdade e geraram as igrejas» (3). Aos seus sucessores compete perpetuar esta obra, para que «a palavra de Deus se propague rapidamente e seja glorificada (2 Tess. 3,1), e o reino de Deus seja pregado e estabelecido em toda a terra.

No estado actual das coisas, de que surgem novas condições para a humanidade, a Igreja, que é sal da terra e luz do mundo (4), é com mais urgência chamada a salvar e a renovar toda a criatura, para que tudo seja instaurada em Cristo e n'Ele os homens constituam uma só família e um só Povo de Deus.

Por isso, este sagrado Concílio, agradecendo a Deus a grandiosa obra já realizada pelo esforço generoso de toda a Igreja, deseja delinear os princípios da actividade missionária e reunir as forças de todos os fiéis, para que o Povo de Deus, continuando a seguir pelo caminho estreito da cruz, difunda por toda a parte o reino de Cristo, Senhor e perscrutador dos séculos (5), e prepare os caminhos para a sua vinda.

**CAPÍTULO I**

**PRINCÍPIOS DOUTRINAIS**

***Desígnio do Pai***

2. A Igreja peregrina é, por sua natureza, missionária, visto que tem a sua origem, segundo o desígnio de Deus Pai, na «missão» do Filho e do Espírito Santo (6).

Este desígnio brota do «amor fontal», isto é, da caridade de Deus Pai, que, sendo o Princípio sem Princípio de quem é gerado o Filho e de quem procede o Espírito Santo pelo Filho, quis derramar e não cessa de derramar ainda a bondade divina, criando-nos livremente pela sua extraordinária e misericordiosa benignidade, e depois chamando-nos gratuitamente a partilhar da sua própria vida e glória. Quis ser, assim, não só criador de todas as coisas mas também «tudo em todas as coisas» (1 Cor. 15,28), conseguindo simultaneamente a sua glória e a nossa felicidade. Aproveu, porém, a Deus chamar os homens a esta participação na sua vida, não só de modo individual e sem qualquer solidariedade mútua, mas constituindo-os num Povo em que os seus filhos, que estavam dispersos, se congregassem em unidade (7).

### ***Missão do Filho***

3. Este desígnio universal de Deus para a salvação do género humano realiza-se não sòmente dum modo quase secreto na mente humana, ou por esforços, ainda que religiosos, pelos quais os homens de mil maneiras buscam. a Deus a ver se conseguem chegar até Ele ou encontrá-l'O, embora Ele não esteja longe de cada um de nós (cfr. Act. 17, 27); com efeito, estes esforços precisam de ser iluminados e purificados, embora, por benigna determinação da providência de Deus, possam algumas vezes ser considerados como pedagogia ou preparação evangélica para o Deus verdadeiro (8). Para estabelecer a paz ou a comunhão com Ele e uma sociedade fraterna entre os homens, apesar de pecadores, Deus determinou entrar de modo novo e definitivo na história dos homens, enviando o seu Filho na nossa carne para, por Ele, arrancar os homens ao poder das trevas e de satanás (9) e n'Ele reconciliar o mundo consigo (10). Constituiu, portanto, herdeiro de todas as coisas Aquele por quem fizera tudo(11), para n'Ele tudo restaurar (12).

Cristo Jesus, de facto, foi enviado ao mundo como verdadeiro mediador entre Deus e os homens. Como é Deus, n'Ele habita corporalmente toda a plenitude da divindade (Col. 2,9); e sendo o novo Adão pela sua natureza humana, é constituído cabeça da humanidade renovada, cheio de graça e de verdade (Jo. I,14). Assim, o Filho de Deus, pelo caminho duma verdadeira Incarnação, veio para fazer os homens participantes da sua natureza divina e, sendo rico, fez-se por nós necessitado para que nos tornássemos ricos da sua pobreza (13). O Filho do Homem não veio para que o servissem, mas para ser ele a servir e para dar até a sua vida em redenção por muitos, isto é, por todos (14). Os santos Padres constantemente proclamam nada estar remido que não tivesse sido primeiro assumido por Cristo (15). Ora ele assumiu por inteiro a natureza humana tal qual ela existe em nós, pobres e miseráveis,

rejeitando dela apenas o pecado (16). De si mesmo disse Cristo, a quem o Pai santificou e enviou ao mundo (cfr. Jo. 10,36): «O Espírito do Senhor está sobre mim; por isso me ungiu e me enviou a anunciar a boa nova aos pobres, a sarar os contritos de coração, a proclamar a libertação dos cativos e a restituir a vista aos cegos» (Lc. 4,18). E outra vez: «Veio o Filho do Homem para buscar e salvar o que estava perdido» (Lc. 19,10).

Aquilo que uma vez foi pregado pelo Senhor ou aquilo que n'Ele se operou para salvação do género humano, deve ser proclamado e espalhado até aos confins da terra (17), começando por Jerusalém (18), de modo que tudo quanto foi feito uma vez por todas, pela salvação dos homens, alcance o seu efeito em todos, no decurso dos tempos.

### ***Missão do Espírito Santo***

4. Para isso, precisamente, enviou Cristo o Espírito Santo da parte do Pai, para realizar no interior das almas a sua obra salvadora e impelir a Igreja à sua própria dilatação. Não há dúvida de que o Espírito Santo já actuava no mundo antes de Cristo ser glorificado (19). Contudo, foi no dia de Pentecostes, em que desceu sobre os discípulos para ficar para sempre com eles (20), que a Igreja foi públicamente manifestada diante duma grande multidão, que a difusão do Evangelho entre os gentios por meio da pregação . teve o seu início, e que, finalmente, a união dos povos numa catolicidade de fé foi esboçada de antemão na Igreja da nova Aliança, a qual fala em todas as línguas e entende e abraça todas as línguas na sua caridade, superando assim a dispersão de Babel (21). Pelo Pentecostes começaram os «actos dos Apóstolos», como pela descida do Espírito Santo sobre Maria fora concebido Cristo, e como pela descida do mesmo Espírito Santo sobre Cristo, quando orava, fora o Senhor impelido à obra do seu ministério (22). O próprio Senhor Jesus, antes de dar livremente a sua vida pelo mundo, de tal maneira dispôs o ministério apostólico e de tal forma prometeu enviar o Espírito Santo, que a ambos associava na tarefa de levar a cabo sempre e em toda a parte a obra da salvação (23). O Espírito Santo é quem «unifica na comunhão e no ministério, e enriquece com diversos dons hierárquicos e carismáticos» (24) toda a Igreja através dos tempos, dando vida às instituições eclesíásticas (25), sendo como que a alma delas, e instilando nos corações dos fiéis aquele mesmo espírito de missão que animava o próprio Cristo. Por vezes precede visivelmente a acção apostólica (26), como também incessantemente a acompanha e dirige de vários modos (27).

### ***A Igreja enviada de Cristo***

5. O Senhor Jesus, logo desde o princípio «chamou a Si alguns a quem Ele quis, e escolheu doze para andarem com Ele e para -os mandar a pregar» (Mc. 3,13) (28). Os Apóstolos foram assim a semente do novo Israel e ao mesmo tempo a origem da sagrada Hierarquia. Depois, realizados já definitivamente em Si, pela sua morte e ressurreição, os mistérios da nossa salvação e da renovação do universo, o Senhor, com todo o poder que adquiriu no céu e na terra (29), antes de subir ao Céu (30) fundou a sua Igreja como sacramento de salvação e enviou os seus Apóstolos a todo o mundo tal qual Ele também tinha sido enviado pelo Pai (31), dando-lhes este mandato: «Ide, pois, fazei discípulos de todas as nações, baptizando-as em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo, ensinando-as a cumprir tudo quanto vos prescrevi» (Mt. 28, 19-20). «Ide por todo o mundo, proclamai a Boa Nova a toda a criatura. Quem acreditar e for baptizado, será salvo; mas quem não acreditar, será condenado» (Mc. 16,15 ss.). Daí vem à Igreja o dever de propagar a fé e a salvação de Cristo, tanto em virtude do expresso mandamento que dos Apóstolos herdou a Ordem dos Bispos ajudada pelos presbíteros em união com o sucessor de Pedro e sumo pastor da Igreja, como em virtude da vida comunicada aos seus membros por Cristo, «do qual o corpo todo inteiro bem ajustado e coeso por toda a espécie de juntas que o alimentam, com a acção proporcionada a cada membro, realiza o seu crescimento em ordem à própria edificação na caridade» (Ef. 4,16). A missão da Igreja realiza-se pois, mediante a actividade pela qual, obedecendo ao mandamento de Cristo e movida pela graça e pela caridade do Espírito Santo, ela se torna actual e plenamente presente a todos os homens ou povos para os conduzir à fé, liberdade e paz de Cristo, não só pelo exemplo de vida e pela pregação mas também pelos sacramentos e pelos restantes meios da graça, de tal forma que lhes fique bem aberto caminho livre e seguro para participarem plenamente no mistério de Cristo.

Continuando esta missão e explicitando através da história a missão do próprio Cristo, que foi enviado a evangelizar os pobres, a Igreja, movida pelo Espírito Santo, deve seguir o mesmo caminho de Cristo: o caminho da pobreza, da obediência, do serviço e da imolação própria até à morte, morte de que Ele saiu vencedor pela sua ressurreição. Foi assim também que todos os Apóstolos caminharam na esperança completando com muitas tribulações e fadigas o que faltava aos trabalhos de Cristo pelo seu corpo, que é a Igreja (32). Muitas vezes, mesmo, a semente foi o sangue dos cristãos (33).

### ***Actividade missionária da Igreja: seus diversos modos***

6. Esta tarefa que deve ser levada a cabo pela Ordem dos Bispos presidida pelo sucessor de Pedro e com a oração e a cooperação de toda a Igreja, é uma e a mesma em toda a parte, sejam quais forem os condicionalismos, embora difira quanto ao exercício conforme as circunstâncias. Mas as diferenças que nesta actividade da Igreja se têm de reconhecer, não se originam na natureza íntima da «missão», mas nos condicionalismos em que essa «missão» se exerce.

Esses condicionalismos tanto podem depender da Igreja como dos povos, dos agrupamentos ou até dos indivíduos a quem a «missão», se dirige. A Igreja, de facto, embora de si possua a totalidade ou à plenitude dos meios de salvação, não actua nem pode actuar sempre e imediatamente com todos eles, mas vai por tentativas e por passos na sua acção e no seu esforço de levar a efeito os desígnios de Deus. As vezes até, depois dum avanço, felizmente lançado, vê-se infelizmente obrigada a deplorar de novo uma regressão, ou, pelo menos, a demorar-se num certo estádio de semi-vitalidade e insuficiência. Quanto aos indivíduos, agrupamentos e povos, a esses só gradualmente os atinge e os penetra, e só assim os traz à plenitude católica. A cada condicionalismo e a cada situação devem corresponder acções apropriadas ou meios aptos.

O nome de «missões» dá-se geralmente àquelas actividades características com que os pregoeiros do Evangelho, indo pelo mundo inteiro enviados pela Igreja, realizam o encargo de pregar o Evangelho e de implantar a mesma Igreja entre os povos ou grupos que ainda não crêem em Cristo. Essas «missões» são levadas a efeito pela actividade missionária e exercem-se ordinariamente em certos territórios reconhecidos pela Santa Sé. O fim próprio desta actividade missionária é a evangelização e a implantação da Igreja nos povos ou grupos em que ainda não está radicada (34). Assim, a partir da semente da palavra de Deus, é necessário que se desenvolvam por toda a parte igrejas autóctones particulares, dotadas de forças próprias e maturidade, com hierarquia própria unida ao povo fiel, suficientemente providas de meios proporcionados a uma vida cristã plena, contribuindo para o bem da Igreja universal. O meio principal desta implantação é a pregação do Evangelho de Jesus Cristo. Para o anunciar, enviou o Senhor pelo mundo inteiro os seus discípulos, a fim de que os homens, uma vez renascidos pela palavra de Deus, fossem agregados pelo Baptismo à Igreja, a qual, como corpo do Verbo encarnado, se nutre e vive da palavra de Deus e do pão eucarístico.

Nesta actividade missionária da Igreja dão-se, por vezes, simultâneamente, situações diversas: a de começo ou implantação, primeiro, e a de crescimento ou juventude,

depois. Ultrapassadas estas etapas, não acaba, contudo, a acção missionária da Igreja, mas é às igrejas particulares já constituídas que incumbe o dever de a continuar pregando o Evangelho a todos aqueles que ainda tenham ficado de fora. Há a considerar também que as comunidades em que a Igreja vive, não raras vezes e por variadas causas mudam radicalmente, de maneira a poderem daí advir condições de todo novas. Então, deve a Igreja ponderar se tais condicionalismos não exigem de novo a sua actividade missionária.

Mais: por vezes, as circunstâncias são tais que não há possibilidades, por um tempo, de propor directa e imediatamente a mensagem evangélica: então é evidente que podem os missionários e até devem dar ao menos o testemunho da caridade e da beneficência de Cristo, pacientemente, com prudência e ao mesmo tempo grande confiança. Assim, não só prepararão os caminhos ao Senhor mas até o tornarão já de alguma maneira presente.

É, pois, bem de ver como a actividade missionária dimana intimamente da própria natureza da Igreja, cuja fé salvífica propaga, cuja unidade católica dilatando aperfeiçoa, em cuja apostolicidade se apoia, cujo afecto colegial de sua hierarquia exercita, cuja santidade testemunha, difunde e promove. É bem de ver também que a actividade missionária entre gentios difere tanto da actividade pastoral que se exerce com os fiéis, como das iniciativas pela reunificação dos cristãos. Contudo, ambas estas actividades andam estreitamente ligadas à actividade missionária da Igreja (35): pois a divisão dos cristãos prejudica a santíssima causa de pregar o Evangelho a toda a criatura (36) e fecha a muitos o acesso à fé. Por isso, por uma necessidade missionária, todos os baptizados são chamados a unir-se num rebanho para assim poderem dar um testemunho unânime de Cristo, seu Senhor, perante os gentios. Mas se ainda não podem, de completo acordo, dar testemunho duma só fé, é preciso que, ao menos, estejam animados de mútua estima e caridade.

### ***Actividade missionária da Igreja: suas causas e necessidades***

7. A razão desta actividade missionária vem da vontade de Deus, que «quer que todos os homens sejam salvos e cheguem ao pleno conhecimento da verdade. Ora há um só Deus, e um só que é mediador de Deus e dos homens, o homem Cristo Jesus, que se deu a si mesmo como preço de resgate por todos» (I Tim. 2, 4-6), «e não há salvação em nenhum outro» (Act. 4,12). Portanto, é preciso que todos se convertam a Cristo conhecido pela pregação da Igreja e que sejam incorporados, pelo Baptismo, a Ele e à Igreja, seu corpo. O próprio Cristo, aliás, ao inculcar por palavras expressas a

necessidade da fé e do Baptismo (37), confirmou também, por isso mesmo, a necessidade da Igreja, na qual os homens entram pelo Baptismo, que é como que a porta de entrada. Por isso, não se poderiam salvar aqueles que, não ignorando que Deus fundou por intermédio de Jesus Cristo a Igreja católica como necessária, não quisessem, apesar disso, entrar nela ou nela perseverar» (38). Por isso também, embora Deus, por caminhos que só Ele sabe, possa conduzir à fé, sem a qual é impossível ser-se-Lhe agradável (39), os homens que ignoram o Evangelho sem culpa sua, incumbem à Igreja, apesar de tudo, a obrigação (40) e o sagrado direito de evangelizar. Daí vem que a actividade missionária conserve ainda hoje e haja de conservar sempre toda a sua eficácia e a sua necessidade.

Por ela incessantemente vai cobrando e organizando as forças para seu crescimento o Corpo místico de Cristo (41). Ao exercício desta actividade são impelidos, sem cessar, os membros da Igreja, pela caridade com que amam a Deus e com que desejam comunicar a todos os homens os bens espirituais tanto da vida presente como da futura.

Finalmente, por esta actividade missionária é Deus plenamente glorificado enquanto os homens por ela recebem, plena e conscientemente, a obra de salvação que Ele em Cristo levou a cabo. E assim se realizam por ela os desígnios de Deus, aos quais Cristo serviu com obediência e amor para glória do Pai que o enviou (42), e para que todo o género humano forme um só Povo de Deus, se una num só corpo de Cristo, e se edifique num só templo do Espírito Santo: o qual, ao restabelecer a concórdia fraterna, vem precisamente ao encontro das aspirações mais íntimas de todos os homens. Finalmente, quando todos os que participam da natureza humana, uma vez regenerados em Cristo pelo Espírito Santo e já na visão unânime da glória de Deus Pai, puderem dizer: «Pai nosso» (43), então se há-de realizar deveras o intento do Criador ao fazer o homem à Sua imagem e semelhança.

### ***Actividade missionária da Igreja na vida e na história humana***

8. Também com a própria natureza humana e suas aspirações tem íntima conexão a actividade missionária. Com efeito, ao dar a conhecer Cristo, a Igreja revela, por isso mesmo, aos homens a genuína verdade da sua condição e da sua integral vocação, pois Cristo é o princípio e o modelo da humanidade renovada e imbuída de fraterno amor, sinceridade e espírito de paz, à qual todos aspiram.

Cristo e a Igreja que d'Ele dá testemunho pela pregação evangélica, transcendem todos os particularismos de estirpe ou de nação e, por isso, não podem ser considerados estranhos a ninguém e em nenhuma parte (44). É próprio Cristo é aquela verdade e aquele caminho que a pregação evangélica a todos abre ao levar aos ouvidos de todos as palavras que Ele mesmo disse: «Arrependei-vos e crede no Evangelho» (Mc. 1,15). Porém, como quem não crê já está julgado (45), as palavras de Cristo são, ao mesmo tempo, palavras de juízo e de graça, de morte e de vida. n que só infligindo a morte ao que é velho podemos ter acesso à novidade de vida: e isto, que vale, em primeiro lugar, das pessoas, vale também dos diversos bens deste mundo que estão marcados tanto pelo pecado do homem como pela bênção de Deus: «porque todos pecaram e todos estão privados da glória de Deus» (Rom. 3,23). Por si mesmo e por próprias forças não há ninguém que se liberte do pecado e se eleve acima de si mesmo, ninguém absolutamente que se liberte a si mesmo da sua enfermidade, da sua solidão ou da sua escravidão (46), mas todos precisam de Cristo como modelo, mestre, libertador, salvador, vivificador. De facto, na história humana, mesmo sob o ponto de vista temporal, o Evangelho foi um fermento de liberdade e de progresso e apresenta-se sempre como fermento de fraternidade, de unidade e de paz. Não é sem razão, por isso, que Cristo é celebrado pelos fiéis como «o esperado das nações e o seu salvador» (47).

### ***Carácter escatológico da actividade missionária da Igreja***

9. A actividade missionária desenrola-se entre o primeiro e o segundo advento do Senhor, em que a Igreja há-de ser reunida dos quatro ventos como uma colheita, no reino de Deus (48). Mas antes de o Senhor vir, tem de ser pregado o Evangelho a todos os povos (49).

A actividade missionária não é outra coisa, nem mais nem menos, que a manifestação ou epifania dos desígnios de Deus e a sua realização no mundo e na sua história, na qual Deus, pela missão, manifestamente vai tecendo a história da salvação. Pela palavra da pregação e pela celebração dos sacramentos de que a Eucaristia é o centro e a máxima expressão, torna presente a Cristo, autor da salvação. Por outro lado, tudo o que de verdade e de graça se encontrava já entre os gentios como uma secreta presença de Deus, expurga-o de contaminações malignas e restitui-o ao seu autor, Cristo, que destrói o império do demónio e afasta toda a malícia dos pecados. O que de bom há no coração e no espírito dos homens ou nos ritos e culturas próprias dos povos, não só não se perde, mas é purificado, elevado e consumado para glória de Deus, confusão do demónio e felicidade do homem (50). A actividade missionária



tende assim para a plenitude escatológica (51): por ela, com efeito, se estende, segundo as dimensões e os tempos que o Pai fixou com o seu próprio poder (52), o Povo de Deus a quem foi dito profeticamente: «Dilata o acampamento das tuas tendas e estende as telas das tuas barracas! Não te acanhes» (Is. 54,2) (53); por ela cresce o Corpo místico até constituir esse homem perfeito, na força da idade, que realiza a plenitude de Cristo (54); por ela se levanta e se vai edificando sobre os alicerces dos Apóstolos e dos profetas e com o próprio Cristo Jesus por pedra angular (Ef. 2,20), o templo espiritual onde Deus é adorado em espírito e verdade (55).

## **CAPÍTULO II**

### **A OBRA MISSIONÁRIA EM SI MESMA**

#### ***Introdução: A actividade missionária da Igreja no mundo actual***

10. Enviada por Cristo a manifestar e a comunicar a todos os homens e povos a caridade de Deus, a Igreja reconhece que tem de levar a cabo uma ingente obra missionária. É que, na verdade, dois biliões de homens, número que cresce de dia para dia, em grandes e determinados agrupamentos, unidos por laços estáveis de vida cultural, por antigas tradições religiosas, por estreitos vínculos de relações sociais, ou ainda não receberam a mensagem do Evangelho, ou mal ouviram falar dela; dentre eles, uns seguem alguma das grandes religiões, outros permanecem estranhos ao conhecimento de Deus, outros negam expressamente a sua existência, ou até mesmo a atacam. A fim de poder oferecer a todos o mistério de salvação e a vida trazida por Deus, a Igreja deve inserir-se em todos esses agrupamentos, impelida pelo mesmo movimento que levou o próprio Cristo, na encarnação, a sujeitar-se às condições sociais e culturais dos homens com quem conviveu.

#### **Art. 1**

### **O TESTEMUNHO CRISTÃO**

#### ***Testemunho de vida e diálogo***

11. A Igreja tem de estar presente a estes agrupamentos humanos por meio dos seus filhos que entre eles vivem ou a. eles são enviados. Com efeito, todos os fiéis cristãos, onde quer que vivam, têm obrigação de manifestar, pelo exemplo da vida e pelo testemunho da palavra, o homem novo de que se revestiram pelo Baptismo, e a virtude do Espírito Santo por quem na Confirmação foram robustecidos, de tal modo

que os demais homens, ao verem as suas boas obras, glorifiquem o Pai (1) e compreendam, mais plenamente o sentido genuíno da vida humana e o vínculo universal da comunidade humana.

Para poderem dar frutuosamente este testemunho de Cristo, unam-se a esses homens com estima e caridade, considerem-se a si mesmos como membros dos agrupamentos humanos em que vivem, e participem na vida cultural e social através dos vários intercâmbios e problemas da vida humana; familiarizem-se com as suas tradições nacionais e religiosas; façam assomar à luz, com alegria e respeito, as sementes do Verbo neles adormecidas; mas atendam, ao mesmo tempo, à transformação profunda que se opera entre os povos e trabalhem por que os homens do nosso tempo não dêem tanta importância à ciência e tecnologia do mundo moderno que se alheiem das coisas divinas, mas, antes pelo contrário, despertem para um desejo mais profundo da verdade e da caridade reveladas por Deus. Assim como o próprio Cristo perscrutou o coração dos homens e por meio da sua conversação verdadeiramente humana os conduziu à luz divina, assim os seus discípulos, profundamente imbuídos do Espírito de Cristo, tomem conhecimento dos homens no meio dos quais vivem, e conversem com eles, para que, através dum diálogo sincero e paciente, eles aprendam as riquezas que Deus liberalmente outorgou aos povos; mas esforcem-se também por iluminar estas riquezas com a luz evangélica, por libertá-las e restituí-las ao domínio de Deus Salvador.

### ***Presença da caridade***

12. A presença dos cristãos nos agrupamentos humanos seja animada daquela caridade com que Deus nos amou, e com a qual quer que também nós nos amemos uns aos outros (2).

Efectivamente, a caridade cristã a todos se estende sem discriminação de raça, condição social ou religião; não espera qualquer lucro ou agradecimento. Portanto, assim como Deus nos amou com um amor gratuito, assim também os fiéis, pela sua caridade, sejam solícitos pelos homens, amando-os com o mesmo zelo com que Deus veio procurá-los. E assim como Cristo percorria todas as cidades e aldeias, curando todas as doenças e todas as enfermidades, proclamando o advento do reino e Deus (3), do mesmo modo a Igreja, por meio dos seus filhos, estabelece relações com os homens de qualquer condição, de modo especial com os pobres e aflitos, e de bom grado por eles gasta as forças (4). Participa nas suas alegrias e dores, conhece as

suas aspirações e os problemas da sua vida e sofre com eles nas ansiedades da morte, trazendo-lhes a paz e a luz do Evangelho.

Trabalhem e colaborem os cristãos com todos os outros na recta ordenação dos problemas económicas e sociais. Dedicuem-se, com cuidado especial, à educação das crianças e da juventude por meio das várias espécies de escolas, as quais não-de ser consideradas não só como meio exímio de formação e promoção da juventude cristã, mas também, simultâneamente, como serviço da maior importância para os homens, e em particular para as nações em vias de desenvolvimento, a fim de elevar a dignidade do homem e preparar condições de vida mais humanas. Além disso, tomem parte nos esforços dos povos que, lutando contra a fome, a ignorância e a doença, se afadigam por melhorar as condições de vida e por assegurar a paz no mundo. Nesta actividade prestem os fiéis, com prudência, a sua colaboração efectiva às iniciativas promovidas pelas instituições particulares e públicas, pelos governos, pelos organismos internacionais, pelas diversas comunidades cristãs e religiões não-cristãs.

A Igreja, porém, não quer, de maneira nenhuma, imiscuir-se no governo da cidade terrena. Nenhuma outra autoridade reclama para si senão a de, com a ajuda de Deus, estar ao serviço dos homens pela caridade e pelo serviço fiel (5).

Intimamente unidos com os homens na vida e no trabalho, os discípulos de Cristo esperam oferecer-lhes o verdadeiro testemunho de Cristo e trabalhar na salvação deles, mesmo quando não podem anunciar plenamente a Cristo. Porque não procuram o progresso e a prosperidade material dos homens, mas promovem a sua dignidade e fraterna união, ensinando as verdades religiosas e morais, que Cristo esclareceu com a Sua luz. Deste modo, vão abrindo pouco a pouco o acesso mais pleno a Deus. Assim, os homens são auxiliados na aquisição da salvação pela caridade para com Deus e para com o próximo, e começa a brilhar o mistério de Cristo, no qual apareceu o homem novo que foi criado segundo Deus, (cfr. Ef. 4,24), e no qual se revela a caridade divina.

## **Art. 2**

### **A PREGAÇÃO DO EVANGELHO E A REUNIÃO DO POVO DE DEUS**

#### ***Evangelização e conversão***

13. Sempre que Deus abre a porta da palavra para anunciar o mistério de Cristo (7) a todos os homens (8), com confiança e constância (9) seja anunciado (10) o Deus vivo, e Aquele que Ele enviou para a salvação de todos, Jesus Cristo(11), para que os não-cristãos, sob a inspiração interior do Espírito Santo (12), se convertam livremente à fé no Senhor, e adiram sinceramente Aquele que, sendo «caminho, verdade e vida» (Jo. 14,6), cumula todas as suas esperanças espirituais, mais ainda, supera-as infinitamente. Esta conversão há-de considerar-se como inicial, mas suficiente para o homem cair na conta de que, arrancado ao pecado, é introduzido no mistério do amor de Deus, que o chama a entabular relações pessoais consigo em Cristo. Pois, sob a acção da graça de Deus, o neo-convertido inicia o caminho espiritual pelo qual, comungando já pela fé no mistério da morte e ressurreição, passa do homem velho ao homem novo que tem em Cristo a sua perfeita realização (13).

Esta passagem, que traz consigo uma mudança progressiva de mentalidade e de costumes, deve manifestar-se e desenvolver-se, com as suas consequências sociais, durante o tempo do catecumenado. Porque o Senhor em que acreditamos, é sinal de contradição (14), o homem convertido experimenta frequentemente rupturas e separações, mas também alegrias que Deus concede sem medida (15). A Igreja proíbe severamente obrigar quem quer que seja a abraçar a fé, ou induzi-lo e atraí-lo com processos indiscretos, do mesmo modo que reclama com vigor o direito de ninguém ser afastado da fé por meio de vexações iníquas (16).

Em conformidade com o antiquíssimo costume da Igreja, investiguem-se os motivos da conversão e, se for necessário, purifiquem-se.

### ***Catecumenado e iniciação cristã***

14. Aqueles que receberam de Deus por meio da Igreja a fé em Cristo (17), sejam admitidos ao catecumenado, mediante a celebração de cerimónias litúrgicas; o catecumenado não é mera exposição de dogmas e preceitos, mas uma formação e uma aprendizagem de toda a vida cristã; j prolongada de modo conveniente, por cujo meio os discípulos se unem comi Cristo seu mestre. Por conseguinte, sejam os catecúmenos conveniente: mente iniciados no mistério da salvação, na prática dos costumes evangélicos, e com ritos sagrados, a celebrar em tempo sucessivos (18), sejam introduzidos na vida da fé, da liturgia e da caridade do Povo de Deus.

Em seguida, libertos do poder das trevas pelos sacramentos da iniciação cristã (19), mortos com Cristo e com Ele sepultados e ressuscitados (20) recebem o Espírito (21)

de adopção de filhos e celebram com todo o Povo de Deus o memorial da morte e ressurreição do Senhor.

É de desejar que a liturgia do tempo quaresmal e pascal seja reformada de maneira a preparar os corações dos catecúmenos para a celebração do mistério pascal, durante cujas solenidades eles são regenerados para Cristo pelo Baptismo.

Esta iniciação cristã realizada no catecumenado deve ser obra não apenas dos catequistas ou sacerdotes, mas de toda a comunidade dos fiéis, especialmente dos padrinhos, de forma que desde o começo os catecúmenos sintam que pertencem ao Povo de Deus. Visto que a vida da Igreja é apostólica, os catecúmenos devem igualmente aprender a cooperar activamente; pelo testemunho da sua vida e a profissão da sua fé, na evangelização e na construção da Igreja.

Enfim, o estado jurídico dos catecúmenos deve ser fixado claramente no novo Código. Pois eles estão já unidos à Igreja (22), já são da casa de Cristo (23), e, não raro, eles levam já uma vida de fé, de esperança e de caridade.

### **Art. 3**

## **A FORMAÇÃO DA COMUNIDADE CRISTÃ**

### ***Formação da comunidade cristã***

15. O Espírito Santo, que chama todos os homens a Cristo pelas sementes do Verbo e pela pregação do Evangelho e suscita nos corações a homenagem da fé, quando gera no seio da fonte baptismal para uma nova vida os que crêem em Cristo, reúne-os num só Povo de Deus que é graça escolhida, sacerdócio real, nação santa, povo adquirido»

Portanto, os missionários, colaboradores de Deus (25), devem fazer nascer comunidades de fiéis que, levando uma vida digna da vocação que receberam (26), sejam tais que possam exercer as funções a elas confiadas por Deus: sacerdotal, profética e real. E deste modo que uma comunidade cristã se torna sinal da presença de Deus no mundo: pelo sacrifício eucarístico, com efeito, passa incessantemente com Cristo ao Pai (27), alimentada cuidadosamente pela palavra de Deus (28) dá testemunho de Cristo (29), caminha, enfim, na caridade e arde em espírito apostólico (30).

Uma comunidade cristã deve ser constituída desde o começo de tal maneira que possa, na medida do possível, prover por si mesma às suas necessidades. Esta comunidade de fiéis, dotada das riquezas culturais da sua própria nação, deve estar profundamente enraizada no povo: devem desabrochar as famílias penetradas do espírito evangélico (31) e ajudadas por escolas idóneas; devem organizar-se associações e agrupamentos por meio dos quais o apostolado dos leigos possa penetrar do espírito evangélico toda a sociedade. A caridade deve brilhar, enfim, entre os católicos de rito diferente (32).

Deve também nutrir-se entre os néofitos o espírito ecuménico, pensando justamente que os irmãos que crêem em Cristo são discípulos de Cristo, regenerados pelo Baptismo, participantes de numerosos bens do Povo de Deus. Quanto o permitirem as condições religiosas, deve promover-se a acção ecuménica, de sorte que, banindo toda a aparência de indiferentismo, de confusionismo e odiosa rivalidade, os católicos colaborem com os irmãos separados, em conformidade com as disposições do decreto sobre o Ecumenismo, por meio da comum profissão de fé em Deus e em Jesus Cristo diante dos gentios, na medida do possível, e pela cooperação em questões sociais e técnicas, culturais e religiosas. Colaborem, sobretudo, por amor de Cristo, seu Senhor comum: que o Seu nome os una! Esta colaboração deve ser estabelecida não somente entre os indivíduos, mas também, a juízo do Ordinário do lugar, entre igrejas ou comunidades eclesiais e as suas obras.

Os cristãos, provenientes de todos os povos e reunidos em Igreja, «não se distinguem dos outros homens nem pelo país, nem pela língua, nem pela organização política» (33); devem, por isso, viver para Deus e para Cristo segundo os usos do seu próprio povo; cultivem verdadeira e eficazmente, como bons cidadãos, o amor da pátria, mas evitem absolutamente o desprezo pelas outras raças, o nacionalismo exagerado, e promovam o amor universal dos homens.

Para conseguir estes resultados, têm grandíssima importância e são dignos de um interesse particular os leigos, isto é, os fiéis cristãos que, incorporados em Cristo pelo Baptismo, vivem no mundo. A eles pertence, depois de penetrados do Espírito de Cristo, animar interiormente, à maneira de fermento, as realidades temporais e dispô-las para que se realizem sempre segundo Cristo (34).

Não basta, porém, que o povo cristão esteja presente e estabelecido num país; não basta também que ele exerça o apostolado do exemplo; está estabelecido, está

presente com esta finalidade: anunciar Cristo aos seus concidadãos não-cristãos pela palavra e pela acção, e ajudá-los a receber plenamente a Cristo.

Ora bem: para a implantação da Igreja e para o desenvolvimento da comunidade cristã, são necessários ministérios diversos, que, suscitados pelo apelo divino no seio da mesma comunidade dos fiéis, devem ser encorajados e cultivados por todos com diligente cuidado; entre estes ministérios, há as funções dos sacerdotes, dos diáconos e dos catequistas, e a acção católica. De modo análogo, os religiosos e as religiosas desempenham, quer pela oração quer pela acção, um serviço indispensável para enraizar nos corações o reino de Cristo, fortificá-lo e estendê-lo mais ao longe.

### ***Constituição do clero local***

16. Com imensa alegria, a Igreja dá graças pelo dom inapreciável da vocação sacerdotal que Deus concedeu a tão avultado número de jovens entre os povos recentemente convertidos a Cristo. A Igreja, efectivamente, lança raízes mais vigorosas em cada agrupamento humano, quando as várias comunidades de fiéis tiram dentre os seus membros os próprios ministros da salvação na ordem dos Bispos, dos presbíteros e dos diáconos, que servem os seus irmãos, de tal sorte que as jovens igrejas adquirem a pouco e pouco a estrutura diocesana com clero próprio.

Aquilo que foi decidido por este Concílio a propósito da vocação e da formação sacerdotal, observe-se religiosamente nos lugares em que a Igreja começa a implantar-se e também nas novas igrejas. Preste-se muita atenção ao que foi dito sobre a formação espiritual intimamente unida à formação doutrinal e pastoral da vida vivida segundo o espírito do Evangelho, sem consideração de vantagem pessoal ou interesse familiar, e sobre a formação do sentido íntimo do mistério da Igreja. Assim aprenderão de maneira maravilhosa a consagrar-se inteiramente ao serviço do corpo de Cristo e à obra do Evangelho, a aderir ao próprio Bispo como fiéis colaboradores e a prestar leal colaboração aos seus irmãos (35).

Para conseguir este fim geral, toda a formação dos alunos deve ser orientada à luz do mistério da salvação, como vem exposto na Escritura. Descubram e vivam este mistério de Cristo e da salvação dos homens presente na Liturgia (36).

Estas exigências comuns da formação sacerdotal, que é também pastoral e prática, devem harmonizar-se, segundo as disposições do Concílio (37), com o desejo de ir ao encontro do modo particular de pensar e de agir da sua própria nação. Os espíritos

dos alunos devem, pois, abrir-se e cultivar-se para bem conhecerem e poderem apreciar a cultura do seu país; nas disciplinas filosóficas e teológicas, devem tomar conhecimento das relações que há entre as tradições e as religiões nacionais e a religião cristã (38). Do mesmo modo, a formação sacerdotal deve ter em vista as necessidades pastorais da região: os alunos devem aprender a história, a finalidade e o método da acção missionária da Igreja, e as condições particulares, sociais, económicas e culturais do seu próprio povo. Devem ser educados no espírito de ecumenismo e convenientemente preparados para o diálogo fraterno com os não-cristãos (39). Tudo isto pede que os estudos para o sacerdócio sejam realizados, quanto possível, em ligação contínua e convivência com a gente do próprio país (40). Procure-se enfim, dar, uma formação que prepare para a ordenada administração eclesiástica, e até mesmo a económica.

Dever-se-á também escolher sacerdotes capazes que, depois de alguma experiência pastoral, realizem estudos superiores em Universidades, mesmo estrangeiras, sobretudo em Roma, e em outros Institutos científicos, de sorte que as igrejas jovens tenham à sua disposição sacerdotes do clero local, dotados de ciência e experiência convenientes, para desempenharem as funções eclesiásticas de maior responsabilidade.

Nos lugares em que as Conferências episcopais julgarem oportuno, restabeleça-se a ordem do diaconado como estado de vida permanente, em conformidade com as normas da Constituição sobre a Igreja (41). É útil, com efeito, que para exercer um ministério verdadeiramente diaconal, quer pregando a palavra de Deus como catequistas, quer dirigindo em nome do pároco e do Bispo comunidades cristãs dispersas, quer exercendo a caridade em obras sociais ou caritativas, sejam fortificados pela imposição das mãos, transmitida desde o tempo dos Apóstolos, e mais estreitamente unidos ao altar, para que desempenhem o seu ministério mais eficazmente, por meio da graça sacramental do diaconado.

### ***Formação dos catequistas***

17. De modo semelhante, é digno de elogio aquele exército com tantos méritos na obra das missões entre pagãos, o exército dos catequistas, homens e mulheres, que, cheios do espírito apostólico, prestam com grandes trabalhos uma ajuda singular e absolutamente necessária à expansão da fé e da Igreja.



Hoje em dia, em razão da escassez de clero para evangelizar tão grandes multidões e exercer o ministério pastoral, o ofício dos catequistas tem muitíssima importância. A sua formação deve, portanto, fazer-se de maneira tão acomodada ao progresso cultural, que eles possam desempenhar o mais perfeitamente possível o seu múnus como colaboradores eficazes da ordem sacerdotal, múnus esse que se vai complicando com novas e maiores obrigações.

É preciso, portanto, multiplicar as escolas diocesanas e regionais, nas quais os futuros catequistas estudem cuidadosamente a doutrina católica, sobretudo em matéria bíblica e litúrgica, assim como o método catequético e a prática pastoral, e se formem na moral cristã (42), exercitando-se sem desfalecimentos na piedade e na santidade de vida. Além disso, devem organizar-se reuniões ou cursos de actualização nas disciplinas e nas artes úteis ao seu ministério, e de renovação e robustecimento da sua vida espiritual. Por outro lado, aos que se dedicam inteiramente a esta ocupação, dever-se-á proporcionar, por uma justa remuneração, conveniente nível de vida e segurança social (43).

É de desejar que se proveja, de maneira conveniente, à formação e sustentação dos catequistas, por meio de subsídios especiais da sagrada Congregação de «Propaganda Fide». Parecendo necessário e conveniente, funde-se uma Obra para os catequistas.

Além disso, as igrejas serão reconhecidas ao trabalho generoso dos catequistas auxiliares, cuja ajuda lhes será indispensável. São eles que presidem às orações nas comunidades e ensinam a doutrina. É preciso, pois, tratar da sua conveniente formação doutrinal e espiritual. Por outro lado, é de desejar que, onde parecer oportuno, seja confiada públicamente, durante a celebração duma acção litúrgica, a missão canónica aos catequistas que tiverem recebido a devida formação, a fim de estarem com maior autoridade ao serviço da fé junto do povo.

### ***Promoção da vida religiosa***

18. Desde o período da implantação da Igreja, deve ter-se o cuidado de promover a vida religiosa; esta não somente presta ajuda preciosa e absolutamente necessária à actividade missionária, mas, por uma consagração mais íntima feita a Deus na Igreja, manifesta e significa com esplendor também a natureza íntima da vocação cristã. (44)

Os Institutos religiosos que trabalham na implantação da Igreja, profundamente impregnados das riquezas místicas que são a glória da tradição religiosa da Igreja, devem esforçar-se por as exprimir e as transmitir, segundo o génio e carácter de cada povo. Devem examinar como é que as tradições ascéticas e contemplativas, cujos germes foram, algumas vezes, espalhados por Deus nas civilizações antigas, antes da pregação do Evangelho, podem ser assumidas pela vida religiosa cristã.

Devem cultivar-se nas igrejas jovens as diversas formas de vida religiosa para que mostrem os diversos aspectos da missão de Cristo e da vida da Igreja, e se dediquem às várias obras pastorais, e preparem convenientemente os seus membros para as desempenhar. No entanto, procurem os Bispos nas Conferências que não se multipliquem Congregações com o mesmo fim apostólico, com prejuízo da vida religiosa e do apostolado.

São dignas de menção especial as diversas iniciativas em vista ao enraizamento da vida contemplativa; certos Institutos, guardando os elementos essenciais da instituição monástica, trabalham por implantar a riquíssima tradição da sua Ordem; outros voltam às formas mais simples do monaquismo antigo. Todos, no entanto, devem procurar uma autêntica adaptação às condições locais. Uma vez que a vida contemplativa pertence à plenitude da presença da Igreja, é preciso que ela seja instaurada por toda a parte nas novas igrejas.

### **CAPÍTULO III**

#### **AS IGREJAS PARTICULARES**

##### ***Incremento das Igrejas jovens***

19. A obra de implantação da Igreja num determinado agrupamento humano atinge em certa medida o seu termo, quando a comunidade dos fiéis, enraizada já na vida social e adaptada à cultura local, goza de alguma estabilidade e firmeza: com recursos próprios, ainda que insuficientes, de clero local, de religiosos e de leigos; possui já os ministérios e instituições necessárias para viver e desenvolver a vida do Povo de Deus, sob a orientação do próprio Bispo.

Nestas igrejas jovens, a vida do Povo de Deus deve adquirir a maturidade em todos os sectores da vida cristã, renovada segundo as normas deste Concílio: os grupos de fiéis tornam-se de dia para dia mais conscientemente comunidades de fé, de liturgia e de caridade; pela sua actividade cívica e apostólica, os leigos trabalham por instaurar

na sociedade uma ordem de caridade e de justiça; os meios de comunicação social são empregados de maneira oportuna e prudente; graças a uma vida verdadeiramente cristã, as famílias tornam-se viveiros do apostolado dos leigos e das vocações sacerdotais e religiosas. A fé, enfim, é ensinada por meio duma catequese adaptada, é celebrada numa liturgia conforme ao génio do povo, e, por uma legislação canónica conveniente, passa para as instituições e para os costumes locais.

Os Bispos, cada um com o seu presbitério, cada vez mais penetrados do sentido de Cristo e da Igreja, devem sentir e viver com a Igreja universal. Deve manter-se íntima a comunhão das igrejas jovens com a Igreja inteira, cujos elementos tradicionais elas devem juntar à sua cultura própria, para fazer crescer a vida do Corpo místico por meio de trocas mútuas(1). Por isso, devem cultivar-se os elementos teológicos, psicológicos e humanos que podem contribuir para fomentar este sentido de comunhão com a Igreja universal.

Estas igrejas, porém, não raro situadas nas regiões mais pobres do globo, vêm-se ainda a braços com insuficiência, ordinariamente muito grave, de sacerdotes, e com falta de recursos materiais. Por isso, têm muitíssima necessidade de que a acção missionária continuada da Igreja inteira lhes subministre os socorros que sirvam, antes de mais, para o desenvolvimento da igreja local e para a maturidade da vida cristã. Esta acção missionária deve atender também às igrejas fundadas há longa data que se encontram em estado de retrocesso ou decadência.

Estas igrejas, todavia, devem renovar o seu zelo pastoral comum e as obras oportunas para aumentar em número, discernir com mais segurança e cultivar com mais eficácia as vocações para o clero diocesano e para os Institutos religiosos (2), de maneira que, pouco a pouco, possam prover às suas próprias necessidades e auxiliar as outras.

### ***A sua actividade missionária***

20. A igreja particular, pela obrigação que tem de representar o mais perfeitamente possível a Igreja universal, deve ter consciência que foi também enviada aos habitantes do mesmo território que não crêem em Cristo, a fim de ser, pelo testemunho da vida de cada um dos fiéis e de toda a comunidade, um sinal a mostrar-lhes Cristo.

Além disso, para o Evangelho chegar a todos, é indispensável o ministério da palavra. É preciso que o Bispo seja, antes de mais, um pregador da fé, que conduza a Cristo

novos discípulos (3). Para se desempenhar, como convém, desta nobre incumbência, deve conhecer bem a situação do seu rebanho, as opiniões íntimas dos seus concidadãos a respeito de Deus, tomando cuidadosamente em linha de conta as mudanças introduzidas pela urbanização, migração e indiferentismo religioso.

Nas igrejas jovens, os sacerdotes nativos empreendam com ardor a obra da evangelização, organizando uma acção comum com os missionários estrangeiros, com os quais formam um presbitério único, unido debaixo da autoridade do Bispo, não só para apascentar os fiéis e celebrar o culto divino, mas também para pregar o Evangelho àqueles que estão fora. Eles devem mostrar-se prontos e, havendo ocasião, oferecer-se com fervor ao Bispo para empreender o trabalho missionário nas regiões afastadas e abandonadas da sua própria diocese, ou em outras dioceses.

Do mesmo zelo em relação aos seus concidadãos, sobretudo os mais pobres, devem sentir-se animados os religiosos e as religiosas, bem como os leigos.

As Conferências episcopais procurem organizar, em tempos determinados, cursos de renovação bíblica, teológica, espiritual e pastoral, para que, na variedade e mudança de situações, o clero adquira um conhecimento mais pleno da ciência teológica e dos métodos pastorais.

Quanto ao mais, observe-se religiosamente o que este Concílio determinou, especialmente no decreto sobre o ministério e a vida dos sacerdotes.

Para que esta obra missionária dum igreja particular possa ser levada a bom termo, é necessário que haja ministros capazes, oportunamente preparados em conformidade com o condicionalismo de cada igreja. Uma vez que os homens se reúnem cada vez mais em grupos, convém absolutamente que as Conferências episcopais tenham planos comuns sobre o diálogo a instituir com esses grupos. Se em certas regiões se encontram grupos de homens, que são impedidos de abraçar a fé católica pelo facto de não poderem adaptar-se à forma particular que a Igreja aí tenha revestido, é de desejar que se proveja de maneira especial a essa situação (4), até que todos os cristãos possam ser congregados numa só comunidade. Os Bispos devem chamar para as suas dioceses ou receber de boa vontade os missionários de que a Sé Apostólica puder dispor para esta finalidade, e favorecer eficazmente as suas iniciativas.

Para que este zelo missionário comece a florescer entre os naturais do país, convém absolutamente que as igrejas jovens participem efectivamente na missão universal da Igreja, enviando elas também missionários a anunciar o Evangelho por toda a terra, ainda que elas sofram de falta de clero. A comunhão com a Igreja inteira estará, de certo modo, consumada quando, também elas, tomarem parte activa na acção missionária junto de outros povos.

### ***Promoção do apostolado dos leigos***

21. A Igreja não está fundada verdadeiramente, nem vive plenamente, nem é o sinal perfeito de Cristo entre os homens se, com a Hierarquia, não existe e trabalha um laicado autêntico. De facto, sem a presença activa dos leigos, o Evangelho não pode gravar-se profundamente nos espíritos, na vida e no trabalho de um povo. Por isso, é necessário desde a fundação da Igreja prestar grande atenção à formação dum laicado cristão amadurecido.

Os leigos pertencem, ao mesmo tempo, ao Povo de Deus e à sociedade civil: pertencem, por um lado, à nação em que nasceram, de cujos tesouros culturais participam pela educação, a cuja vida estão ligados por múltiplos laços sociais, para cujo progresso cooperam com o seu esforço nas suas profissões, cujos problemas sentem e procuram resolver como próprios; pertencem também a Cristo, porque foram regenerados na Igreja pela fé e pelo Baptismo, a fim de serem de Cristo(5) pela renovação da vida e acção, para que em Cristo tudo seja submetido a Deus, e, enfim, Deus seja tudo em todos (6).

O principal dever deles, homens e mulheres, é o testemunho de Cristo, que eles têm obrigação de dar, pela sua vida e palavras, na família, no grupo social, no meio profissional. É necessário que se manifeste neles o homem novo criado segundo Deus em justiça e santidade verdadeira (7). Devem exprimir esta novidade de vida no meio social e cultural da sua pátria, em conformidade com as tradições nacionais. Devem conhecer esta cultura, purificá-la, conservá-la, desenvolvê-la segundo as novas situações, enfim, dar-lhe a sua perfeição em Cristo, a fim que a fé em Cristo e a vida da Igreja deixem de ser estranhas à sociedade em que vivem mas comecem a penetrá-la e a transformá-la. Devem unir-se aos seus concidadãos com caridade sincera, a fim de que no seu comportamento apareça um novo laço de unidade e de solidariedade universal, haurida no mistério de Cristo. Devem transmitir a fé em Cristo também àqueles a quem estão ligados pela vida e profissão; esta obrigação impõe-se tanto mais quanto a maior parte dos homens não podem ouvir o Evangelho e conhecer

a Cristo senão pelos seus vizinhos leigos. Mais ainda: onde for possível, devem os leigos estar prontos a cumprir, em colaboração mais imediata com a Hierarquia, a missão especial de anunciar o Evangelho e comunicar a doutrina cristã, a fim de tornarem mais vigorosa a Igreja nascente.

Os ministros da Igreja, por sua vez, devem ter em muito apreço o apostolado activo dos leigos. Devem formá-los para, como membros de Cristo, tomarem consciência da sua responsabilidade em relação aos outros homens; devem instruí-los profundamente no mistério de Cristo, iniciá-los nos métodos práticos, assistir-lhes nas dificuldades, em conformidade com o pensamento da Constituição sobre a Igreja e do decreto sobre o Apostolado dos leigos.

Bem respeitadas as funções e as responsabilidades próprias dos pastores e dos leigos, a jovem igreja toda inteira deve dar um único testemunho vivo e firme de Cristo, a fim de se tornar um sinal luminoso da salvação que em Cristo veio até nós.

### ***Diversidade na Unidade***

22. A semente da palavra de Deus, germinando em boa terra, regada pelo orvalho divino, absorve a seiva, transforma-a e assimila-a para produzir fruto abundante. Certamente, de modo análogo à economia da encarnação, as igrejas jovens, enraizadas em Cristo e construídas sobre o fundamento dos Apóstolos, recebem, por um maravilhoso intercâmbio, todas as riquezas das nações que foram dadas a Cristo em heranças. Recebem dos costumes e das tradições dos seus povos, da sabedoria e da doutrina, das artes e das disciplinas, tudo aquilo que pode contribuir para confessar a glória do criador, ilustrar a graça do Salvador, e ordenar, como convém, a vida cristã (9).

Para conseguir este objectivo, é necessário que em cada grande espaço socio-cultural, se estimule uma reflexão teológica tal que, à luz da tradição da Igreja universal, as acções e as palavras reveladas por Deus, consignadas na Sagrada Escritura, e explicadas pelos Padres da Igreja e pelo magistério, sejam sempre de novo investigadas. Assim se entenderá mais claramente o processo de tornar a fé inteligível, tendo em conta a filosofia ou a sabedoria dos povos, e a maneira de os costumes, o sentido da vida e a ordem social poderem concordar com a moral manifestada pela revelação divina. Deste modo se descobrirá o caminho para uma mais profunda adaptação em toda a extensão da vida cristã. Toda a aparência de sincretismo e de falso particularismo, será assim excluída, a vida cristã conformar-se-á

bem ao génio de cada cultura (10), as tradições particulares e qualidades próprias de cada nação, esclarecidas pela luz do Evangelho, serão assumidas na unidade católica. Enfim, as novas igrejas particulares, enriquecidas pelas suas tradições, terão o seu lugar na comunhão eclesial, ficando intacto o primado da cátedra de Pedro, que preside a toda a assembleia da caridade (11).

É, portanto, de desejar, ou antes, convém absolutamente que as Conferências episcopais, dentro dos limites de cada grande espaço socio-cultural, se unam entre si para, de ânimo concorde e pondo em comum os seus planos, conseguirem este objectivo da adaptação.

## **CAPÍTULO IV**

### **OS MISSIONÁRIOS**

#### ***A vocação missionária***

23. Embora a todo o discípulo de Cristo incumba a obrigação de difundir a fé conforme as suas possibilidades(1), Cristo Senhor chama sempre dentre os discípulos os que Ele quer para estarem com Ele e os enviar a evangelizar os povos (2). E assim, mediante o Espírito Santo, que para utilidade comum reparte os carismas como quer (3), inspira no coração de cada um a vocação missionária e ao mesmo tempo suscita na Igreja Institutos (4), que assumem, como tarefa própria, o dever de evangelizar, que pertence a toda a Igreja.

De facto, são marcados com vocação especial aqueles que, dotados de índole natural conveniente e das qualidades e talentos requeridos, estão prontos para empreender o trabalho missionário (5), quer sejam nativos quer estrangeiros: sacerdotes, religiosos e leigos. Enviados pela legítima autoridade, partem, movidos pela fé e obediência, para junto dos que estão longe de Cristo, escolhidos para uma obra à qual foram destinados (6) como ministros do Evangelho, «a fim de que a oblação dos gentios seja aceite e santificada no Espírito Santo» (Rom. 15,16).

#### ***Espiritualidade missionária***

24. Porém, ao chamamento de Deus, o homem deve responder de forma tal que, sem se deixar guiar pela carne e sangue(7), todo ele se entregue à obra do Evangelho. Mas esta resposta não pode ser dada senão por impulso e virtude do Espírito Santo. O enviado entra, portanto, na vida e missão d'Aquele que «a si mesmo se aniquilou

tomando a forma de servo» (Fil. 2,7). Por conseguinte, deve estar pronto a perseverar toda a vida na vocação, a renunciar a si e a todas as suas coisas, e a fazer-se tudo para todos (8).

Anunciando o Evangelho aos povos, dê a conhecer confiadamente o mistério de Cristo, do qual é legado, de maneira que ouse falar d'Ele como convém (9), não se envergonhando do escândalo da cruz. Seguindo os passos do seu mestre, manso e humilde de coração, mostre que o Seu jugo é suave e leve a Sua carga (10). Mediante uma vida verdadeiramente evangélica (11), com muita paciência, longanimidade, suavidade, caridade sincera (12), dê testemunho do seu Senhor até à efusão do sangue, se for necessário. Alcançará de Deus virtude e força para descobrir a abundância de gozo que se encerra na grande prova da tribulação e da pobreza absoluta (13).

Persuada-se que a obediência é a virtude peculiar do ministro de Cristo que, pela Sua obediência, redimiu o género humano.

Os pregadores do Evangelho, para não negligenciar a graça que em si têm, renovem continuamente o seu espírito (14). Por sua vez, os Ordinários e os Superiores reúnem os missionários em tempos determinados, a fim de mais se robustecerem na esperança da vocação e se renovarem no ministério apostólico, fundando até, para isso, casas apropriadas.

### ***Formação espiritual e moral***

25. Para tão sublime empresa, há-de o futuro missionário preparar-se com esmerada formação espiritual e moral (15). Deve, com efeito, ser capaz de tomar iniciativas, constante para levar a cabo as obras, perseverante nas dificuldades, suportando com paciência e fortaleza a solidão, a fadiga, o trabalho infrutuoso. Com espírito aberto e coração dilatado, irá ao encontro dos homens; abraçará de boa vontade os trabalhos que lhe confiarem; adaptar-se-á também generosamente aos diversos costumes e variadas condições dos povos; com ânimo concorde e mútua caridade colaborará com seus irmãos e com todos quantos se consagram à mesma empresa, de maneira que, juntamente com os fiéis, imitando a comunidade apostólica, tenham um só coração e uma só alma (16).

Estas disposições de espírito sejam diligentemente exercitadas, cuidadosamente cultivadas, elevadas e alimentadas com a vida espiritual, já desde o tempo da



formação. Cheio de fé viva e esperança indefectível, o missionário seja homem de oração; arda no espírito de fortaleza, de caridade e de temperança (17); aprenda a bastar-se com o que tem (18); pelo espírito de sacrifício, leve em si o estado de morte de Jesus, a fim de que a vida de Jesus opere naqueles aos quais é enviado (19); com verdadeiro zelo gaste tudo e desgaste-se a si mesmo pelo bem das almas (20), de tal forma que «mediante o exercício diário do seu ministério, cresça no amor de Deus e do próximo» (21). Desta sorte, obedecendo com Cristo à vontade do Pai, continuará a Sua missão sob a autoridade hierárquica da Igreja, e cooperará no mistério da salvação.

### ***Formação doutrinal e apostólica***

26. Os que forem enviados aos diversos povos, como bons ministros de Cristo, devem ser alimentados «com a palavra da fé e da boa doutrina» (1 Tim. 4,6), a qual haurirão primeiramente na Sagrada Escritura, perscrutando o mistério de Cristo, de quem serão arautos e testemunhas.

E assim, todos os missionários — sacerdotes, irmãos, irmãs, leigos — sejam preparados e formados, cada qual segundo a sua condição, de maneira a estarem à altura das exigências do trabalho futuro (22). Já desde o começo, de tal modo se processe a sua formação doutrinal, que abranja tanto a universalidade da Igreja como a diversidade das nações. E isto vale tanto de todas as disciplinas, em que se formam para o desempenho do ministério, como das disciplinas úteis para o conhecimento dos povos, das culturas, das religiões, com vistas não só ao passado mas também ao tempo presente. Aquele, pois, que é destinado a outra nação, tenha em grande apreço o seu património, língua e costumes. Ao futuro missionário importa sumamente que se aplique aos estudos missiológicos, isto é, a conhecer a doutrina e as normas da Igreja em matéria de actividade missionária, a informar-se sobre os caminhos percorridos pelos arautos do Evangelho, ao longo dos séculos, como também sobre a condição presente das missões e sobre os métodos considerados hoje mais eficazes (23).

Embora toda a formação deva estar imbuída de solicitude pastoral, ministre-se-lhes, contudo, peculiar e bem orientada formação apostólica, quer teórica quer prática (24).

Forme-se o maior número possível de irmãos e de irmãs em catequética, para darem maior colaboração no apostolado.

Mesmo aqueles que se dedicam só por algum tempo à acção missionária, devem adquirir a formação adequada à sua condição.

Estas diversas espécies de preparação, porém, devem ser completadas nas próprias terras de missão, de modo que os missionários adquiram mais profundo conhecimento da história, das estruturas sociais e dos costumes dos povos, e se inteirem da ordem moral e dos preceitos religiosos, bem como do verdadeiro pensamento que esses povos, conforme suas tradições sagradas, possuem acerca de Deus, do mundo e do homem (25). Quanto às línguas, aprendam-nas de modo a usá-las com facilidade e elegância, e terem, assim, mais fácil acesso à inteligência e ao coração dos homens (26). Finalmente, sejam devidamente iniciados nas necessidades pastorais características da terra.

Haja também pessoal preparado de modo mais profundo em Institutos missiológicos ou noutras Faculdades ou Universidades, que possa desempenhar cargos de maior responsabilidade (27), e, com a sua ciência, auxiliar os outros missionários no exercício da obra evangelizadora, que, na hora actual, apresenta tantas dificuldades e oportunidades. Além disso, é muito para desejar que as Conferências episcopais regionais tenham à sua disposição um bom número destes peritos e que, nas necessidades do próprio cargo, façam proveitoso uso do seu saber e experiência. Nem falte igualmente quem saiba usar com perícia os instrumentos técnicos e de comunicação social, cuja importância todos reconheçam devidamente.

### ***Institutos missionários***

27. Tudo isto, embora absolutamente necessário a cada um dos enviados ao campo do apostolado, na realidade, dificilmente pode ser conseguido pelos indivíduos isolados. Visto que a mesma obra missionária, como prova a experiência, não pode ser realizada pelos indivíduos isolados, a vocação comum reuniu-os em Institutos, nos quais, pelo esforço comum, se formassem convenientemente e executassem essa tarefa em nome da Igreja e segundo a vontade da autoridade hierárquica. Os Institutos, desde há muitos séculos que têm suportado o peso do dia e do calor, consagrando-se inteiramente ou em parte à empresa apostólica. Muitas vezes a Santa Sé confiou à sua evangelização vastos territórios, nos quais reuniram para Deus um novo povo, uma igreja local à volta dos seus próprios pastores. A essas igrejas, fundadas à custa do seu suor e até do seu sangue, prestarão serviço com zelo e experiência em fraterna cooperação, já na cura das almas, já em cargos especiais em função do bem comum.

Algumas vezes, tomarão a seu cargo em toda uma região certos trabalhos mais urgentes, como por exemplo, a missionação de grupos ou de povos que, devido a especiais razões, ainda não receberam a boa nova do Evangelho, ou a ela resistiram até ao presente (28).

Se for preciso, dediquem-se a formar e ajudar com a sua experiência aqueles que se consagram por um tempo determinado à acção missionária.

Por todos estes motivos, e porque há ainda numerosas gentes para conduzir a Cristo, os Institutos continuam a ser da máxima necessidade.

## **CAPÍTULO V**

### **A ORGANIZAÇÃO DA ACTIVIDADE MISSIONÁRIA**

#### ***Introdução: sua necessidade***

28. Os fiéis, em virtude de possuírem dons diferentes (1), devem colaborar no Evangelho, cada um segundo as suas possibilidades, aptidões, carismas e ministérios (2); é ainda necessário que todos, os que semeiam e os que segam (3), sejam um só (4), a fim de que, «conspirando livre e ordenadamente para o mesmo fim» (5), empreguem unânimemente as suas forças na edificação da Igreja.

Por isso, os trabalhos dos arautos do Evangelho e os auxílios dos restantes fiéis devem ser orientados e unidos de modo a que tudo se faça com ordem (1 Cor. 14,40) em todas as actividades e esferas da cooperação missionária.

#### ***Organização geral***

29. O cuidado de anunciar o Evangelho em todas as partes da terra pertence, antes de mais, ao corpo episcopal (6); por isso, o Sínodo episcopal ou «Conselho permanente de Bispos para toda a Igreja» (7), entre os assuntos de importância geral (8), deve atender de modo especial à actividade missionária, que é a principal e a mais sagrada da Igreja (9).

Para todas as missões e para toda a actividade missionária, haja um só dicastério competente, a saber, a Congregação de «Propaganda Fide», que orientará e coordenará, em todo o mundo, tanto a actividade como a cooperação missionária, ressalvando-se, contudo, o direito das Igrejas orientais 1°.

Embora o Espírito Santo suscite, de muitos modos, na Igreja de Deus, o espírito missionário, e não poucas vezes se anteceda à acção dos que governam a vida da Igreja, este dicastério, contudo, deve promover, da sua parte, a vocação e a espiritualidade missionária, o zelo e a oração pelas missões, e uma exacta e adequada informação sobre elas. Suscite e distribua os missionários, segundo as necessidades mais urgentes das regiões. Organize um plano de acção; dele promanam as normas directivas, os princípios para a evangelização, e dele procedam os impulsos. Incite e coordene a recolha eficaz de subsídios, que devem distribuir-se segundo a medida da necessidade ou da utilidade, da extensão do território, do número de fiéis e infiéis, das obras e das instituições, dos auxiliares e dos missionários

Em união com o «Secretariado para a união dos cristãos», procure os meios de realizar e ordenar a colaboração fraterna e a convivência com as iniciativas missionárias doutras comunidades cristãs, a fim de se evitar, quanto possível, o escândalo da divisão.

Por isso, importa que este dicastério seja tanto instrumento de administração como órgão de direcção dinâmica, empregando os métodos científicos e os instrumentos adaptados às condições actuais, e tendo em conta a actual investigação da teologia, metodologia e pastoral missionária.

Na direcção deste dicastério, tenham parte muito activa, com voto deliberativo, representantes escolhidos de todos aqueles que trabalham na obra missionária: os Bispos de todo o mundo, depois de ouvidas as Conferências episcopais, e os Superiores dos Institutos e das Obras pontifícias, segundo as normas e proporções que o Romano Pontífice estabelecer. Todos estes, que hão-de ser convocados em datas fixas, exerçam, sob a autoridade do Sumo Pontífice, a suprema orientação de toda a obra missionária.

Esteja à disposição deste dicastério um grupo permanente de consultores peritos, de reconhecida ciência e experiência, aos quais pertence, entre outras coisas, reunir uma informação oportuna sobre as condições locais das várias regiões, a mentalidade dos diferentes grupos humanos, os métodos de evangelização a empregar, e propor conclusões cientificamente fundadas para a cooperação missionária.

Estejam convenientemente representados os Institutos de religiosas, as obras regionais a favor das missões, e as organizações de leigos, sobretudo as internacionais.

### ***Organização local das missões***

30. Para que, no exercício da obra missionária, se atinjam os fins e os resultados, devem todos os operários missionários ter um «só coração e uma só alma» (Act. 4,32).

Pertence ao Bispo, como regra e centro de unidade no apostolado diocesano, promover, dirigir e coordenar a actividade missionária, mas de tal modo que se conserve e fomente a iniciativa espontânea dos que participam na obra. Todos os missionários, mesmo os religiosos isentos, estão sob a sua jurisdição nos vários trabalhos que dizem respeito ao exercício do apostolado (11). Para melhor coordenação, constitua o Bispo, na medida do possível, um Conselho pastoral, em que participem, por meio de delegados escolhidos, os clérigos, os religiosos e os leigos. Procure ainda que a acção apostólica não se limite aos convertidos, mas que os operários e os subsídios se destinem equitativamente à evangelização dos não-cristãos.

### ***Organização regional***

31. As Conferências episcopais resolvam, de comum acordo, as questões mais graves e os problemas mais urgentes, sem menosprezarem, contudo, as diferenças locais (12). Para não dissipar o número já insuficiente de pessoas e de subsídios e não multiplicar sem necessidade as iniciativas, recomenda-se a fundação de obras comuns que sirvam o bem de todos; por exemplo, seminários, escolas superiores e técnicas, centros de pastoral, catequética, liturgia e dos meios de comunicação social.

Organize-se igualmente uma oportuna cooperação entre as diversas Conferências episcopais.

### ***Actividade dos Institutos missionários***

32. E ainda da máxima importância coordenar as actividades exercidas pelos Institutos ou Associações eclesíásticas. Todos eles, seja qual for o seu género, devem secundar o Ordinário do lugar, em tudo o que se relaciona com a actividade missionária. Por isso, aproveitará muito realizar acordos particulares, em que se regulem as relações entre o Ordinário do lugar e o Superior do Instituto.

Quando a um Instituto for confiado um território, o Superior eclesíástico e o Instituto tenham muito a peito orientar tudo para que a nova comunidade cristã se transforme

em igreja local, a qual, no momento oportuno, será governada por pastor próprio, com o seu clero.

Ao acabar o encargo do território, surge uma nova condição. Então, as Conferências episcopais e os Institutos, de comum acordo, estabeleçam as normas que hão-de reger as relações entre os Ordinários de lugar e os Institutos (13). Contudo, pertence à Santa Sé estabelecer os princípios gerais, pelos quais se organizarão os acordos regionais ou até particulares.

Os Institutos devem estar prontos a continuar a obra começada, colaborando no ministério ordinário da cura de almas: mas, com o aumento do clero local, deve providenciar-se a que os Institutos, na medida em que for conforme à sua finalidade, se mantenham fiéis à própria diocese, encarregando-se generosamente de obras especiais ou de alguma região.

### ***Coordenação dos Institutos missionários***

33. Os diversos Institutos que se dedicam à actividade missionária no mesmo território procurem os processos e os modos de coordenar as suas obras. Serão, portanto, de grande utilidade, as Conferências de religiosos e as Uniões de religiosas, em que participem todos os Institutos da mesma nação ou região. Vejam Conferências o que podem fazer com o esforço comum e mantenham estreitas relações com as Conferências episcopais.

Tudo isto, por igual motivo, convém estendê-lo à colaboração dos Institutos missionários na sua pátria de origem, de modo que mais facilmente e com menos despesas se possam resolver os assuntos e empreendimentos comuns, como, por exemplo, a formação doutrinal dos futuros missionários, os cursos para missionários, as relações para com as autoridades civis ou organismos nacionais e internacionais.

### ***Coordenação dos Institutos científicos***

34. Como o recto e ordenado exercício da actividade missionária exige que os operários evangélicos se preparem cientificamente para a sua função, sobretudo para o diálogo com as religiões e culturas não-cristãs, e que sejam ajudados eficazmente na execução, é de desejar que colaborem entre si fraterna e generosamente a favor das missões todos os Institutos científicos que estudam missiologia e outras disciplinas ou artes úteis às missões, como a etnologia e a linguística, a história e a ciência das religiões, a sociologia, a pastoral e outras coisas semelhantes.

## CAPÍTULO VI

### A COOPERAÇÃO

#### *Introdução. Consciência da responsabilidade*

35. Dado que a Igreja é toda ela missionária, e a obra da evangelização é um dever fundamental do Povo de Deus, o sagrado Concílio exorta todos a uma profunda renovação interior, para que tomem viva consciência das próprias responsabilidades na difusão do Evangelho e assumam a parte que lhes compete na obra missionária junto dos gentios.

#### *Dever missionário de todo o povo de Deus*

36. Como membros de Cristo vivo e a Ele incorporados e configurados não só pelo Baptismo mas também pela Confirmação e pela Eucaristia, todos os fiéis estão obrigados, por dever, a colaborar no crescimento e na expansão do Seu corpo para o levar a atingir, quanto antes, a sua plenitude(1).

Por isso, todos os filhos da Igreja tenham consciência viva das suas responsabilidades para com o mundo, fomentem em si um espírito verdadeiramente católico, e ponham as suas forças ao serviço da obra da evangelização. Saibam todos, porém, que o primeiro e mais irrecusável contributo para a difusão da fé, é viver profundamente a vida cristã. Pois o seu fervor no serviço de Deus e a sua caridade para com os outros é que hão-de trazer a toda a Igreja o sopro de espírito novo que a fará aparecer como um sinal levantado entre as nações (2), como «luz do mundo» (Mt. 5,14) e «sal da terra» (Mt. 5,13). Este testemunho de vida produzirá mais facilmente o seu efeito, se for dado conjuntamente com as outras comunidades cristãs, segundo as normas do decreto sobre o ecumenismo (3).

Deste espírito renovado brotará espontaneamente a oferta de orações e de obras de penitência a Deus, para que fecunde com a sua graça a acção dos missionários; dele nascerão vocações missionárias e sairão os recursos de que as missões necessitam.

Porém, para que todos e cada um dos fiéis conheçam plenamente o estado actual da Igreja no mundo e oiçam a voz das multidões que clamam: «Vem em nosso auxílio» (4) facilitem-se, até pelos meios modernos de comunicação social, notícias missionárias tais que os façam sensíveis à actividade missionária e lhes abram o coração a tão profundas e imensas necessidades dos homens par lhes poderem valer.

É também necessária uma coordenação das notícias e a cooperação com os organismos nacionais e internacionais.

### ***Dever missionário das comunidades cristãs***

37. Como o Povo de Deus vive em comunidades, sobretudo diocesanas e paroquiais, e é nelas que, de certo modo, se torna visível, pertence a estas dar também testemunho de Cristo perante as nações.

A graça da renovação não pode crescer nas comunidades, a não ser que cada uma dilate o campo da sua caridade até aos confins da terra e tenha igual solicitude pelos que são de longe como pelos que são seus próprios membros.

Assim, toda a comunidade reza, coopera e exerce actividade entre os gentios, por meio dos seus filhos a quem Deus escolheu para este importantíssimo encargo.

É muito útil que, contanto que não crie desinteresse pela obra missionária universal, manter relações com os missionários oriundos da própria comunidade ou com determinada paróquia ou diocese das missões, para tornar visível a comunhão entre as comunidades e contribuir para mútua edificação.

### ***Dever missionário dos Bispos***

38. Todos os Bispos, como membros do corpo episcopal, sucessor do Colégio apostólico, são consagrados não só em benefício duma diocese mas para salvação de todo o mundo. O mandato de Cristo de pregar o Evangelho a toda a criatura (5) afecta-os, primária e imediatamente a eles, com Pedro e sob Pedro. Daí nascem aquela comunhão e cooperação das igrejas, hoje tão necessárias para levar a cabo a obra da evangelização. Em virtude desta comunhão, cada uma das igrejas leva em si a solicitude por todas as outras, manifestam umas às outras as próprias necessidades, comunicam entre si as suas coisas, pois a dilatação do corpo de Cristo é dever de todo o Colégio episcopal (6).

Na sua diocese, o Bispo, que forma uma só coisa com ela, ao suscitar, promover e dirigir a obra missionária, torna presentes e como que palpáveis o espírito e o ardor missionário do Povo de Deus, de maneira que toda a diocese se torna missionária. É da responsabilidade do Bispo suscitar no seu povo e sobretudo entre os doentes e os oprimidos, almas que ofereçam a Deus, de todo o coração, orações e penitências pela evangelização do mundo; favorecer de bom grado as vocações de jovens e até de



clérigos para os Institutos missionários, aceitando reconhecido que Deus escolha alguns para a actividade missionária da Igreja; exortar e ajudar as Congregações diocesanas para que assumam a sua parte nas missões; promover junto dos seus fiéis as obras dos Institutos missionários, mas sobretudo as Obras missionárias pontifícias. Com todo o direito se deve dar o primeiro lugar a estas Obras, uma vez que são meios quer para dar aos católicos um sentido verdadeiramente universal e missionário logo desde a infância, quer para promover colectas eficazes de subsídios para bem de todas as missões segundo as necessidades de cada uma (7).

Como cresce de dia para dia a necessidade de operários na vinha do Senhor e os sacerdotes diocesanos desejam, eles também, ter parte cada vez maior na evangelização do mundo, o sagrado Concílio deseja que os Bispos, ponderando a gravíssima penúria de sacerdotes que impede a evangelização de muitas regiões, enviem, depois da devida preparação, alguns dos seus melhores sacerdotes que se ofereçam para as missões, para as dioceses mais carecidas de clero, com o fim de exercerem aí o ministério missionário em espírito de serviço, pelo menos durante um tempo determinado (8).

Mas, para que a actividade missionária dos Bispos a bem de toda a Igreja se possa exercer mais eficazmente, convém que as Conferências episcopais tomem a direcção de todos os assuntos que dizem respeito a uma ordenada cooperação da própria região.

Nas suas Conferências tratem os Bispos dos sacerdotes do clero diocesano que devem dedicar à evangelização dos gentios; da contribuição fixa que cada diocese, em proporção com os seus recursos, deve oferecer todos os anos para a obra das missões (9); da direcção e organização das formas e dos meios de ajudar directamente as missões; do auxílio e, se for preciso, até da fundação de Institutos missionários e seminários do clero diocesano para as missões; do estreitamento dos laços entre estes Institutos e as dioceses.

Às Conferências episcopais pertence também fundar e promover instituições que fraternalmente recebam e ajudem, com o devido interesse pastoral, os que, por razões de estudo ou de trabalho, emigram das terras de missão. Por eles, com efeito, povos longínquos tornam-se em certo modo vizinhos, e às comunidades cristãs mais antigas oferece-se uma óptima ocasião de dialogar com nações que ainda não ouviram pregar o Evangelho e de lhes mostrar no próprio exercício do amor e da ajuda, o genuíno rosto de Cristo (10).

### ***Dever missionário dos sacerdotes***

39. Os sacerdotes representam a pessoa de Cristo e são cooperadores da ordem episcopal, na tríplice função sagrada, que por sua natureza tem relação com a missão da Igreja (11). Entendam, pois, muito bem que a sua vida foi consagrada também ao serviço das missões. Uma vez que pelo seu mesmo ministério — que consiste principalmente na Eucaristia, que aperfeiçoa a Igreja — estão em comunhão com Cristo cabeça e trazem os outros a essa comunhão, não podem deixar de sentir quanto falta ainda para o pleno crescimento do corpo e quanto há que fazer, portanto, para que vá crescendo cada vez mais. Organizarão, pois, de tal maneira o trabalho pastoral que contribua para a dilatação do Evangelho entre os não-cristãos.

Os sacerdotes, no trabalho pastoral, farão por excitar e alimentar entre os fiéis o zelo pela evangelização do mundo, instruindo-os com a catequese e a pregação sobre o dever que a Igreja tem de anunciar Cristo aos gentios; persuadindo as famílias cristãs da necessidade e da honra de cultivar as vocações missionárias entre os próprios filhos e filhas; fomentando o fervor missionário entre os jovens das escolas e associações católicas, de maneira a saírem dentre eles futuros arautos do Evangelho. Ensinem os fiéis a orar pelas missões e não tenham vergonha de lhes pedir esmolas, feitos como que mendigos por Cristo e pela salvação das almas (12).

Os professores dos Seminários e Universidades elucidarão os alunos sobre a verdadeira situação do mundo e da Igreja, para que abram os olhos à necessidade duma evangelização mais intensa dos não-cristãos e o seu zelo se acenda. E ao ensinar as questões dogmáticas, bíblicas, morais e históricas, chamem a atenção para os aspectos missionários nelas contidos, para desse modo se ir formando a consciência missionária dos futuros sacerdotes.

### ***Dever missionário dos Institutos***

40. Os Institutos religiosos de vida contemplativa e activa tiveram até agora e continuam a ter a maior parte na evangelização do mundo. O sagrado Concílio reconhece gostosamente os seus méritos e dá graças a Deus por tantos esforços prestados à causa da glória de Deus e do serviço das almas e exorta-os a prosseguir incansavelmente na obra começada, sabendo, como sabem, que a virtude da caridade, que por vocação têm de cultivar com mais perfeição, impele e obriga a um espírito e a um trabalho verdadeiramente católicos (13).

Os Institutos de vida contemplativa, pelas suas orações, penitências e tribulações, têm uma importância máxima na conversão das almas, visto que é Deus quem pelas nossas orações envia operários para a Sua messe (14), abre as almas dos não-cristãos para ouvir o Evangelho (15), e fecunda nos seus corações a palavra da salvação (16). Pede-se até a esses Institutos que fundem casas nas terras de missão como já bastantes fizeram, para que, levando aí uma vida acomodada às genuínas tradições religiosas dos povos, dêem entre os não-cristãos um testemunho brilhante tanto da majestade e da caridade de Deus como da sua união em Cristo.

Por seu lado, os Institutos de vida activa, quer tenham um fim estritamente missionário quer não, examinem sinceramente diante de Deus se podem alargar mais a sua actividade em ordem à expansão do reino de Deus entre os gentios; se podem deixar a outros, certos ministérios, para dedicar às missões as suas forças; se podem começar a ter actividades nas missões, adaptando, se for preciso, as suas Constituições, embora segundo a mente do fundador; se os seus membros participam quanto podem na actividade missionária; se o seu modo de viver é um testemunho do Evangelho adaptado à índole e às condições do povo.

Uma vez que, sob a inspiração do Espírito Santo, crescem de dia para dia na Igreja os Institutos seculares, a sua ajuda, sob a autoridade do Bispo, pode ser a muitos títulos proveitosa para as missões, como sinal duma entrega plena à evangelização do mundo.

### ***Dever missionário dos leigos***

41. Os leigos colaboram na obra de evangelização da Igreja e participam da sua missão salvífica (17), ao mesmo tempo como testemunhas e como instrumentos vivos sobretudo se, depois de chamados por Deus, são incorporados pelos Bispos nesta empresa.

Nas terras já cristãs, os leigos concorrem para a obra de evangelização, fomentando em si e nos outros o conhecimento e o amor pelas missões, suscitando vocações na própria família, nas associações católicas e nas escolas, oferecendo auxílios de toda a espécie para que o dom da fé, que eles receberam de graça, possa ser também oferecido a outros.

Nas terras de missão, os leigos, quer estrangeiros quer nativos, exerçam o ensino nas escolas, administrem as coisas temporais, colaborem na actividade paroquial e

diocesana, iniciem e promovam as várias formas de apostolado dos leigos, para que os fiéis das igrejas jovens possam assumir quanto antes a sua parte na vida da Igreja (18).

Finalmente, prestem os leigos, de bom grado, colaboração económico-social aos povos em vias de desenvolvimento; essa colaboração será tanto mais de louvar, quanto mais se relaciona com a criação daquelas instituições que atingem as estruturas fundamentais da vida social ou se ordenam à formação daqueles que têm responsabilidade de governo.

São dignos de particular louvor aqueles leigos que nas Universidades ou em Institutos científicos promovem, com as suas investigações históricas ou científico-religiosas, o conhecimento dos povos e das religiões, ajudando assim os pregadores do Evangelho e preparando o diálogo com os não-cristãos.

Colaborem fraternalmente com os outros cristãos, com os não-cristãos, sobretudo com os membros das organizações internacionais, tendo sempre diante dos olhos e preocupação de que «a edificação da cidade terrena se alicerce no Senhor e para Ele se oriente»(19).

Para desempenhar todas estas funções, precisam os leigos da necessária preparação técnica e espiritual, que se deve dar em Institutos a isso destinados, para que a sua vida seja entre os não-cristãos um testemunho de Cristo, segundo a palavra do Apóstolo: «Não deis ocasião de escândalo nem a judeus nem a gentios nem à Igreja de Deus, como também eu em tudo procuro agradar a todos, não buscando a minha própria utilidade, mas a dos outros, a fim de que sejam salvos» (1Cor. 10, 32-33).

## **CONCLUSÃO**

42. Os Padres do Concílio, em união com o Romano Pontífice, sentindo vivamente a obrigação de difundir por toda a parte o reino de Deus, saudam muito afectuosamente todos os pregadores do Evangelho, sobretudo aqueles que sofrem perseguição pelo nome de Cristo, e associam-se aos seus sofrimentos (20).

Também eles se sentem inflamados do mesmo amor em que Cristo ardia pelos homens. Mas, conscientes de que Deus é quem faz com que o seu reino venha ao mundo, unem as suas preces às de todos os cristãos para que, por intercessão da Virgem Maria, Rainha dos Apóstolos, as nações sejam quanto antes conduzidas ao

conhecimento da verdade (21) e a glória de Deus, que resplandece no rosto de Jesus Cristo, comece a brilhar para todos pelo Espírito Santo (22).

*Roma, 7 de Dezembro de 1965*

## **PAPA PAULO VI**

---

### **Notas**

#### **Proémio e Capítulo I**

1. Const. dogm. de Ecclesia, *Lumen Gentium*, 48: AAS 57 (1965), p. 53.
2. Cfr. Mc. 16,15.
3. S. Agostinho, *Enarr. in Ps.* 44, 23: PL 36, 508; CChr. 38, 150.
4. Cfr. Mt. 5, 13-14.
5. Cfr. Eccli. 36,19.
6. Cfr. Conc. Vatic. II Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen Gentium*, n. 2: AAS 57 (1965), p. 5-6.
7. Cfr. Jo. 11,52.
8. Cfr. S. Ireneu, *Adv. Haer. III*, 18, 10 «O Verbo que existe junto de Deus, por quem foram feitas todas as coisas, e que sempre estava presente ao género humano...»: PG 7, 932; id. IV, 6, 7: «Com efeito, o Filho, presente desde a primeira hora à sua obra, a todos vai revelando o Pai, a quantos, quando e do modo que o Pai quer» (ibid. 990); cfr. IV, 20, 6 e 7 (ib. 1037); *Demonstratio* n, 34: Patr. Or., XII, 773; *Sources Chrét.*, 62, Paris 1958, p. 87; S. Clemente de Alexandria, *Protrept.* 112 1: GCS *Clemens I*, 79; *Strom.* VI, 6, 44, 1: GCS *Clemens II*, 453; 13, 106, 3 e 4 (ibid. 485). Para a mesma doutrina, cfr. Pio XII: Radiomensagem, 31 dez. ]952; Cone. Vat. II Const. dogm. De Ecclesia *Lumen Gentium*, n.º 16: AAS 57 (1965), p. 20.

9. Cfr. Col. 1,13; Act. 10,38.

10. Cfr. 2 Cor. 5,19.

11. Cfr. Hebr. 1,2; Jo. 1, 3 e 10; 1 Cor. 8,6; Col. 1,16.

12. Cfr. Ef. 1,10.

13. Cfr. 2 Cor. 8,9.

14. Cfr. Mc. 10,45.

15. Cfr. S. Atanásio, *Ep. ad Epictetum* 7: PG 26, 1060; S. Cirilo de Jerusalém, *Catech.* 4, 9: PG 33, 465; Mário Victorino, *Adv. Arium*, 3, 3: PL, 8, 1101; S. Basílio, *Epist.* 261, 2: PG 32, 969; S. Gregório Nazianzeno, *Epist.* 101: PG 37, 181; S. Gregório Nisseno, *Antirrheticus*; *Adv. Apollin.* 17: PG 45, 1156; S. Ambrósio, *Epist.* 48, 5: PL, 16, 1153; S. Agostinho, *In Joahn. Ev.* tratado XXIII, 6: PL 35, 1585; CChr 36, 236; além disso, mostra deste modo como não foi o Espírito Santo que nos redimiu, visto que não incarnou: *De Agone Christ.* 22, 24: PL 40, 302; S. Cirilo de Alexandria, *Adv. Nestor*, 1, 1: PG 76, 20; S. Fulgêncio, *Epist.* 17, 3, 5: PL 65, 454; *Ad Trasimundum* III, 21: PL 65, 284: da tristeza e do temor.

16. Cfr. Heb. 4,15; 9,28.

17. Cfr. Act. 1,8.

18. Cfr. Lc. 24,47.

19. Foi o Espírito que falou pelos Profetas; *Symbol. Constantinopol.* Denz.-Schoenmetzer, 150; S. Leão Magno, *Sermo* 76: PL 54, 405-406: «Quando o Espírito Santo encheu os discípulos do Senhor no dia de Pentecostes, não foi então o começo da sua missão, mas um acréscimo de largueza: porque já os patriarcas, os profetas, os sacerdotes, e todos os santos que houve antigamente, foram robustecidos pela santificação do mesmo Espírito,... embora não fosse a mesma a medida dos dons». Também *Sermo* 77, 1: PL 54, 412; Leão XIII, Encícl. *Divinum illud*: ASS (1897), 650-651. Também S. João Crisóstomo, ainda que insista na novidade da missão do Espírito Santo no dia de Pentecostes: *In Eph.* c. 4, Hom. 10, 1: PG 62, 75.

20. Cfr. Jo. 14,16.

21. De Babel e do Pentecostes falam muitas vezes os Santos Padres: Orígenes, *In Genesim*, c. 1: PG 12, 112; S. Gregório Nazianzeno, *Oratio* 41, 16: PG 36, 449; S. João Crisóstomo, *Hom. 2 in Pentec.*, 2: PG 50, 467; *In Act. Apost.*: PG 60, 44; S. Agostinho, *En. in Ps.* 54, 11: PL 36, 636; CChr. 39, 664 s.; *Sermo* 271: PL 38, 1245; S. Cirilo de Alexandria, *Glaphyra in Genesim* II: PG 69, 79; S. Gregório Magno, *Hom. in Evang.*, Lib. II, Hom. 30, 4: PL 76, 1222; S. Beda, *in Hexaem.*, Lib. III: PL 91, 125. Veja-se também a imagem que existe no átrio da Basilica de S. Marcos de Veneza. A Igreja fala todas as línguas, e assim a todos acolhe na catolicidade da fé: S. Agostinho, *Sermones* 266, 267, 268, 269: PL 38, 1225-1237; *Sermo* 175, 3: PG 38, 946; S. João Crisóstomo, *In Epist. I ad Cor.*, Homil. 35: PG 61, 296; S. Cirilo de Alexandria, *Fragm. in Act.*: PG 74, 758; S. Fulgêncio, *Sermo* 8, 2-3: PL 65, 743-744. Acerca do Pentecostes como consagração dos Apóstolos para a missão, cfr. J. A. Cramer, *Catena in Acta SS. Apostolorum*, Oxford, 1838, pg. 24 s.

22. Cfr. Lc. 3,22; 4,1; Act. 10,38.

23. Cfr. Jo. 14-17; Paulo VI, *Alocução proferida no Concílio no dia 14 de Setembro de 1964*: AAS 56 (1964), p. 807.

24. Cfr. Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen Gentium*, 4: AAS 57.

25. S. Agostinho, *Sermo* 267, 4: PL 38, 1231: «O Espírito Santo faz em toda a Igreja o que a alma em todos os membros dum mesmo corpo». Cfr. Const. dogm. De Ecclesia *Lumen Gentium*, 7 (com a nota 8): AAS 57 (1965), p. 11.

26. Cfr. Act. 10, 44-47; 11,15; 15,8

27. Cfr. Act. 4,8; 5,32; 8,26. 39; 9,31; 10; 11, 24. 28; 13, 2. 4. 9; 16, 6-7; 20, 22-23; 21, 11, etc.

28. Cfr. também Mt. 10, 1-42.

29. Cfr. Mt. 28,18.

30. Cfr. Act. 1, 4-8.

31. Cfr. Jo. 20,21.

32. Cfr. Col. 1,24.

33. Tertuliano, *Apologeticum*, 50, 13: PL 1,534; CChr. I, 171.

34. Já S. Tomás de Aquino fala da função apostólica de implantar a Igreja: efr. *Sent. Lib. I*, dist. 16, q. 1, a. 2 ad 2 e ad 4; a. 3 sol.; *Summa Theol.* I, q. 43, a. 7 ad 6; I-II, q. 106, a. 4 ad 4. Cfr. Bento XV, *Maximum illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), 445 e 453; Pio XI, *Rerum Ecclesiae*, 28 fev. 1926: AAS 18 (1926), 74; Pio XII, 30 abr. 1939 aos Directores das OO. MM. PP.: AAS 36 ID. 24 jun. 1944 aos Directores das OO. MM. PP.: AAS 36 (1944), 210; de novo em AAS 42 1950, 727, e 43 (1951), 508; ID. 29 jun. 1948 ao clero indígena: AAS (1944), 210; 374; ID. *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), 507; ID. *Fidei Donum*, 15 jan. 1957: AAS 49 (1957), 236; João XXIII, *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51, (1959), 835; Paulo VI, Hom. 18 out. 1964: AAS 55 (1964), 911. Tanto os Sumos Pontífices como os Santos Padres e os Escolásticos falam muitas vezes da dilatação da Igreja: S. Tomás de Aquino, *Comm. in Math.* 16,28; Leão XIII, Encicl. *Sancta Dei Civitas*, 3 dez. 1880: ASS 55 (1880), 241 Bento XV, Encicl. *Maximum Illud*, 30 nov. 1919 AAS 11 (1919), 442; Pio XI, Encicl. *Rerum Ecclesiae*, 28 fev. 1926: AAS 18 (1926), 65.

35. Nesta noção de actividade missionária, como se vê, incluem-se também, quanto à substância, aquelas regiões da América Latina, nas quais nem Hierarquia própria, nem maturidade da vida cristã, nem uma pregação suficiente do Evangelho se dão ainda. Se, porém, estes territórios são de jacto tidos pela S. Sé como missionários, isso não depende do Concílio. É por isso que, a propósito da conexão entre a noção de actividade missionária e certos territórios, se diz muito intencionalmente que esta actividade se exerce «geralmente» (plerumque) em certos territórios como tais reconhecidos pela S. Sé.

36. Conc. Vat. II, Decr. De Oecumenismo, *Unitatis Redintegratio*, n. 1: AAS 57 (1965), p. 90.

37. Cfr. Mc. 16,16; Jo. 3,5.

38. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecelesia *Lumen Gentium*, n.º 14: AAS 57 (1965), p. 18.

39. Cfr. Hebr. 11,6.

40. Cfr. 1 Cor. 9,16.

41. Cfr. Ef. 4, 11-16.



42. Cfr. Jo. 7,18; 8, 30 e 44; 8,50; 17,1.

43. Acerca desta ideia sintética, ver a doutrina de S. Ireneu sobre a Recapitulação. Cfr. também Hipólito, *De Antichristo*, 3: «Querendo a todos e desejando salvar a todos, querendo fazer a todos filhos de Deus e chamando todos os santos a formar um só homem perfeito...» PG 10, 732; GCS Hippolyt I, 2 p. 6; *Benedictiones Jacob*, 7: T. U., 38-1 pg. 18, linha 4 ss.; Origenes, *In Joann.* Tom. I, n. 16: «Então, sim, a única ocupação daqueles que chegarem até Deus será a de conhecer a Deus, presididos por aquele Verbo que está junto de Deus; para que assim todos os filhos sejam cuidadosamente formados no conhecimento do Pai, como o Filho que agora é o único que conhece o Pai»: PG, 14, 49; GCS Orig. IV, 20; S. Agostinho, *De Sermone Domini in monte*, I, 41: «Estimemos tudo aquilo que pode ser conduzido connosco àquele reino, onde ninguém diz: meu Pai, mas todos dizem a um só Deus: Pai nosso»: PL 34, 1250; S. Cirilo de Alexandria, *in Joann. I*: «Todos estamos em Cristo e nele revive a natureza comum da Humanidade. Pois, por isso mesmo, foi chamado o novo Adão... Com efeito, habitou entre nós aquele que por natureza é o Filho e Deus; por isso, no seu Espírito podemos chamar: Abba, Pai! Habita, de facto, o Verbo entre nós num templo único, que precisamente quis construir para si de algo nosso e por causa de nós, para que tendo-nos a todos em si mesmo, num só corpo, nos reconciliasse a todos com o Pai, como diz Paulo: PG 73, 161-164.

44. Bento XV, *Maximum Illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 445: «Porque sendo a Igreja de Deus católica e não estrangeira para nenhum povo ou nação...» Cfr. João XXIII, Encíc. *Mater et Magistra*: «A Igreja, por direito divino, pertence a todas as nações... por isso, uma vez que inseriu a sua força, como que nas veias de algum povo, já não é nem se julga como uma instituição qualquer, imposta de fora a esse povo... E, por isso, tudo aquilo que lhes parece bom e honesto, apoiam-no e completam-no» (subentenda-se: aqueles que renasceram em Cristo); 25 maio 1961 AAS 1961, 444.

45. Cfr. Jo. 3,18.

46. Cfr. S. Ireneu, *Adv. Haer.* III, 15, n. 3: PG 7, 919: «Foram pregadores da verdade e apóstolos da liberdade».

47. *Breviarium Romanum*, Ant. O, Vésperas do dia 23 de Dez.

48. Cfr. Mt. 24,31; *Didachè*, 10,5: Funk I, p. 32.

49. Cfr. Me. 13,10.

50. Cone. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia *Lumen Gentium*, 17: AAS 57 (1965) p. 20-21. S. Agostinho, *De Civitate Dei*, 19,17: PL 41, 646; Instr. da S. Congregação «de Propaganda Fide»: Collectanea I, n, 135, p. 42.

51. Segundo Orígenes, o Evangelho deve ser pregado antes da consumação deste mundo: *Hom. in Lc. XXI*: GCS, Orig. IX, 136, 21 ss.; *In Matth. comm.* ser. 39: X, 75, 25 ss.; 76, 4 ss.; *Hom. in Ierem.* III, 2: VII, 308, 29 ss.; S. Tomás, *Summa Theol.* I-II, q. 106, a. 4, ad 4.

52. Cfr. Act. 1,7.

53. Hilário de Poitiers, *In Ps.* 14: PL 9, 301; Eusébio de Cesareia, *In Isaiam* 54, 2-3: PG 24, 462-463; Cirilo de Alexandria, *In Isaiam* V, cap. 54, 1-3: PG 70, 1193.

54. Cfr. Ef. 4,13.

55. Cfr. Jo. 4,23.

## Capítulo II

1. Cfr. Mt. 5,16.

2. Cfr. 1 Jo. 4,11.

3. Cfr. Mt. 9,35 ss.; Act. 10,38.

4. Cfr. 2 Cor. 12,15.

5. Cfr. Mt. 20,26; 23,11; alocução de Paulo VI, no dia 21 nov. 1964, na aula conciliar: AAS 56 (1964), 1013.

7. Cfr. Col. 4,3.

8. Cfr. Mc. 16,15.

9. Cfr. Act. 4, 13. 29. 31; 9, 27-28; 13,46; 14,3; 19,8; 26,26; 28,31; 1 Tess. 2,2; 2 Cor. 3,12; 7,4; Fil. 1,20; Ef. 3,12; 6, 19-20.

10. Cfr. 1 Cor. 9,15; Rom. 10,14.

11. Cfr. 1 Tess. 1, 9-10; 1 Cor. 1, 18-21; Gál. 1,31; Act. 14, 15-17; 7, 22-31.
12. Cfr. Act. 16,14.
13. Cfr. Col. 3, 5-10; Ef. 4, 20-24.
14. Cfr. Lc. 2,34; Mt. 10, 34-39.
15. Cfr. 1 Tess. 1,6.
16. Cfr. Conc. Vat. II, Declaração De Libertate religiosa, *Dignitatis humanae*, 2, 4, 10; Const. past. De Ecclesia in mundo huius temporis, *Gaudium et spes*, n.º 21.
- 17 Cfr. Conc. Vat. II, Const, dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, 17: AAS 57 (1965), p. 20-21.
18. Cfr. Const. De sacra liturgia, *Sacrosanctum Concilium*, 64-65: AAS 56 (1964), 117.
19. Cfr. Col. 1,13. Desta libertação da escravidão do demónio e das trevas, cfr. Mt. 12,28; Jo. 8,44; 12,31 (cfr. 1 Jo. 3,8; EL 2, 1-2). Cfr. no Ritual romano, *Liturgia do Baptismo*.
20. Cfr. Rom. 6, 4-11; Col. 2, 12-13; 1 Ped. 3, 21-22; Mc. 16,16.
21. Cfr. 1 Tess. 3, 5-7; Act. 8, 14-17.
22. Cfr. Concilio Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 14: AAS 57 (1965), p. 19.
23. Cfr. S. Agostinho, *Tract. in Joann.* 11, 4: PL 35, 1476.
24. Cfr. Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n.º 9: AAS 57 (1965), p. 13.
25. Cfr. 1 Cor. 3,9
26. Cfr. Ef. 4,1.
27. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 10. 11. 34: AAS 57 (1965), p. 10-17; 39-40.

28. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De divina Revelatione, *Dei Verbum*, n.o 21: AAS 57 (1965), p. 24.
29. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 12. 35: AAS 57 (1965), P. 16; 40-41.
30. Cfr. Ibid., n. 23, 36: AAS 57 (1965), p. 28: 41-42.
31. Cfr. Ibid., 12, 11, 35, 41: AAS 57 (1965), p. 15-16; 40-41, 47.
32. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De Ecclesiis orientalibus, *Orientalium Ecclesiarum*, n. 4: AAS 57 (1965), P- 77-78.
33. Carta a Diogneto, 5: PG 2, 1173; cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 38: AAS 57 (1965), p. 43.
34. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 32: AAS 57 (1965), p. 38; Cone. Vat. II, Decreto De apostolatu laicorum, *Apostolicam Actuositatem*, n. 5-7.
35. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De institutione sacerdotali, *Optatam totius*, n. 4, 8, 9.
36. Cfr. Conc. Vat. II, Const. De sacra liturgia, *Sacrosanctum concilium*, n. 17: AAS 56 (1964), p. 105.
37. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De institutione sacerdotali, *Optatam totius*, n. 1.
38. Cfr. João XXIII, Enc. *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959), 843-844.
39. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De Oecumenismo, *Unitatis Redintegratio*, n. 4: AAS 57 (1965), p. 94-96.
40. Cfr. João XXIII, Enc. *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959), 842.
41. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 29: AAS 57 (1965), p. 36.
42. Cfr. João XXIII, Enc. *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959), p. 855.
43. Trata-se dos chamados « catechistes à plein temps », «full time catechists».

44. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 31, 44: AAS 57 (1965), p. 37, 50-51.

### Capítulo III

1. Cfr. João XXIII, Enc. *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959) 838.

2. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De ministerio et vita sacerdotali, *Presbyterorum Ordinis*, n. 11; Decreto De institutione sacerdotali, *Optatam totius*, n. 2.

3. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, 25: AAS 57 (1965), p. 29.

4. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De ministerio et vita praesbyterorum, *Presbyterorum Ordinis*, 10, onde, para tornar mais fáceis as obras Pastorais a favor dos diversos agrupamentos sociais, se prevê a constituição de Prelaturas pessoais, na medida em que o ordenado exercício do apostolado o exigir.

5. Cfr. 1 Cor. 15,23.

6. Cfr. 1 Cor. 15,28.

7. Cfr. Ef. 4,24.

8. Cfr. Salmo 2,8.

9. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 13: AAS 57 (1965), p. 17-18.

10. Cfr. Alloc. de Paulo VI na canon. dos Mártires de Uganda, 18 out. 1964: AAS 56 (1964), p. 908.

11. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 13: AAS 57 (1965), p. 18.

### Capítulo IV

1. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia *Lumen gentium*, n. 17: AAS 57 (1965), p. 26.

2. Cfr. Mc. 3,13 ss.

3. Cfr. 1 Cor. 12,11.

4. Por «Institutos» entendem-se as Ordens, Congregações, Institutos e Associações que trabalham nas Missões.

5. Cfr. Pio XI, *Rerum Ecclesiae*, 28 fev. 1926: AAS 18 (1926), p. 69-71; Pio XII, *Saeculo exeunte*, 13 jun. 1940: AAS 32 (1940) p. 256; *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 506.

6. Cfr. Act. 13,2.

7. Cfr. Gál. 1,16.

8. Cfr. 1 Cor. 9,22.

9. Cfr. Ef. 6,19 ss.; Act. 4,31.

10. Cfr. Mt. 11,29 ss.

11. Cfr. Bento XV, *Maximum Illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 449-450.

12. Cfr. 2 Cor. 6,4 ss.

13. Cfr. 2 Cor. 8,2.

14. Cfr. 1 Tim. 4,14; Ef. 4,23; 2 Cor. 4,16.

15. Cfr. Bento XV, *Maximum Illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 448-449; Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 507. Na formação dos missionários sacerdotes deve ter-se também em conta o que se prescreve no Conc. Vat. II, Decreto De Institutione sacerdotali, *Optatam totius*.

16. Cfr. Act. 2,42; 4,32.

17. Cfr. 2 Tim. 1,7.

18. Cfr. Fil. 4,11.

19. Cfr. 2 Cor. 4,10 ss.

20. Cfr. 2 Cor. 12,15 ss.

21. Cfr. Cone. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 41: AAS 57 (1965), p. 46.

22. Cfr. Bento XV, *Maximum illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 440; Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 507.

23. Bento XV, *Maximum illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 448; Decr. da S. C. P. F., 20 maio 1923: AAS 15 (1923), p. 369-370; Pio XII, *Saeculo exeunte*, 2 jun. 1940: AAS 32 (1940), p. 256; *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 507; João XXIII, *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959), p. 843-844.

24. Cfr. Conc. Vat. II, Decr. De Institutione sacerdotali, *Optatam totius*, n. 19-21; Cfr. também Const. Apost. *Sedes Sapientiae*, com os Estatutos gerais, 31 maio 1956: AAS 48 (1956), p. 354-365.

25. Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 523-524.

26 Cfr. Bento XV, *Maximum illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 448; Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 507.

27 Cfr. Pio XII, *Fidei donum*, 15 jun. 1957: AAS 49 (1957), p. 234.

28 Cfr. Conc. Vat. II, Decr. De ministerio et vita presbyterorum, *Presbyterorum Ordinis*, n.º 10, onde se trata das dioceses, prelaturas pessoais e coisas parecidas.

## Capítulo V

1. Cfr. Rom. 12,6.

2. Cfr. 1 Cor. 3,10.

3. Cfr. Jo. 4,37.

4. Cfr. 1 Cor. 3,8.

5. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 18: AAS 57 (1965), p. 22.

6. Cfr. Conc. Vat. II, *ibid.*, n. 23: AAS 57 (1965), p. 28.

7. Motu proprio *Apostolica Sollicitudo*, 15 set. 1955: AAS 57 (1965), p. 776.

8. Paulo VI, Alloc. ao Concílio, 21 nov. 1964: AAS 56 (1964), p. 1011.

9. Bento XV, *Maximum illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 39-40.

10. Se algumas Missões, por razões particulares, estão sob a jurisdição de outros Dicastérios, importa que estes estejam em comunicação com a S. Congregação De Propaganda Fide, para que possa haver uma regra e norma constante e uniforme, na ordenação e direcção de todas as Missões.

11. Cfr. Conc. Vat. II, Decr. De pastorali Episcoporum munere in Ecclesia, *Christus Dominus*, n.º 35,4.

12. Cfr. Conc. Vat. II, *ibid.*, n.º 36-38.

13. Cfr. Conc. Vat. II, Decr. De pastorali Episcoporum munere in Ecclesia, n.º 35, 5-6.

## Capítulo VI

1. Cfr. Ef. 4,13.

2. Cfr. Is. 11,12.

3. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De Oecumenismo, *Unitatis Redintegratio*, n.º 12: AAS 57 (1965), p. 99.

4. Cfr. Act. 16,9

5. Cfr. Mc. 16,15.

6. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 23-24: AAS 57 (1965), p. 27-29.

7. Cfr. Bento XV, *Maximum illud*, 30 nov. 1919: AAS 11 (1919), p. 453-454; Pio XI, *Rerum Ecclesiae*, 28 fev. 1926: AAS 18 (1926), p. 71-73; Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 525-526; ID., *Fidei Donum*, 15 jan. 1957: AAS 49 (1957), 241.

8. Cfr. Pio XII, *Fidei Donum*, 15 jan. 1957: AAS 49 (1957), 245-246.

9. Cfr. Conc. Vat. II, Decreto De pastorali Episcoporum munere, *Christus Dominus*, n. 6.



10. Cfr. Pio XII, *Fidei Donum*, 15 jan. 1957: AAS 49 (1957), 245.
11. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 28: AAS 57 (1965), 34.
12. Cfr. Pio XII, *Rerum Ecclesiae*, 28 fev. 1926: AAS 28 (1926), 72.
13. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 44: AAS 57 (1965), p. 50.
14. Cfr. Mt. 9,38.
15. Cfr. Act. 16,14.
16. Cfr. 1 Cor. 3,7.
17. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogmática De Ecclesia, *Lumen gentium*, n.º 33. 35: AAS 57 (1965), p. 39. 40-41.
18. Cfr. Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 510-514; João XXIII, *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959), p. 851-,852.
19. Cfr. Conc. Vat. II, Const. dogm. De Ecclesia, *Lumen gentium*, n. 46: AAS 57 (1965), p. 52.
20. Cfr. Pio XII, *Evangelii Praecones*, 2 jun. 1951: AAS 43 (1951), p. 527; João XXIII, *Princeps Pastorum*, 28 nov. 1959: AAS 51 (1959), p. 864.
21. Cfr. 1 Tim. 2,4.
22. Cfr. 2 Cor. 4,6.

DECRETO  
**INTER MIRIFICA**  
SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## PROÉMIO

### ***Importância dos meios de comunicação social***

1. Entre as maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abriram novos caminhos para comunicar facilmente notícias, ideias e ordens. Entre estes meios, salientam-se aqueles que, por sua natureza, podem atingir e mover não só cada um dos homens mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros que, por isso mesmo, podem chamar-se, com toda a razão meios de comunicação social.

### ***Relação com a ordem moral***

2. A mãe Igreja sabe que estes meios, rectamente utilizados, prestam ajuda valiosa ao género humano, enquanto contribuem eficazmente para recrear e cultivar os espíritos e para propagar e firmar o reino de Deus; sabe também que os homens podem utilizar tais meios contra o desígnio do Criador e convertê-los em meios da sua própria ruína; mais ainda, sente uma maternal angústia pelos danos que, com o seu mau uso, se têm infligido, com demasiada frequência, à sociedade humana.

Em face disto, o sagrado Concílio, acolhendo a vigilante preocupação de Pontífices e Bispos em matéria de tanta importância, considera seu dever ocupar-se das principais questões respeitantes aos meios de comunicação social. Confia, além disso, em que a sua doutrina e disciplina, assim apresentadas, aproveitarão não só ao bem dos cristãos, mas também ao progresso de toda a sociedade humana.

## CAPÍTULO I

### ***A Igreja e os meios de comunicação social***

3. A Igreja católica, fundada por Nosso Senhor Jesus Cristo para levar a salvação a todos os homens, e por isso mesmo obrigada a evangelizar, considera seu dever pregar a mensagem de salvação, servindo-se dos meios de comunicação social, e ensina aos homens a usar rectamente estes meios.

À Igreja, pois, compete o direito nativo de usar e de possuir toda a espécie destes meios, enquanto são necessários ou úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas; compete, porém, aos sagrados pastores o dever de instruir e de dirigir os fiéis de modo que estes, servindo-se dos ditos meios, alcancem a sua própria salvação e perfeição, assim como a de todo o género humano.

Além disso, compete principalmente aos leigos vivificar com espírito humano e cristão estes meios, a fim de que correspondam à grande esperança do género humano e aos desígnios divinos.

#### ***Normas para o seu recto uso***

4. Para o recto uso destes meios, é absolutamente necessário que todos os que servem deles conheçam e ponham fielmente em prática, neste campo, as normas da ordem moral. Considerem, pois, as matérias que se difundem através destes meios, segundo a natureza peculiar de cada um; tenham, ao mesmo tempo, em conta todas as circunstâncias ou condições, isto é, o fim, as pessoas, o lugar, o tempo e outros factores mediante os quais a comunicação se realiza e que podem mudar ou alterar inteiramente a sua bondade moral; entre estas circunstancias, conta-se o carácter específico com que actua cada meio, nomeadamente a sua própria força, que pode ser tão grande que os homens, sobretudo se não estão prevenidos, dificilmente serão capazes de a descobrir, dominar e, se se der o caso, a pôr de lado.

#### ***Formação de uma consciência recta sobre a informação***

5. É necessário, sobretudo, que todos os interessados na utilização destes meios de comunicação formem rectamente a consciência acerca de tal uso, em especial no que se refere a algumas questões acamente debatidas nos nossos dias.

A primeira questão refere-se à chamada informação, ou obtenção e divulgação das notícias. É evidente que tal informação, em virtude do progresso actual da

sociedade humana e dos vínculos mais estreitos entre os seus membros, resulta muito útil e, na maioria das vezes, necessária, pois a comunicação pública e oportuna de notícias sobre acontecimentos e coisas facilita aos homens um conhecimento mais amplo e contínuo dos factos, de tal modo que pode contribuir eficazmente para o bem comum e maior progresso de toda a sociedade humana. Existe, pois, no seio da sociedade humana, o direito à informação sobre aquelas coisas que convêm aos homens, segundo as circunstâncias de cada um, tanto particularmente como constituídos em sociedade. No entanto, o uso recto deste direito exige que a informação seja sempre objectivamente verdadeira e, salvas a justiça e a caridade, íntegra. Quanto ao modo, tem de ser, além disso, honesto e conveniente, isto é, que respeite as leis morais do homem, os seus legítimos direitos e dignidade, tanto na obtenção da notícia como na sua divulgação. Na verdade, nem toda a ciência aproveita, «mas a caridade é construtiva» ( 1 Cor. 8,1).

#### ***Sobre a relação entre arte e moral***

6. Uma segunda questão se põe sobre as relações que medeiam entre os chamados direitos da arte e as normas da lei moral. Dado que, não raras vezes, as controvérsias que surgem sobre este tema têm a sua origem em falsas doutrinas sobre ética e estética, o Concílio proclama que a primazia da ordem moral objectiva há-de ser aceite por todos, porque é a única que supera e coerentemente ordena todas as demais ordens humanas, por mais dignas que sejam, sem excluir a arte. Na realidade, só a ordem moral atinge, em toda a sua natureza, o homem, criatura racional de Deus e chamado ao sobrenatural; quando tal ordem moral se observa íntegra e fielmente, condu-lo à perfeição e bem-aventurança plena.

#### ***Sobre a apresentação do mal moral***

7. Finalmente, a narração, descrição e representação do mal moral podem, sem dúvida, com o auxílio dos meios de comunicação social, servir para conhecer e descobrir melhor o homem e para fazer que melhor resplandeçam e se exaltem a verdade e o bem, obtendo, além disso, oportunos efeitos dramáticos; todavia, para que não produzam maior dano que utilidade às almas, hão de acomodar-se plenamente às leis morais, sobretudo se se trata de coisas que merecem o máximo respeito ou que incitam mais facilmente o homem, marcado pela culpa original, a desejos depravados.

### ***Justiça e caridade na formação da opinião pública***

8. Visto que a opinião pública exerce hoje uma poderosa influência em todas as ordens da vida social, pública e privada, é necessário que todos os membros da sociedade cumpram os seus deveres de justiça e de caridade também nesta matéria e, portanto, que com o auxílio destes meios, se procure formar e divulgar uma recta opinião pública.

### ***Deveres dos destinatários***

9. Deveres peculiares competem a todos os destinatários da informação, leitores, espectadores e ouvintes, que, por pessoal e livre escolha, recebem as informações difundidas por estes meios de comunicação. Na realidade, uma recta escolha exige que estes favoreçam plenamente tudo o que se destaca pela perfeição, ciência e arte, e evitem, em contrapartida, tudo o que possa ser causa ou ocasião de dano espiritual para eles e para os outros, pelo mau exemplo que possam ocasionar-lhes, e o que dificulte as boas produções e favoreça as más produções e boas, o que sucede amiúde, contribuindo economicamente para empresas que somente atendem ao lucro com a utilização destes meios.

Assim, pois, para que os destinatários da informação cumpram a lei moral, devem cuidar de informar-se oportunamente sobre os juízos ou critérios das autoridades competentes nesta matéria e segui-los segundo as normas da recta consciência. Todavia, para que possam, com maior facilidade, opor-se aos maus conselhos e apoiar plenamente os bons, procurem dirigir e formar a sua consciência com os recursos adequados.

### ***Moderação e disciplina no seu uso***

10. Os destinatários, sobretudo os jovens, procurem acostumar-se a ser moderados e disciplinados no uso destes meios; ponham, além disso, empenho em entenderem bem o que ouvem, lêem e vêem; dialoguem com educadores e peritos na matéria e aprendam a formar um recto juízo.

Recordem os pais que é seu dever vigiar cuidadosamente por que os espectáculos, as leituras e coisas parecidas que possam ofender a fé ou os bons costumes não entrem no lar e por que os seus filhos não os vejam noutra parte.

### ***Deveres dos realizadores e autores***

11. Importante obrigação moral incumbe, quanto ao bom uso dos meios de comunicação social, aos jornalistas, escritores, actores, produtores, realizadores, exibidores, distribuidores, empresários e vendedores, críticos e, além destes, a todos quantos intervêm na realização e difusão das comunicações. Na realidade, é de todo evidente a transcendente importância desta obrigação nas actuais condições humanas, já que eles, informando e incitando, podem encaminhar recta ou torpemente o género humano.

Portanto, é sua missão tratar as questões económicas, políticas ou artísticas de modo que não causem prejuízo ao bem comum; para se conseguir isto mais facilmente, bem será que se associem profissionalmente – incluindo-se, se for necessário, o compromisso de observar, desde o começo, um código moral – àquelas associações que imponham a seus membros o respeito pelas leis morais nas empresas e trabalhos da sua profissão.

Lembrem-se sempre de que a maior parte dos leitores e espectadores é composta de jovens necessitados de imprensa e de espectáculos que lhes ofereçam exemplos de moralidade e os estimulem a sentimentos elevados. Procurem, além disso, que as comunicações sobre assuntos religiosos se confiem a pessoas dignas e peritas e se tratem com a devida reverência.

### ***Deveres das autoridades civis***

12. As autoridades civis têm peculiares deveres nesta matéria em razão do bem comum ao qual se ordenam estes meios. Em virtude da sua autoridade e em função da mesma, compete-lhes defender e tutelar a verdadeira e justa liberdade de que a sociedade moderna necessita inteiramente para seu proveito, sobretudo no que se refere à imprensa; promover a religião, a cultura e as belas artes; defender os receptores, para que possam gozar livremente dos seus legítimos direitos. Por outro lado, à autoridade civil compete fomentar aquelas iniciativas que, sendo especialmente úteis à juventude, não poderiam de outro modo ser realizadas.

Por último, a mesma autoridade pública, que legitimamente se ocupa da saúde dos cidadãos, está obrigada a procurar justa e zelosamente, mediante a oportuna

promulgação e diligente execução das leis, que não se cause dano aos costumes e ao progresso da sociedade através de um mau uso destes meios de comunicação. Essa cuidada diligência não restringe, de modo algum, a liberdade dos indivíduos ou das associações, sobretudo quando faltam as devidas precauções por parte daqueles que, por motivo do seu ofício, manejam estes meios.

Tenha-se um especial cuidado em proteger os jovens contra a imprensa e os espectáculos que sejam perniciosos para a sua idade.

## **CAPÍTULO II**

### ***Os meios de comunicação social e o apostolado***

13. Procurem, de comum acordo, todos os filhos da Igreja que os meios de comunicação social se utilizem, sem demora e com o máximo empenho nas mais variadas formas de apostolado, tal como o exigem as realidades e as circunstâncias do nosso tempo, adiantando-se assim às más iniciativas, especialmente naquelas regiões em que o progresso moral e religioso reclama uma maior atenção.

Apressem-se, pois, os sagrados pastores a cumprir neste campo a sua missão, intimamente ligada ao seu dever ordinário de pregar. Por seu lado, os leigos que fazem uso dos ditos meios, procurem dar testemunho de Cristo, realizando, em primeiro lugar, as suas próprias tarefas com perícia e espírito apostólico, e oferecendo, além disso, no que esteja ao seu alcance, mediante as possibilidades da técnica, da economia, da cultura e da arte, o seu apoio directo à acção pastoral da Igreja.

### ***Iniciativas dos católicos***

14. Há que fomentar, antes de mais, a boa imprensa. Porém, para imbuir plenamente de espírito cristão os leitores, deve criar-se e difundir-se uma imprensa genuinamente católica que – sob o estímulo e a dependência directa quer da autoridade eclesiástica quer de homens católicos – editada com a intenção de formar, afirmar e promover uma opinião pública em consonância com o direito natural e com a doutrina e princípios católicos, ao mesmo tempo que divulga e desenvolve adequadamente os acontecimentos relacionados com a vida da Igreja. Devem advertir-se os fiéis da necessidade de ler e difundir a imprensa católica para

conseguir um critério cristão sobre todos os acontecimentos.

Promovam-se por todos os meios eficazes e assegurem-se a todo o custo a produção e a exibição de filmes destinados ao descanso honesto do espírito, proveitosos para a cultura e arte humana, sobretudo aqueles que se destinam à juventude; isto consegue-se, sobretudo, apoiando e coordenando as realizações e as iniciativas honestas, tanto da produção como da distribuição, recomendando as películas que merecem elogio por juízo concorde e pelos prémios dos críticos, fomentando e associando entre si as salas pertencentes a bons empresários católicos.

Preste-se, também, apoio eficaz às emissões radiofónicas e televisivas honestas, antes de mais àquelas que sejam apropriadas para as famílias. E fomentem-se com todo o interesse as emissões católicas, mediante as quais os ouvintes e os espectadores sejam estimulados a participar na vida da Igreja e se compenetrem das verdades religiosas. Com toda a solícitude, devem promover-se, onde for oportuno, as estações católicas; cuide-se, porém, que as suas transmissões primem pela sua perfeição e pela sua eficácia.

Cuide-se, enfim, de que a nobre e antiga arte cénica, que hoje se propaga amplamente através dos meios de comunicação social, trabalhe a favor dos valores humanos e da ordenação dos costumes dos espectadores.

### ***Formação técnica e apostólica para o seu uso***

15. Para prover às necessidades acima indicadas não-de formar-se oportunamente sacerdotes, religiosos e também leigos, que possuam a devida perícia nestes meios e possam dirigi-los para os fins do apostolado.

Em primeiro lugar, devem ser instruídos os leigos na arte, doutrina e costumes, multiplicando o número das escolas, faculdades e institutos, onde os jornalistas, autores cinematográficos, radiofónicos, de televisão e demais interessados possam adquirir uma formação íntegra, penetrada de espírito cristão, sobretudo no que toca à doutrina social da Igreja. Também os actores cénicos não-de ser formados e ajudados para que sirvam convenientemente, com a sua arte, a sociedade humana. Por último, não-de preparar-se cuidadosamente críticos literários, cinematográficos, radiofónicos, da televisão e outros meios, que dominem perfeitamente a sua profissão, preparados e estimulados para emitir juízos nos



quais a razão moral apareça sempre na sua verdadeira luz.

### ***Formação da juventude***

16. Tendo-se na devida conta que o uso dos meios de comunicação social, que se dirigem a pessoas diferentes na idade e na cultura, requer nestas pessoas uma formação e uma experiência adequadas e apropriadas, devem favorecer-se, multiplicar-se e encaminhar-se, segundo os princípios da moral cristã, as iniciativas que sejam aptas para conseguir este fim – sobretudo se se destinam aos jovens – nas escolas católicas de qualquer grau, nos Seminários e nas associações apostólicas dos leigos. Para que se obtenha isto com maior rapidez, a exposição e explicação da doutrina e disciplina católicas nesta matéria devem ter lugar no ensino do catecismo.

### ***Ajuda económica***

17. Como não convém absolutamente aos filhos da Igreja suportar insensivelmente que a doutrina da salvação seja obstruída e impedida por dificuldades técnicas ou por gastos, certamente volumosos, que são próprios destes meios, este sagrado Concílio chama a atenção para a obrigação de sustentar e auxiliar os diários católicos, as revistas e iniciativas cinematográficas, as estações e transmissões radiofónicas e televisivas, cujo fim principal é divulgar e defender a verdade, e prover à formação cristã da sociedade humana. Igualmente convida insistentemente as associações e os particulares, que gozam de uma grande autoridade nas questões económicas e técnicas, a sustentar com largueza e de bom grado, com os seus bens económicos e a sua perícia, estes meios, enquanto servem o apostolado e a verdadeira cultura.

### ***Dia mundial***

18. Para que se revigore o apostolado da Igreja em relação com os meios de comunicação social, deve celebrar-se em cada ano em todas as dioceses do mundo, a juízo do Bispo, um dia em que os fiéis sejam doutrinados a respeito das suas obrigações nesta matéria, convidados a orar por esta causa e a dar uma esmola para este fim, a qual ser destinada a sustentar e a fomentar, segundo as necessidades do orbe católico, as instituições e as iniciativas promovidas pela Igreja nesta matéria.

***Organismo da Santa Sé***

19. Para exercitar a suprema cura pastoral sobre os meios de comunicação social, o Sumo Pontífice tem à sua disposição um peculiar organismo da Santa Sé (1).

***Vigilância e solicitude pastoral dos Bispos***

20. Será da competência dos Bispos, nas suas próprias dioceses, vigiar estas obras e iniciativas e promovê-las e, enquanto tocam ao apostolado público, ordená-las, sem excluir aquelas que se encontram submetidas à direcção dos religiosos isentos.

***Organismos nacionais***

21. Todavia, como a eficácia do apostolado em toda a nação requer unidade de propósitos e de esforços, este sagrado Concílio estabelece e manda que em toda a parte se constituam e se apoiem, por todos os meios, secretariados nacionais para os problemas da imprensa, do cinema, da rádio e da televisão. A missão destes secretariados será de velar por que a consciência dos fiéis se forme rectamente sobre o uso destes meios e estimular e organizar tudo o que os católicos realizem neste campo.

Em cada nação, a direcção destes secretariados há-de confiar-se a uma Comissão especial do Episcopado ou a um Bispo delegado. Nestes secretariados, hão de participar também leigos que conheçam a doutrina da Igreja sobre estas actividades.

***Associações Internacionais***

22. Posto que a eficácia de tais meios ultrapassa os limites das nações, e é como se convertesse cada homem em cidadão da humanidade, cooperem as iniciativas deste género, tanto no plano nacional como no internacional. Aqueles secretariados, de que se fala no número 21, hão-de trabalhar denodadamente em união com a sua correspondente Associação católica internacional. Estas Associações católicas internacionais, porém, são legitimamente aprovadas só pela Santa Sé e dela dependem.

**CLÁUSULAS**

### ***Preparação de uma instrução pastoral pontifícia***

23. Para que todos os princípios deste sagrado Concílio e as normas acerca dos meios de comunicação social se levem a efeito, publicar-se-á, por expresse mandato do Concilio e com a colaboração de peritos de várias nações, uma instrução pastoral; a sua publicação ficar a cargo do organismo da Santa Sé, de que se fala no número 19.

### ***Exortação final***

24. Além do mais, este sagrado Concílio confia em que estas instruções e normas serão livremente aceites e santamente observadas por todos os filhos da Igreja, os quais, por esta razão, ao utilizarem tais meios, longe de padecer dano, como sal e como luz darão sabor à terra e iluminarão o mundo. O Concílio convida, além disso, todos os homens de boa vontade, especialmente aqueles que dirigem estes meios, a que se esforcem por os utilizar a bem da sociedade humana, cuja sorte depende cada dia mais do uso recto deles.

Assim, pois, como nos monumentos artísticos da antiguidade, também agora, nos novos inventos, deve ser glorificado o nome do Senhor, segundo o que diz o Apóstolo: «Jesus Cristo, ontem e hoje, Ele mesmo por todos os séculos dos séculos» (Hebr. 13,8).

*Vaticano, 4 de Dezembro de 1966.*

### **PAPA PAULO VI**

---

(1) Os Padres do Concílio, fazendo seu o voto do «Secretariado para a Imprensa e para a orientação dos Espectáculos», reverentemente pedem ao Sumo Pontífice que estenda as obrigações e competências deste organismo a todos os meios de comunicação social sem excluir a imprensa, associando a ele especialistas das diferentes nações, entre os quais também leigos.

---

**MENSAGEM DE SUA SANTIDADE PAPA FRANCISCO  
PARA O 50º DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS**

**«Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo»**

[8 de Maio de 2016]

*Queridos irmãos e irmãs!*

O Ano Santo da Misericórdia convida-nos a reflectir sobre a relação entre a comunicação e a misericórdia. Com efeito a Igreja unida a Cristo, encarnação viva de Deus Misericordioso, é chamada a viver a misericórdia como traço característico de todo o seu ser e agir. Aquilo que dizemos e o modo como o dizemos, cada palavra e cada gesto deveria poder expressar a compaixão, a ternura e o perdão de Deus para todos. O amor, por sua natureza, é comunicação: leva a abrir-se, não se isolando. E, se o nosso coração e os nossos gestos forem animados pela caridade, pelo amor divino, a nossa comunicação será portadora da força de Deus.

Como filhos de Deus, somos chamados a comunicar com todos, sem exclusão. Particularmente próprio da linguagem e das acções da Igreja é transmitir misericórdia, para tocar o coração das pessoas e sustentá-las no caminho rumo à plenitude daquela vida que Jesus Cristo, enviado pelo Pai, veio trazer a todos. Trata-se de acolher em nós mesmos e irradiar ao nosso redor o calor materno da Igreja, para que Jesus seja conhecido e amado; aquele calor que dá substância às palavras da fé e acende, na pregação e no testemunho, a «centelha» que os vivifica.

A comunicação tem o poder de criar pontes, favorecer o encontro e a inclusão, enriquecendo assim a sociedade. Como é bom ver pessoas esforçando-se por escolher cuidadosamente palavras e gestos para superar as incompreensões, curar a memória ferida e construir paz e harmonia. As palavras podem construir pontes entre as pessoas, as famílias, os grupos sociais, os povos. E isto acontece tanto no ambiente físico como no digital. Assim, palavras e acções hão-de ser tais que nos ajudem a sair dos círculos viciosos de condenações e vinganças que mantêm prisioneiros os indivíduos e as nações, expressando-se através de mensagens de

ódio. Ao contrário, a palavra do cristão visa fazer crescer a comunhão e, mesmo quando deve com firmeza condenar o mal, procura não romper jamais o relacionamento e a comunicação.

Por isso, queria convidar todas as pessoas de boa vontade a redescobrirem o poder que a misericórdia tem de curar as relações dilaceradas e restaurar a paz e a harmonia entre as famílias e nas comunidades. Todos nós sabemos como velhas feridas e prolongados ressentimentos podem aprisionar as pessoas, impedindo-as de comunicar e reconciliar-se. E isto aplica-se também às relações entre os povos. Em todos estes casos, a misericórdia é capaz de implementar um novo modo de falar e dialogar, como se exprimiu muito eloquentemente Shakespeare: «A misericórdia não é uma obrigação. Desce do céu como o refrigerio da chuva sobre a terra. É uma dupla bênção: abençoa quem a dá e quem a recebe» (*O mercador de Veneza*, Acto IV, Cena I).

É desejável que também a linguagem da política e da diplomacia se deixe inspirar pela misericórdia, que nunca dá nada por perdido. Faço apelo sobretudo àqueles que têm responsabilidades institucionais, políticas e de formação da opinião pública, para que estejam sempre vigilantes sobre o modo como se exprimem a respeito de quem pensa ou age de forma diferente e ainda de quem possa ter errado. É fácil ceder à tentação de explorar tais situações e, assim, alimentar as chamas da desconfiança, do medo, do ódio. Pelo contrário, é preciso coragem para orientar as pessoas em direcção a processos de reconciliação, mas é precisamente tal audácia positiva e criativa que oferece verdadeiras soluções para conflitos antigos e a oportunidade de realizar uma paz duradoura. «Felizes os misericordiosos, porque alcançarão misericórdia. (...) Felizes os pacificadores, porque serão chamados filhos de Deus» (*Mt 5, 7.9*).

Como gostaria que o nosso modo de comunicar e também o nosso serviço de pastores na Igreja nunca expressassem o orgulho soberbo do triunfo sobre um inimigo, nem humilhassem aqueles que a mentalidade do mundo considera perdedores e descartáveis! A misericórdia pode ajudar a mitigar as adversidades da vida e dar calor a quantos têm conhecido apenas a frieza do julgamento. Seja o estilo da nossa comunicação capaz de superar a lógica que separa nitidamente os pecadores dos justos. Podemos e devemos julgar situações de pecado – violência, corrupção, exploração, etc. –, mas não podemos julgar as pessoas, porque só Deus pode ler profundamente no coração delas. É nosso dever admoestar quem erra, denunciando a maldade e a injustiça de certos comportamentos, a fim de libertar as

vítimas e levantar quem caiu. O Evangelho de João lembra-nos que «a verdade [nos] tornará livres» (*Jo* 8, 32). Em última análise, esta verdade é o próprio Cristo, cuja misericórdia repassada de mansidão constitui a medida do nosso modo de anunciar a verdade e condenar a injustiça. É nosso dever principal afirmar a verdade com amor (cf. *Ef* 4, 15). Só palavras pronunciadas com amor e acompanhadas por mansidão e misericórdia tocam os nossos corações de pecadores. Palavras e gestos duros ou moralistas correm o risco de alienar ainda mais aqueles que queríamos levar à conversão e à liberdade, reforçando o seu sentido de negação e defesa.

Alguns pensam que uma visão da sociedade enraizada na misericórdia seja injustificadamente idealista ou excessivamente indulgente. Mas tentemos voltar com o pensamento às nossas primeiras experiências de relação no seio da família. Os pais amavam-nos e apreciavam-nos mais pelo que somos do que pelas nossas capacidades e os nossos sucessos. Naturalmente os pais querem o melhor para os seus filhos, mas o seu amor nunca esteve condicionado à obtenção dos objectivos. A casa paterna é o lugar onde sempre és bem-vindo (cf. *Lc* 15, 11-32). Gostaria de encorajar a todos a pensar a sociedade humana não como um espaço onde estranhos competem e procuram prevalecer, mas antes como uma casa ou uma família onde a porta está sempre aberta e se procura aceitar uns aos outros.

Para isso é fundamental escutar. Comunicar significa partilhar, e a partilha exige a escuta, o acolhimento. Escutar é muito mais do que ouvir. Ouvir diz respeito ao âmbito da informação; escutar, ao invés, refere-se ao âmbito da comunicação e requer a proximidade. A escuta permite-nos assumir a atitude justa, saindo da tranquila condição de espectadores, usuários, consumidores. Escutar significa também ser capaz de partilhar questões e dúvidas, caminhar lado a lado, libertar-se de qualquer presunção de onipotência e colocar, humildemente, as próprias capacidades e dons ao serviço do bem comum.

Escutar nunca é fácil. Às vezes é mais cómodo fingir-se de surdo. Escutar significa prestar atenção, ter desejo de compreender, dar valor, respeitar, guardar a palavra alheia. Na escuta, consoma-se uma espécie de martírio, um sacrifício de nós mesmos em que se renova o gesto sacro realizado por Moisés diante da sarça-ardente: descalçar as sandálias na «terra santa» do encontro com o outro que me fala (cf. *Ex* 3, 5). Saber escutar é uma graça imensa, é um dom que é preciso implorar e depois exercitar-se a praticá-lo.

Também *e-mails*, *sms*, redes sociais, *chat* podem ser formas de comunicação plenamente humanas. Não é a tecnologia que determina se a comunicação é autêntica ou não, mas o coração do homem e a sua capacidade de fazer bom uso dos meios ao seu dispor. As redes sociais são capazes de favorecer as relações e promover o bem da sociedade, mas podem também levar a uma maior polarização e divisão entre as pessoas e os grupos. O ambiente digital é uma praça, um lugar de encontro, onde é possível acariciar ou ferir, realizar uma discussão proveitosa ou um linchamento moral. Rezo para que o Ano Jubilar, vivido na misericórdia, «nos torne mais abertos ao diálogo, para melhor nos conhecermos e compreendermos; elimine todas as formas de fechamento e desprezo e expulse todas as formas de violência e discriminação» ([Misericordiae Vultus](#), 23). Em rede, também se constrói uma verdadeira cidadania. O acesso às redes digitais implica uma responsabilidade pelo outro, que não vemos mas é real, tem a sua dignidade que deve ser respeitada. A rede pode ser bem utilizada para fazer crescer uma sociedade sadia e aberta à partilha.

A comunicação, os seus lugares e os seus instrumentos permitiram um alargamento de horizontes para muitas pessoas. Isto é um dom de Deus, e também uma grande responsabilidade. Gosto de definir este poder da comunicação como «proximidade». O encontro entre a comunicação e a misericórdia é fecundo na medida em que gerar uma proximidade que cuida, conforta, cura, acompanha e faz festa. Num mundo dividido, fragmentado, polarizado, comunicar com misericórdia significa contribuir para a boa, livre e solidária proximidade entre os filhos de Deus e irmãos em humanidade.

*Vaticano, 24 de Janeiro de 2016.*

**Franciscus**

**PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS**  
**ÉTICA NAS**  
**COMUNICAÇÕES SOCIAIS**

**I**

**INTRODUÇÃO**

1. Um grande bem e um grande mal provêm do uso que as pessoas fazem dos meios de comunicação social. Não obstante geralmente se diga — e com frequência diremos aqui — que os « mass media » fazem isto ou aquilo, não se trata de forças cegas da natureza, fora do controle humano. Pois embora os actos de comunicação com frequência tenham consequências involuntárias, contudo são as pessoas que escolhem usar os mass media para finalidades positivas ou negativas, de modo recto ou incorrecto.

Estas opções, fulcrais para a questão ética, são feitas não só por aqueles que recebem as comunicações – espectadores, ouvintes e leitores – mas especialmente por aqueles que controlam os instrumentos de comunicação social e determinam as suas estruturas, linhas de conduta e conteúdo.

Eles incluem funcionários públicos e executivos empresariais, membros de repartições governamentais, empresários, editores e responsáveis de estações de rádio, editores, directores de noticiários, produtores, escritores, correspondentes e outros. Para eles, a questão ética é particularmente subtil: os mass media estão a ser utilizados para o bem ou para o mal?

2. O impacto das comunicações sociais dificilmente pode ser exagerado. Neste contexto as pessoas entram em contacto com os outros e com os eventos, formando as próprias opiniões e valores. Elas não só transmitem e recebem informações e ideias através destes instrumentos, mas com frequência identificam a própria vida com a experiência mediática (cf. Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Aetatis novae*, 2).

A mudança tecnológica está rapidamente a tornar os meios de comunicação cada vez mais difundidos e poderosos. « O advento da sociedade da informação é uma verdadeira revolução cultural » (Pontifício Conselho para a Cultura, *Para uma abordagem pastoral da cultura*, n. 9); e as deslumbrantes inovações do século XX podem ter sido apenas um prólogo daquilo que este novo século vai trazer.

A amplitude e diversidade dos mass media acessíveis às pessoas nos países ricos já são surpreendentes: livros e periódicos, televisão e rádio, filmes e vídeos, gravações auditivas, comunicação electrónica transmitida por ondas etéreas, via cabo, via satélite e via Internet. Os conteúdos desta vasta efusão vão das notícias cruas ao mero



divertimento, da oração à pornografia, da contemplação à violência. Dependendo do uso que fazem dos mass media, as pessoas podem sentir simpatia ou compaixão, ou isolar-se num mundo narcisista, que tem a si mesmo como ponto de referência, feito de estímulos cujos efeitos são semelhantes aos dos narcóticos. Nem sequer aquele que evita os mass media pode eximir-se dos contactos com os outros que são profundamente influenciados por eles.

3. Além destas razões, a Igreja tem motivos próprios para se interessar dos meios de comunicação social. Considerada à luz da fé, a história da comunicação humana pode ser vista como uma longa viagem desde Babel, lugar e símbolo da decadência da comunicação (cf. *Gn* 11,4-8), até ao Pentecostes e ao dom das línguas (cf. *Act* 2,5-11) — a comunicação restabelecida pelo poder do Espírito transmitido pelo seu Filho. Enviada ao mundo para anunciar a boa nova (cf. *Mt* 28,19-20; *Mc* 16,15), a Igreja tem a missão de proclamar o Evangelho até ao fim dos tempos. Hoje, ela sabe que isto exige a utilização dos mass media (cf. Concílio Vaticano II, *Inter mirifica*, 3; Papa Paulo VI, *Evangelii nuntiandi*, 45; Papa João Paulo II, *Redemptoris missio*, 37; Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Communio et progressio*, 126-134; *Aetatis novae*, 11).

A Igreja também sabe que ela mesma é uma *communio*, uma comunhão de pessoas e de comunidades eucarísticas, « que encontra o seu fundamento na comunhão íntima da Trindade e a reflecte » (*Aetatis novae*, 10; cf. Congregação para a Doutrina da Fé, *Alguns aspectos da Igreja entendida como comunhão*). Com efeito, toda a comunicação humana está assente na comunicação entre o Pai, o Filho e o Espírito. Mais ainda, a comunhão trinitária alcança a humanidade: o Filho é o Verbo, eternamente « pronunciado » pelo Pai; em e mediante Jesus Cristo, Filho e Verbo que se fez homem, Deus comunica-se a si mesmo e a sua salvação às mulheres e aos homens. « Nos tempos antigos, muitas vezes e de muitos modos Deus falou aos antepassados por meio dos profetas. No período final em que estamos, falou-nos por meio do Filho » (*Hb* 1,1-2). A comunicação na e pela Igreja encontra o seu ponto de partida na comunhão de amor entre as Pessoas divinas e a sua comunicação connosco.

4. A abordagem da Igreja aos meios de comunicação social é fundamentalmente positiva, encorajadora. Ela não se limita simplesmente a julgar e condenar; pelo contrário, considera que estes instrumentos são não só produtos do génio humano, mas também grandes dádivas de Deus e verdadeiros sinais dos tempos (cf. *Inter mirifica*, 1; *Evangelii nuntiandi*, 45; *Redemptoris missio*, 37). Ela deseja apoiar os indivíduos que estão profissionalmente comprometidos na comunicação, definindo princípios positivos para os assistir no seu trabalho, enquanto promove um diálogo em

que todas as partes interessadas — hoje, isto significa quase todos — possam participar. Estes objectivos estão na base deste documento.

Dizemos novamente: os mass media nada fazem por si mesmos; eles são instrumentos, ferramentas que as pessoas utilizam como preferem. Ao reflectirmos sobre os meios de comunicação social, devemos enfrentar honestamente a « mais essencial » das questões levantadas pelo progresso tecnológico: se, como resultado disto, o ser humano « se torna verdadeiramente melhor, isto é, mais amadurecido do ponto de vista espiritual, mais consciente da dignidade da sua humanidade, mais responsável, mais aberto para com o outros, em particular para com os mais necessitados e os mais fracos, e mais disponível para proporcionar e prestar ajuda a todos » (Papa João Paulo II, *Redemptor hominis*, 15).

Consideramos evidente o facto de que a vasta maioria das pessoas, de alguma forma empenhadas na comunicação social, são indivíduos conscienciosos, que querem fazer o que é correcto. Funcionários públicos, políticos e executivos empresariais desejam respeitar e promover o interesse público da forma que eles o compreendem. Os leitores, ouvintes e espectadores querem utilizar bem o próprio tempo, para o crescimento e o desenvolvimento pessoais, de maneira a poderem levar uma vida mais feliz e mais produtiva. Os pais estão atentos por que aquilo que entra nos seus lares através dos mass media seja para o benefício dos seus filhos. A maioria dos comunidades profissionais deseja utilizar os próprios talentos para servir a família humana, e sente-se irrequieta diante das crescentes pressões económicas e ideológicas que rebaixam os padrões éticos presentes em muitos sectores dos mass media.

Os conteúdos de inumeráveis opções feitas por todas estas pessoas, a respeito dos mass media, são diferentes de um grupo para outro e de um indivíduo para outro, mas todas as opções têm um peso ético e são sujeitas a uma avaliação ética. A fim de que estas opções sejam justas, é necessário que se « conheçam e levem à prática neste campo as normas de ordem moral » (*Inter mirifica*, 4).

5. A Igreja contribui de várias formas para este diálogo.

Ela oferece uma longa tradição de sabedoria moral, arraigada na revelação divina e na reflexão humana (cf. Papa João Paulo II, *Fides et ratio*, 36-48). Uma parte disto é um substancial e crescente corpo de doutrina social, cuja orientação teológica é um importante correctivo para « a solução "ateia", que priva o homem de uma das suas componentes fundamentais, a espiritual [e]... no que diz respeito às soluções permissivas e consumistas que buscam, sob vários pretextos, convencê-lo da sua independência de toda a lei e de Deus » (Papa João Paulo II, *Centesimus annus*, 55). Mais do que simplesmente apresentar um juízo, esta tradição oferece-se a si mesma

ao serviço dos mass media. Por exemplo, « a cultura eclesial da sabedoria pode salvar a cultura mediática da informação, a fim de que não se torne um amontoar-se de factos sem significado » (Papa João Paulo II, *Mensagem por ocasião do XXXIII Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 1999, n. 3).

A Igreja contribui ainda mais para o diálogo. A sua especial contribuição nas questões humanas, inclusive no mundo das comunicações sociais, é « precisamente aquela visão da dignidade da pessoa, que se revela em toda a sua plenitude no mistério do Verbo encarnado » (*Centesimus annus*, 47). Segundo as palavras do Concílio Vaticano II, « Cristo Senhor, Cristo novo Adão, na mesma revelação do mistério do Pai e do seu amor, manifesta perfeitamente o homem ao próprio homem e descobre-lhe a sublimidade da sua vocação » (*Gaudium et spes*, 22).

## II

### COMUNICAÇÃO SOCIAL

#### AO SERVIÇO DA PESSOA HUMANA

6. Seguindo a Constituição pastoral do Concílio sobre a Igreja no mundo contemporâneo *Gaudium et spes* (cf. nn. 30-31), a Instrução pastoral sobre a Comunicação social *Communio et progressio* esclarece que os mass media são chamados ao serviço da dignidade humana, ajudando os indivíduos a viverem bem e a agirem como pessoas em comunidade. Os mass media fazem-no, encorajando os homens e as mulheres a estarem conscientes da própria dignidade, a entrarem nos pensamentos e nos sentimentos dos outros, a cultivarem um sentido de responsabilidade recíproca e a crescerem na liberdade pessoal, no respeito pela liberdade do próximo e na capacidade de dialogar.

A comunicação social tem o imenso poder de promover a felicidade e a realização humanas. Sem a pretensão de fazermos mais do que uma breve análise, salientamos aqui, como fizemos noutras partes (cf. Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Ética da publicidade*, 4-8) alguns dos seus benefícios económicos, políticos, culturais, educativos e religiosos.

7. *Económicos*. O mercado não é uma norma de moralidade ou uma fonte de valor moral, e a economia de mercado pode ser alvo de abusos; mas o mercado pode servir a pessoa (cf. *Centesimus annus*, 34), e os mass media desempenham um papel indispensável numa economia de mercado. A comunicação social apoia os negócios e o comércio, ajuda a estimular o crescimento económico, o emprego e a prosperidade, encoraja os aperfeiçoamentos na qualidade dos bens e serviços existentes e o desenvolvimento de outros novos, promove a concorrência responsável que serve o interesse público e torna as pessoas capazes de fazerem opções informadas, falando-lhes acerca da disponibilidade e das características dos produtos.

Em síntese, os complexos sistemas nacionais e internacionais hodiernos não poderiam funcionar sem os mass media. A sua eliminação provocaria a decadência das estruturas económicas fundamentais, com grande prejuízo para inúmeras pessoas e para a sociedade.

8. *Políticos*. A comunicação social beneficia a sociedade, facilitando a participação de cidadãos informados no processo político. Os mass media aproximam as pessoas na busca de objectivos e metas comuns, ajudando assim a formar e sustentar comunidades políticas genuínas.

Os mass media são indispensáveis nas sociedades democráticas de hoje. Eles oferecem informações sobre temas e eventos, sobre os detentores dos cargos e os candidatos aos mesmos. Tornam os governantes capazes de se comunicarem rápida e directamente com o público acerca de questões urgentes. São importantes instrumentos de confiabilidade, põem em evidência a incompetência, a corrupção e os abusos de confiança, enquanto chamam a atenção para instâncias de competência, animação pública e devoção ao dever.

9. *Culturais*. Os meios de comunicação social oferecem às pessoas o acesso à literatura, ao teatro, à música e às artes, que diversamente não lhes são disponíveis, e assim promovem o desenvolvimento humano no que concerne à ciência, à sabedoria e à beleza. Falamos não só de apresentações de obras clássicas e dos frutos da cultura, mas também do divertimento sadio popular e das informações úteis que reúnem as famílias, ajudam as pessoas a resolver os problemas quotidianos, animam o espírito dos enfermos, dos inválidos e dos idosos, e aliviam o tédio da vida.

Os mass media também fazem com que os grupos étnicos festejem e celebrem as tradições culturais, compartilhando-as com os outros e transmitindo-as às novas gerações. Em particular, introduzem as crianças e os jovens na herança cultural que lhes é própria. Assim como os artistas, os comunicadores servem o bem comum, preservando e enriquecendo a herança cultural das nações e dos povos (cf. Papa João Paulo II, *Carta aos Artistas*, 4).

10. *Educativos*. Os mass media são importantes instrumentos de educação em muitos contextos, das escolas aos lugares de trabalho, e em muitas etapas da vida. As crianças haurem deles os rudimentos da leitura e da matemática, antes de frequentarem a escola, os jovens buscam a formação ou gradação vocacional, os idosos procuram novos conhecimentos na idade avançada — através de tais meios, estes e muitos outros têm acesso a uma rica e crescente diversidade de recursos educativos.

Os mass media são instrumentos modelos de educação em muitas salas de aula. E para além das paredes das salas de aula, os instrumentos de comunicação,

inclusivamente a Internet, superam barreiras de distância e de isolamento, levando oportunidades de conhecimento a áreas remotas, aos religiosos enclaustrados, a quem está em casa, aos prisioneiros e a muitos outros.

11. *Religiosos*. A vida religiosa de muitas pessoas é grandemente enriquecida através dos mass media. Eles transmitem notícias e informações acerca de eventos, ideias e personalidades religiosas: servem como veículo para a evangelização e a catequese. Todos os dias, oferecem inspiração, encorajamento e oportunidades de culto a pessoas confinadas na própria casa ou em instituições.

Por vezes os mass media também contribuem de maneira extraordinária para o enriquecimento espiritual das pessoas. Por exemplo, enormes auditórios no mundo inteiro assistem e, num certo sentido, participam em importantes eventos na vida da Igreja, regularmente transmitidos de Roma por via satélite. E ao longo dos anos os mass media levaram as palavras e as imagens das visitas pastorais do Santo Padre a inúmeros milhões de pessoas.

12. Em todos estes contextos — económico, político, cultural, educativo e religioso — assim como em outros ainda, os mass media podem ser utilizados para construir e apoiar a comunidade humana. Efectivamente, toda a comunicação deve ser aberta à comunidade entre as pessoas.

« Para nos tornarmos irmãos e irmãs, é necessário conhecermo-nos. Para nos conhecermos... é muito importante comunicarmo-nos de forma mais ampla e profunda » (Congregação para os Institutos de Vida Consagrada e as Sociedades de Vida Apostólica, *A vida fraterna em comunidade*, 29). A comunicação que serve a comunidade genuína « não é apenas exprimir ideais ou manifestar sentimentos; no seu mais profundo significado, é doação de si mesmo, por amor » (*Communio et progressio*, 11).

Uma comunicação como esta busca o bem-estar e a realização dos membros da comunidade, no respeito pelo bem comum de todos. Mas são necessários a consultação e o diálogo para discernir este bem comum. Portanto, é imperativo que os participantes na comunicação social se empenhem neste diálogo e se sujeitem à verdade acerca do que é bom. Este é o modo como os mass media podem assumir a sua obrigação, no « testemunho da verdade acerca da vida, da dignidade humana, do significado autêntico da nossa liberdade e interdependência recíproca » (Papa João Paulo II, *Mensagem por ocasião do XXXIII Dia Mundial das Comunicações Sociais*, 1999, n. 2).

### III

## COMUNICAÇÃO SOCIAL QUE VIOLA O BEM DA PESSOA

13. Os mass media podem também ser usados para obstruir a comunidade e prejudicar o bem integral das pessoas: alienando os indivíduos ou marginalizando-os e isolando-os; atraindo-os para comunidades perversas, organizadas à volta de valores falsos e destruidores; fomentando a hostilidade e o conflito, exorcizando os outros e criando uma mentalidade de « nós » contra « eles »; apresentando o que é vil e degradante numa luz fascinante, e ao mesmo tempo ignorando ou menosprezando aquilo que exalta e enobrece; difundindo informações erróneas e desinformação; promovendo a trivialidade e a banalização. Os estereótipos — assentes em factores de raça e de etnia, de sexo e de idade, bem como em outros ainda, inclusive de religião — são tristemente comuns nos mass media. Além disso, a comunicação social subestima com frequência o que é genuinamente novo e importante, também a boa nova do Evangelho, e concentra-se na moda e nos caprichos.

Existem abusos em cada uma das áreas que acabámos de mencionar.

14. *Económica*. Às vezes os mass media são utilizados para edificar e sustentar sistemas económicos que promovem a adquiribilidade e a avareza. O neoliberalismo é um bom exemplo: « Apoiado numa concepção economista do homem », ele « considera o lucro e as leis de mercado como parâmetros absolutos em prejuízo da dignidade e do respeito da pessoa e do povo » (Papa João Paulo II, *Ecclesia in America*, 56). Nestas circunstâncias os meios de comunicação, que devem beneficiar todos, são explorados em vantagem de poucos.

O processo de globalização « pode criar ocasiões extraordinárias de maior bem-estar » (*Centesimus annus*, 58); mas ao ao mesmo tempo e até como parte disto, algumas nações e povos sofrem explorações e marginalização, decaindo cada vez mais na luta pelo desenvolvimento. Estes bolsões de privação que se propagam no meio da abundância são focos de inveja, ressentimento, tensão e conflito. Isto sublinha a necessidade de « válidos organismos internacionais de controle e orientação que encaminhem a economia para o bem comum » (*Ibid.*).

Diante de graves injustiças, não é suficiente que os comunicadores digam que o seu trabalho consiste em narrar as coisas como elas são. Sem dúvida, este é o seu trabalho. Mas algumas instâncias do sofrimento humano são amplamente ignoradas pelos mass media, enquanto outras são difundidas; enquanto isto reflecte uma decisão dos comunicadores, espelha também uma selecção injustificável. De forma ainda mais fundamental, as estruturas e políticas da comunicação e a colocação da tecnologia são factores que ajudam a tornar algumas pessoas « ricas de informação » e outras « pobres de informação », numa época em que a prosperidade e até mesmo a sobrevivência dependem da informação.

Desta forma os mass media contribuem com frequência para as injustiças e os desequilíbrios que dão origem aos sofrimentos por eles mesmos narrados. « Torna-se necessário quebrar as barreiras e os monopólios que deixam tantos povos à margem do progresso, e garantir a todos os indivíduos e Nações as condições basilares que lhes permitam participar no desenvolvimento » (*Centesimus annus*, 35). A tecnologia das comunicações e da informação, juntamente com a formação para o seu uso, constitui uma destas condições fundamentais.

15. *Política*. Políticos inescrupulosos utilizam os mass media para a demagogia e o engano, em benefício de políticas injustas e de regimes opressivos. Desvirtuam os adversários e sistematicamente deturpam e suprimem a verdade mediante a propaganda e a « manipulação ». Assim, em vez de aproximar as pessoas, os mass media servem para as separar, criando tensões e suspeitas que preparam o campo para o conflito.

Até mesmo em países dotados de sistemas democráticos, é demasiado comum que os líderes políticos manipulem a opinião pública através dos mass media, em vez de promoverem uma participação informada no processo político. As convenções da democracia são observadas, mas as técnicas emprestadas da publicidade e das relações públicas são utilizadas em vantagem das políticas que exploram particulares grupos e violam os direitos internacionais, inclusivamente o direito à vida (cf. *Evangelium vitae*, 70).

Também com muita frequência os mass media popularizam o relativismo e o utilitarismo éticos subjacentes à actual cultura da morte. Participam na contemporânea « conjura contra a vida », « abonando junto da opinião pública aquela cultura que apresenta o recurso à contracepção, à esterilização, ao aborto e à própria eutanásia como sinal do progresso e conquista da liberdade, enquanto descrevem como inimigas da liberdade e do progresso as posições incondicionalmente a favor da vida » (João Paulo II, *Evangelium vitae*, 17).

16. *Cultural*. Não raro os críticos desvalorizam a superficialidade e o mau gosto dos mass media, e embora eles não devam ser obrigatoriamente sombrios e inexpressivos, também não podem ser mesquinhos e humilhantes. Não é uma desculpa dizer que os mass media reflectem os padrões populares, pois também esses influem vigorosamente os modelos populares, e assim têm o grave dever de os elevar, não de os degradar.

O problema adquire várias formas. Em vez de explicar questões complexas de modo cuidadoso e verdadeiro, os noticiários evitam-nas ou então simplificam-nas demasiadamente. Os mass media voltados para o entretenimento apresentam programas de corrupção e desumanização, inclusive tratamentos exploradores da

sexualidade e da violência. É enormemente irresponsável ignorar ou rejeitar o facto de que « a pornografia e a violência sádica depreciam a sexualidade, pervertem as relações humanas, exploram os indivíduos — especialmente as mulheres e as crianças — destroem o matrimónio e a vida familiar, inspiram atitudes anti-sociais e debilitam a fibra moral da sociedade » (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral*, 10). A nível internacional, a dominação cultural imposta através dos meios de comunicação social é também um problema sério e grave. Nalgumas partes as expressões culturais tradicionais são virtualmente excluídas do acesso aos mass media populares e ameaçadas de extinção; entretanto, os valores das sociedades opulentas e secularizadas suplantam os valores tradicionais das sociedades menos ricas e poderosas. Quando se consideram estas questões, deve-se prestar especial atenção em oferecer às crianças e jovens programas mediáticos que os coloquem em contacto vivo com a própria herança cultural.

É para desejar que a comunicação se verifique ao longo de directrizes culturais. As sociedades podem e devem aprender umas das outras. Mas a comunicação transcultural não deve ser em desvantagem dos menos poderosos. Hoje, « mesmo as culturas menos difundidas já não estão isoladas. Elas beneficiam de um aumento de contactos, mas também padecem as pressões de uma tendência poderosa para a uniformidade » (*Para uma abordagem pastoral da cultura*, 33). O facto de hoje tanta comunicação fluir numa só direcção — das nações desenvolvidas para os países em vias de desenvolvimento e pobres — levanta sérios problemas éticos. Os ricos nada têm a aprender dos pobres? Os poderosos são surdos às vozes dos frágeis?

17. *Educativa*. Em vez de promover o conhecimento, os mass media podem distrair as pessoas e fazê-las perder tempo. Desta forma as crianças e os jovens são particularmente prejudicados, mas também os adultos sofrem ao serem expostos a programas banais e desprezíveis. Entre as causas deste abuso de confiança por parte dos comunicadores está a ganância que coloca o lucro antes das pessoas.

Às vezes os mass media são também utilizados como instrumentos de doutrinação, com a finalidade de controlar o que as pessoas sabem e de lhes negar o acesso à informação que as autoridades não querem que elas recebam. Isto é uma perversão da educação genuína, que procura aumentar o conhecimento e as habilidades das pessoas, ajudando-as a perseguir objectivos dignos, e não a estreitarem os seus horizontes e a dedicarem as suas energias ao serviço da ideologia.

18. *Religiosa*. Na relação entre os meios de comunicação e a religião há tentações de ambos os lados.



Da parte dos mass media, elas incluem: ignorar ou marginalizar as ideias e a experiência religiosas; abordar a religião com incompreensão, talvez até mesmo com desdém, como um objecto de curiosidade que não merece atenção séria; promover as modas religiosas, em desvantagem da fé tradicional; abordar os grupos religiosos legítimos com hostilidade; medir a religião e a experiência religiosa mediante parâmetros seculares daquilo que é apropriado, e favorecer pontos de vista religiosos que são conformes aos gostos seculares, sobre aqueles que não o são; e procurar encerrar a transcendência nos limites do racionalismo e do cepticismo. Os mass media de hoje frequentemente reflectem o estado pós-moderno de um espírito humano fechado « dentro dos limites da própria imanência, sem qualquer referência ao transcendente » (Papa João Paulo II, *Fides et ratio*, 81).

As tentações da parte da religião incluem: julgar os mass media de maneira exclusivamente negativa; o facto de não se conseguir compreender os padrões sensatos da prática dos meios de comunicação bons, como a objectividade e a imparcialidade, pode impedir um tratamento especial dos interesses institucionais da religião; apresentar as mensagens religiosas com um estilo emocional e manipulador, como se fossem produtos em concorrência num mercado ávido; usar os mass media como instrumentos para o controle e a dominação; promover um sigilo desnecessário ou então ofender a verdade; subestimar a exigência evangélica da conversão, arrependimento e emendamento da vida, substituindo-a por uma religiosidade branda que exige pouco das pessoas; encorajar o fundamentalismo, o fanatismo e o exclusivismo religioso, que fomentam o desprezo e a hostilidade em relação aos outros.

19. Em síntese, os mass media podem ser utilizados para o bem ou para o mal — é uma questão de escolha. « Nunca se deve esquecer que a comunicação transmitida através dos mass media não é um exercício utilitarista, com a simples finalidade de solicitar, persuadir ou vender. Tampouco é um veículo para ideologias. Os meios de comunicação social, por vezes, podem reduzir os seres humanos a unidades de competição entre si, ou manipular telespectadores, leitores e ouvintes como meras cifras das quais se esperam vantagens, quer elas estejam relacionadas com um apoio de tipo político ou com a venda de produtos; são estes factos que destroem a comunidade. A comunicação tem a tarefa de unir as pessoas e de enriquecer a sua vida, e não de as isolar e explorar. Se forem usados de maneira correcta, os meios de comunicação social podem contribuir para criar e manter uma comunidade humana baseada na justiça e na caridade e, na medida em que o fizerem, tornam-se sinais de esperança » (Papa João Paulo II, *Mensagem para o XXXII Dia Mundial das Comunicações*, 1998, n. 4).

#### IV

### ALGUNS PRINCÍPIOS ÉTICOS RELEVANTES

20. Os princípios e normas éticas, relevantes nos outros campos, também se aplicam à comunicação social. Os princípios da ética social como a solidariedade, subsidiariedade, justiça, equidade e credibilidade no uso dos recursos públicos e no desempenho de cargos públicos de confiança são sempre aplicáveis. A comunicação deve ser sempre sincera, dado que a verdade é essencial para a liberdade individual e para a autêntica comunidade entre as pessoas.

A ética na comunicação social não está interessada unicamente naquilo que aparece nos ecrãs do cinema e da televisão, nas transmissões radiofónicas, nas páginas impressas e na Internet, mas em muitas outras coisas. A dimensão ética está relacionada não só ao conteúdo da comunicação (a mensagem) e o processo de comunicação (o modo de comunicar), mas nas questões fundamentais das estruturas e sistemas, que com frequência incluem grandes problemas de política que dependem da distribuição de tecnologia e produtos sofisticados (quem serão os ricos de informação e os pobres de informação?). Estes interrogativos indicam outras questões com implicações económicas e políticas para a propriedade e o controle. Pelo menos nas sociedades abertas, dotadas de economia de mercado, a principal questão ética pode dizer respeito ao modo de equilibrar o lucro em relação ao serviço de interesse público, compreendido segundo uma concepção global do bem comum.

Mesmo para sensatas pessoas de boa vontade, nem sempre é imediatamente claro o modo de aplicar os princípios e as normas éticas a casos específicos; são necessários reflexão, debate e diálogo. Oferecemos o que segue, na esperança de encorajar tais reflexão e diálogo — entre os responsáveis pelas políticas da comunicação, os comunicadores profissionais, os promotores da ética e os moralistas, os receptores da comunicação e outras pessoas interessadas.

21. Nestas três áreas — mensagem, processo e problemas de estrutura e de sistema — o princípio ético fundamental é este: a pessoa e a comunidade humanas são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social; a comunicação deveria fazer-se de pessoa a pessoa, para o desenvolvimento integral das mesmas.

O desenvolvimento integral exige suficiência de bens e produtos materiais, mas requer também atenção à « dimensão interior » (*Sollicitudo rei socialis*, 29; cf. n. 46). Todos merecem a oportunidade de crescer e florescer em relação à inteira variedade de bens físicos, intelectuais, emocionais, morais e espirituais. Os indivíduos têm uma dignidade e importância irredutíveis, e jamais podem ser sacrificados aos interesses colectivos.

22. O segundo princípio é complementar do primeiro: o bem das pessoas não pode realizar-se sem o bem comum das comunidades às quais elas pertencem. Este bem comum deveria compreender-se em termos globais, como a soma total de objectivos comuns dignos, em cuja busca os membros da comunidade se comprometem conjuntamente e os quais a comunidade mesma existe para servir.

Assim, enquanto a comunicação social justamente considera as necessidades e interesses dos grupos particulares, não deveria fazê-lo de maneira a colocar um grupo contra o outro — por exemplo, em nome da luta de classe, do nacionalismo exasperado, da supremacia racial, da purificação étnica e outros semelhantes. A virtude da solidariedade, « a determinação firme e perseverante de se empenhar pelo bem comum » (*Sollicitudo rei socialis*, 38) deve governar todos os sectores da vida social — económico, político, cultural e religioso.

Os comunicadores e os responsáveis pelas políticas da comunicação devem servir as necessidades e interesses reais tanto dos indivíduos como dos grupos, a todos os níveis e de todos os géneros. Existe a premente necessidade de equidade a nível internacional, onde a distribuição inadequada dos bens materiais entre o Norte e o Sul é exacerbada pela má distribuição dos recursos de comunicação e da tecnologia informática, dos quais a produtividade e a prosperidade dependem em grande medida. Problemas análogos também existem no seio dos países ricos, « onde a transformação incessante das modalidades de produção e consumo desvaloriza certos conhecimentos já adquiridos e capacidades profissionais consolidadas » e « aqueles que não conseguem acompanhar os tempos podem facilmente ser marginalizados » (*Centesimus annus*, 33).

Então, é claro que há necessidade de uma maior participação nos actos decisórios, não só acerca das mensagens e dos processos de comunicação social, mas também dos problemas de sistema e de distribuição dos recursos. Os responsáveis pelas decisões têm o sério dever moral de reconhecer as necessidades daqueles que são particularmente vulneráveis — os pobres, os idosos e os nascituros, as crianças e os jovens, os oprimidos e os marginalizados, as mulheres e as minorias, os enfermos e os portadores de deficiências — assim como as famílias e os grupos religiosos. Especialmente hoje, a comunidade internacional e os interesses das comunicações internacionais deveriam considerar de forma generosa e global as nações e regiões onde os meios de comunicação social são — ou não são — partícipes na culpa pela perpetuação de males como a pobreza, o analfabetismo, a repressão política e as violações dos direitos humanos, os conflitos entre os grupos e entre as religiões, e a supressão das culturas indígenas.

23. Mesmo assim, continuamos a acreditar que « a solução dos problemas que nasceram desta comercialização e privatização não regulamentadas não reside, todavia, no controle dos mass media por parte do Estado, mas numa maior regulamentação, conforme às normas do serviço público, assim como numa maior responsabilidade pública. É necessário relevar a este propósito que, se os quadros jurídicos e políticos, nos quais funcionam as comunicações de alguns países, estão actualmente em nítido melhoramento, outros lugares há onde a intervenção governamental permanece um instrumento de opressão e exclusão » (*Aetatis novae*, 5).

A presunção deveria ser sempre favorável à liberdade de expressão, pois « sempre portanto que os homens, segundo a tendência da sua natureza, comunicam entre si opiniões ou conhecimentos, não exercem apenas um direito pessoal, mas um dever para com toda a sociedade » (*Communio et progressio*, 45). Além disso, considerada a partir de uma perspectiva ética, esta presunção não é uma norma absoluta e irrevocável. Existem instâncias óbvias — por exemplo, a calúnia e a difamação, mensagens que procuram fomentar o ódio e o conflito entre indivíduos e grupos, a obscenidade e a pornografia, a descrição mórbida da violência — onde não existe o direito à comunicação. Naturalmente, também a livre expressão deveria observar princípios como a verdade, a justiça e o respeito pela privacidade.

Os comunicadores profissionais deveriam estar activamente comprometidos no desenvolvimento e no revigoração de códigos éticos de comportamento para a sua profissão, em cooperação com os representantes públicos. Os organismos religiosos e outros grupos merecem igualmente ser parte integrante deste esforço contínuo.

24. Outro princípio relevante, já mencionado, diz respeito à participação pública nos actos decisórios acerca da política das comunicações. A todos os níveis, esta participação deveria ser organizada, sistemática e genuinamente representativa, não inclinada ao favorecimento de grupos particulares. Este princípio aplica-se até mesmo, e talvez de modo especial, onde os mass media são privadamente possuídos e operados em vista do lucro.

No interesse da participação pública, os comunicadores « devem procurar comunicar-se com as pessoas, e não apenas falar a elas. Isto exige um interesse pelas necessidades delas, a consciência das suas lutas e a apresentação de todas as formas de comunicação com a sensibilidade que a dignidade humana exige » (Papa João Paulo II, *Discurso aos Especialistas da Comunicação*, Los Angeles, 15 de Setembro de 1987).

A circulação, os índices de transmissão e a « bilheteria », juntamente com a sondagem de mercado, são por vezes considerados como os melhores indicadores do

sentimento público — com efeito, são os únicos necessários para fazer a lei de mercado funcionar. Não há dúvida de que a voz do mercado pode ser ouvida desta maneira. Todavia, as decisões sobre o conteúdo e a política dos mass media não devem ser deixadas unicamente aos factores do mercado e da economia — do lucro — uma vez que não se pode contar com eles para a salvaguarda do interesse público em geral ou, de forma especial, dos interesses legítimos das minorias.

Num certo sentido, a esta objecção pode-se responder com o conceito do « nicho », de acordo com o qual especiais periódicos, programas, estações e canais estão orientados para auditórios particulares. Até a um certo ponto, a abordagem é legítima. Mas a diversificação e a especialização — a organização dos mass media para corresponderem a auditórios desmembrados em segmentos cada vez menores, assentes em grande medida sobre factores e padrões de consumo — não devem ser demais prolongadas. Os meios de comunicação social hão-de permanecer como um « Areópago » (cf. *Redemptoris missio*, 37) — um fórum de intercâmbio de ideias e de informações, aproximando indivíduos e grupos, promovendo a solidariedade e a paz. Em particular, a Internet levanta preocupações acerca de algumas das « consequências radicalmente novas que ela traz consigo: a perda do valor intrínseco de possibilidades de informação, uma uniformidade indiferenciada em mensagens que se reduzem à pura informação, a falta de base responsável e um certo desencorajamento das relações interpessoais » (*Para uma abordagem pastoral da cultura*, 9).

25. Os comunicadores profissionais não são os únicos que têm deveres éticos. Os auditórios — os receptores — também têm obrigações. Os comunicadores que procuram assumir as próprias responsabilidades merecem auditórios conscienciosos acerca das próprias obrigações.

O primeiro dever dos receptores da comunicação social consiste em discernir e seleccionar. Eles hão-de informar-se acerca dos mass media — das suas estruturas, dos modos de operar, dos seus conteúdos — e fazer opções responsáveis, de acordo com critérios eticamente sólidos, sobre o que ler, assistir ou escutar. Hoje, todos precisam de algumas formas de educação mediática permanente, mediante o estudo pessoal ou a participação num programa organizado, ou ambos. Mais do que meramente ensinar técnicas, a educação mediática ajuda as pessoas a formarem padrões de bom gosto e de verdadeiro juízo moral, um aspecto da formação da consciência.

Através das suas escolas e programas de formação, a Igreja deve oferecer uma educação mediática deste género (cf. *Aetatis novae*, 28; *Communio et progressio*, 107). Destinadas originariamente aos Institutos de vida consagrada, as seguintes palavras possuem uma aplicação mais vasta: « A comunidade, portanto,

consciente do seu influxo, educa-se para os utilizar [os mass media] para o crescimento pessoal e comunitário, com a clareza evangélica e a liberdade interior de quem aprendeu a conhecer a Jesus Cristo (cf. *Gl 4,17-23*). [Os mass media], de facto, propõem, e muitas vezes impõem, uma mentalidade e um modelo de vida em constante contraste com o Evangelho. A este respeito, de muitas partes pede-se uma aprofundada formação para a recepção e para o uso crítico e fecundo de tais meios » (Congregação para os Institutos de Vida Consagrada e as Sociedades de Vida Apostólica, *A vida fraterna em comunidade*, 34).

Analogamente, os pais têm o grave dever de ajudar os próprios filhos a aprenderem a avaliar e usar os mass media, formando a própria consciência de maneira correcta e desenvolvendo as suas faculdades críticas (cf. *Familiaris consortio*, 76). Por amor dos seus filhos e deles mesmos, os pais hão-de adquirir e praticar a capacidade de discernir os espectadores, ouvintes e leitores, agindo como modelos de um uso prudente dos mass media em casa. De acordo com a sua idade e as circunstâncias, as crianças e os jovens devem abrir-se à formação concernente aos mass media, resistindo ao caminho fácil da passividade desprovida de critérios, à pressão dos coetâneos e à exploração comercial. As famílias — os pais juntamente com os filhos — verão que é útil reunir-se em grupos para estudar e debater os problemas e as oportunidades criadas pela comunicação social.

26. Além de promoverem a educação mediática, as instituições, agências e programas da Igreja têm outras responsabilidades importantes no que concerne à comunicação social. Primeiro e sobretudo, a prática eclesial da comunicação deve ser exemplar, reflectindo os padrões mais elevados de verdade, credibilidade e sensibilidade aos direitos humanos e a outros importantes princípios e normas. Além disso, os mass media da própria Igreja devem comprometer-se em comunicar a plenitude da verdade acerca do significado da vida e história humanas, especialmente enquanto contida na palavra de Deus, revelada e expressa pelo ensinamento do Magistério. Os pastores devem encorajar o uso dos mass media para propagar o Evangelho (cf. cânone 822 § 1).

Aqueles que representam a Igreja hão-de ser honestos e rectos nas suas relações com os jornalistas. Não obstante as perguntas que eles levantam sejam « às vezes incómodas ou decepcionantes, especialmente quando não correspondem de modo algum à mensagem que devemos transmitir », há que ter em mente que « estes interrogativos desconcertantes são com frequência levantados pela maioria dos nossos contemporâneos » (*Para uma abordagem pastoral da cultura*, 34). A fim de que a Igreja fale de maneira credível às pessoas de hoje, quem fala por ela deve dar respostas críveis e genuínas a estes interrogativos aparentemente embaraçosos.

Assim como os outros cidadãos, os católicos têm o direito à livre expressão, inclusivamente o direito de acesso aos mass media para esta finalidade. O direito à expressão inclui a manifestação de opiniões acerca do bem da Igreja, com a devida atenção à integridade da fé e da moral e ao respeito pelos pastores, bem como a consideração pelo bem comum e a dignidade das pessoas (cf. cânone 212 § 3; cf. cânone 227). Contudo, ninguém tem o direito de falar pela Igreja, ou supor que alguém o possa ter, a não ser quando é oportunamente designado; e as opiniões pessoais não devem ser apresentadas como o ensinamento da Igreja (cf. cânone 227).

A Igreja seria bem servida se um maior número de pessoas que ocupam cargos e desempenham funções no nome dela fossem formados em comunicação. Isto é verdade não só para os seminaristas, as pessoas que se formam nas comunidades religiosas e os jovens leigos católicos, mas para o pessoal da Igreja em geral. Considerando que são « neutros, abertos e honestos », os mass media oferecem aos cristãos bem preparados « um papel missionário de vanguarda », e é importante que eles sejam « bem formados e apoiados » (*Ibid.*). Os pastores também devem oferecer ao seu povo uma orientação no que diz respeito aos mass media e às suas mensagens às vezes contrastantes e até mesmo destrutivas (cf. cânone 822 §§ 2 e 3). Considerações análogas são válidas para a comunicação no interior da Igreja. Uma corrente bilateral de informação e de pontos de vista entre os pastores e os fiéis, a liberdade de expressão sensível ao bem-estar da comunidade e ao papel do Magistério na promoção do mesmo, e a opinião pública responsável constituem importantes expressões do « direito [fundamental] ao diálogo e à informação no seio da Igreja » (*Aetatis novae*, 10; cf. *Communio et progressio*, 12).

O direito à expressão deve exercer-se com deferência à verdade revelada e ao ensinamento da Igreja, e no respeito pelos direitos eclesiais dos outros (cf. cânone 212 §§ 1-3; cf. cânone 220). Assim como outras comunidades e instituições, a Igreja às vezes tem necessidade — na realidade, por vezes é obrigada — de praticar o sigilo e a confidencialidade. Mas isto não se deve fazer em vista da manipulação e do controle. No interior da comunhão de fé, « os ministros que são revestidos do poder sagrado estão ao serviço dos seus irmãos, para que todos os que pertencem ao Povo de Deus e gozam portanto da verdadeira dignidade cristã, tendam livre e ordenadamente para o mesmo fim e cheguem à salvação » (*Lumen gentium*, 18). A prática correcta na comunicação é um dos modos de concretizar esta visão.

## V

### CONCLUSÃO

27. Ao começar o terceiro milénio da era cristã, a humanidade encontra-se a um bom ponto na criação de uma rede global para a transmissão instantânea de informações,

de ideias e de juízos valiosos nos sectores da ciência, do comércio, da educação, do divertimento, da política, das artes, da religião e em todos os outros campos.

Esta rede já é directamente acessível a muitas pessoas nas suas casas, escolas e lugares de trabalho — enfim, onde quer que seja. É um lugar-comum assistir a eventos, dos desportos às guerras, que acontecem em tempo real no antípodas do planeta. As pessoas podem aceder directamente a uma enorme quantidade de dados, que até a pouco tempo atrás estavam fora do alcance de muitos estudiosos e estudantes. O indivíduo pode ascender aos píncaros do génio e da virtude humanos, ou descer às profundidades da degradação humana, enquanto se encontra sentado sozinho, diante de um teclado e de um écran. A tecnologia mediática conquista constantemente novas fronteiras, com enormes potenciais para o bem e o mal. Enquanto aumenta a interactividade, matiza-se a distinção entre os comunicadores e os receptores. Diante do impacto e sobretudo das implicações éticas dos novos e nascentes mass media, há necessidade de uma investigação contínua.

28. Mas apesar do seu imenso poder, os meios de comunicação são e serão apenas mass media — ou seja: instrumentos, ferramentas disponíveis para o uso do bem e do mal. A opção é nossa. Os mass media não exigem uma nova ética; requerem a aplicação de princípios consolidados às novas circunstâncias. E esta é uma tarefa em que todos têm um papel a desempenhar. A ética nos mass media não concerne unicamente aos especialistas, quer eles sejam peritos em comunicação social ou em filosofia moral; pelo contrário, a reflexão e o diálogo que este documento procura encorajar e assistir deve ser vasto e global.

29. A comunicação social pode reunir as pessoas em comunidades de simpatia e de interesse comum. Serão estas comunidades informadas pela justiça, decência e respeito pelos direitos humanos, comprometendo-se no bem comum? Ou serão elas egoístas e voltadas para si mesmas, empenhadas no benefício de grupos particulares — económicos, raciais, políticos e até mesmo religiosos — em detrimento dos outros? A nova tecnologia servirá todas as nações e povos, respeitando as tradições culturais de cada um, ou será um instrumento para enriquecer os ricos e potenciar os poderosos? Devemos escolher.

Os meios de comunicação também podem ser usados para separar e isolar. A tecnologia permite cada vez mais que as pessoas formem blocos de informação e serviços destinados exclusivamente a elas mesmas. Existem vantagens reais nisto, mas levanta-se um interrogativo inevitável: o auditório do futuro será uma grande quantidade de auditórios de um só? Enquanto pode conceder a autonomia individual, a nova tecnologia possui outras implicações menos desejáveis. Em vez de ser uma comunidade global, pode a « teia » (web ») do futuro tornar-se um vasta rede



fragmentada de indivíduos isolados — abelhas humanas nas suas células — interagindo com os dados e não uns com os outros? O que seria da solidariedade — o que seria do amor — num mundo como esse?

Na melhor das hipóteses, a comunicação humana tem sérias limitações, é mais ou menos imperfeita e está em perigo de fracassar. É difícil que as pessoas se comuniquem consistentemente de modo honesto umas com as outras, de maneira a não causar prejuízos e a servir os melhores interesses de todos. De resto, no mundo dos mass media as dificuldades inerentes à comunicação são com frequência enaltecidas pela ideologia, pela avidez do lucro e do controle político, pelas rivalidades e conflitos entre os grupos, e por outros males sociais. Os mass media de hoje alargam o alcance da comunicação social — a sua quantidade e velocidade; não tornam a comunicação de mente a mente, de coração a coração, menos frágil, menos sensível e menos destinada a falhar.

30. Como dissemos, as contribuições especiais que a Igreja oferece para a abordagem destas matérias são uma visão das pessoas humanas, da sua dignidade incomparável e dos seus direitos invioláveis, e uma visão da comunidade humana cujos membros estão vinculados pela virtude da solidariedade na busca do bem comum de todos. A necessidade destas duas visões é particularmente premente « quando se é obrigado a constatar o carácter fragmentário de propostas que elevam o efémero ao nível de valor, iludindo assim a possibilidade de se alcançar o verdadeiro sentido da existência »; na ausência dessas, « muitos arrastam a sua vida quase até à borda do precipício, sem saber o que os espera » (Papa João Paulo II, *Fides et ratio*, 6).

Diante desta crise, a Igreja mostra-se como « perita em humanidade », cuja capacidade « a impele necessariamente a alargar a sua missão religiosa aos vários campos » do esforço humano (*Sollicitudo rei socialis*, 41; cf. Papa Paulo VI, *Populorum progressio*, 13). Ela não pode conservar para si mesma a verdade acerca da pessoa e da comunidade humanas, pois deve partilhá-la livremente, sempre consciente de que as pessoas podem dizer não à verdade — e a ela.

Procurando promover e apoiar elevados padrões éticos no uso dos meios de comunicação social, a Igreja busca o diálogo e a colaboração com os outros: com os funcionários públicos, que têm o especial dever de proteger e promover o bem comum da comunidade política; com os homens e mulheres do mundo da cultura e das artes; com os estudiosos e professores empenhados na formação dos comunicadores e dos auditórios do futuro; com os membros das outras Igrejas e grupos religiosos, que compartilham o seu desejo de que os mass media sejam utilizados para a glória de Deus e o serviço da raça humana (cf. Pontifício Conselho para as Comunicações

Sociais, *Critérios para a cooperação ecuménica e inter-religiosa nas comunicações*); e especialmente com os comunicadores profissionais — escritores, editores, repórteres, correspondentes, actores, produtores, pessoal técnico — além dos proprietários, administradores e responsáveis pelas decisões neste campo.

31. Além das suas limitações, a comunicação humana contém em si algo da actividade criadora de Deus. « Com amorosa condescendência, o Artista divino transmite ao artista humano » — e, podemos dizer, também ao comunicador — « uma centelha da sua própria sabedoria transcendente, chamando-o a partilhar do Seu poder criador »; quando entendem isto, os artistas e os comunicadores « podem compreender-se profundamente a si mesmos e à sua vocação e missão » (João Paulo II, *Carta aos Artistas*, 1).

O comunicador cristão em particular tem uma tarefa profética, uma vocação: falar contra os falsos deuses e ídolos do nosso tempo — materialismo, hedonismo, consumismo, nacionalismo exasperado, etc. — anunciando a todos o compêndio da verdade moral assente na dignidade e nos direitos humanos, na opção preferencial pelos pobres, no destino universal dos bens, no amor pelos inimigos e no respeito incondicional por toda a vida humana desde a concepção até à morte natural; e procurando a realização mais perfeita do Reino neste mundo, enquanto permanece consciente de que, no fim dos tempos, Jesus recapitulará todas as coisas e as restituirá ao Pai (cf. *1 Cor 15,24*).

32. Enquanto estas reflexões são dirigidas a todas as pessoas de boa vontade, e não só aos católicos, ao concluí-las é oportuno falar de Jesus como de um modelo para os comunicadores. « No período final », Deus Pai « falou-nos por meio do Filho » (*Hb 1,2*); e o seu Filho comunica-nos agora e sempre o amor do Pai e o significado último da nossa vida.

« Durante a sua permanência na terra, Cristo manifestou-se como perfeito comunicador. Pela "Encarnação", fez-se semelhante àqueles que haviam de receber a sua mensagem; mensagem que comunicava com a palavra e com a vida. Não falava como que "de fora", mas "de dentro", a partir do seu povo; anunciava-lhe a palavra de Deus, com coragem e sem compromissos; e no entanto adaptava-se à sua linguagem e mentalidade, encarnado como estava na situação a partir da qual falava » (*Communio et progressio*, 11).

Ao longo da vida pública de Jesus, as multidões aglomeravam-se para ouvi-lo pregar e ensinar (cf. *Mt 8,1 e 18*; cf. *Mc 2,2; 4,1; Lc 5,1*; etc.) e Ele ensinou-os « como alguém que tem autoridade » (*Mt 7,29*; cf. *Mc 1,22; Lc 4,32*). Narrou-lhes acerca do Pai e ao mesmo tempo referiu-se-lhes, explicando: « Eu sou o Caminho, a Verdade e a Vida » (*Jo 14,6*) e « Quem me viu, viu o Pai » (*Jo 14,9*). Não perdeu tempo em discursos

inúteis ou em defender-se, nem sequer quando foi acusado e condenado (cf. *Mt* 26,63; 27,12-14; cf. *Mc* 15,5; 15,61). Pois o seu « alimento » consistia em fazer a vontade do Pai que O enviou (cf. *Jo* 4,34) e tudo o que Ele fazia e falava era pronunciado e feito com referência a isso.

Com frequência o ensinamento de Jesus adquiria a forma de parábolas e histórias vívidas, expressando verdades profundas com termos simples, quotidianos. Não só as suas palavras, mas também as suas obras, especialmente os seus milagres, eram actos de comunicação, que indicavam a sua identidade e manifestavam o poder de Deus (cf. *Evangelii nuntiandi*, 12). Nas suas comunicações, demonstrava respeito pelos seus ouvintes, simpatia pela sua condição e necessidades, compaixão pelos seus sofrimentos (cf., por exemplo, *Lc* 7,13), e determinação decidida em dizer-lhes o que eles precisavam de ouvir, de maneira a chamar a sua atenção e a ajudá-los a receber a sua mensagem, sem coerção nem compromisso, sem decepção nem manipulação. Ele convidava os outros a abrirem-lhe a própria mente e coração, consciente de que este era o modo de os atrair a Ele e ao seu Pai (cf., por exemplo, *Jo* 3,1-15; 4,7-26).

Jesus ensinou que a comunicação é um acto moral: « Pois a boca fala aquilo de que o coração está cheio. O homem bom tira coisas boas do seu bom tesouro, e o homem mau tira coisas más do seu mau tesouro. Eu digo-vos: no dia do julgamento, todos devem prestar contas de cada palavra inútil que tiverem falado. Porque tu serás justificado pelas tuas próprias palavras, e serás condenado pelas tuas próprias palavras » (*Mt* 12,34-37). Ele admoestava severamente contra o escândalo dos « pequeninos », e repreendia que quem o fizesse « seria melhor que fosse lançado no mar com uma pedra de moinho amarrada ao pescoço » (*Mc* 9,42; cf. *Mt* 18,6; *Lc* 17,2). Ele era totalmente cândido, um homem de quem se podia dizer que « nenhuma mentira foi encontrada na sua boca »; além disso: « Quando era insultado, não revidava; ao sofrer, não ameaçava. Antes, depositava a sua causa nas mãos daquele que julga com justiça » (*1 Pd* 2,22-23). Insistia sobre a pureza e a verdade nos outros, enquanto condenava a hipocrisia e a desonestidade — qualquer tipo de comunicação que fosse tendenciosa e perversa: « Dizei apenas "sim", quando é "sim"; e "não", quando é "não". O que disserdes além disso, vem do Maligno » (*Mt* 5,37).

33. Jesus é o modelo e o paradigma da nossa comunicação. Para aqueles que estiverem comprometidos na comunicação social, quer como responsáveis pelas políticas, como comunicadores profissionais, como receptores, quer em qualquer outra função, a conclusão é óbvia: « Por isso, abandonai a mentira: cada um diga a verdade ao seu próximo, pois somos membros uns dos outros... Que nenhuma palavra inconveniente saia da vossa boca; ao contrário, se for necessário, dizei uma boa

palavra, que seja capaz de edificar e fazer o bem aos que ouvem » (*Ef 4,25.29*). O serviço à pessoa humana, a edificação da comunidade humana assente na solidariedade, na justiça e no amor, e o anúncio da verdade acerca da vida humana e da sua derradeira realização em Deus estavam, estão e permanecerão no cerne da ética nos mass media.

*Cidade do Vaticano, 4 de Junho de 2000, Dia Mundial das Comunicações Sociais, Jubileu dos Jornalistas.*

**John P. Foley**

*Presidente*

**Pierfranco Pastore**

*Secretário*

## PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS

### INSTRUÇÃO PASTORAL « AETATIS NOVAE » SOBRE AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS NO VIGÉSIMO ANIVERSÁRIO DE *COMMUNIO ET PROGRESSIO*

#### Introdução

#### UMA REVOLUÇÃO NAS COMUNICAÇÕES

1. Ao aproximarmo-nos de uma nova época, dá-se uma considerável expansão nas comunicações, que influencia profundamente as culturas de todo o mundo. As revoluções tecnológicas representam apenas um aspecto deste fenómeno. Não existe lugar onde não seja sentido o impacto dos mass media no comportamento religioso e moral, nos sistemas políticos e sociais, e na educação.

Ninguém ignora, por exemplo, o papel das comunicações sociais, que as fronteiras geográficas e políticas não conseguiram controlar, nas mudanças fundamentais que se verificaram no decurso de 1989 e 1990, cujo alcance histórico o Papa sublinhou.<sup>[1]</sup>

« O primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está a unificar a humanidade, transformando-a — como se costuma dizer — na "aldeia global". Os meios de comunicação social alcançam tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais ». <sup>[2]</sup>

A mais de vinte e cinco anos depois da promulgação do Decreto do Concílio Vaticano II sobre as comunicações sociais *Inter mirifica*, e dois decénios após a Instrução pastoral *Communio et progressio*, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais deseja reflectir sobre as consequências pastorais desta nova situação. Fá-lo no espírito da conclusão de *Communio et progressio*: « O Povo de Deus caminha na história... Olha com confiança... para o futuro e para as promessas que uma idade espacial de comunicações lhe pode oferecer » .<sup>[3]</sup>

Considerando que os princípios e as ideias destes documentos conciliares e pós-conciliares têm valor permanente nos tempos, desejamos aplicá-los ao contexto em vigor. Não pretendemos pronunciar palavras definitivas acerca de uma situação complexa, dinâmica e em evolução constante, mas unicamente procurar um instrumento de trabalho e de encorajamento para todos os que têm que se confrontar com as consequências pastorais destas novas realidades.

2. No decurso dos anos que se seguiram à promulgação de [Inter mirifica](#) e de [Inter mirifica](#), habituámo-nos a expressões tais como « sociedade de informação », « cultura dos mass media » e « geração dos mass media ». Este tipo de expressões é relevante: sublinha que o que a humanidade do nosso tempo sabe e pensa da vida está, em parte, condicionado pelos meios de comunicação; a experiência humana como tal tornou-se uma experiência vivida através dos mass media.

Os últimos decénios foram, igualmente, teatro de novidades sensacionais em matéria de tecnologias das comunicações. Isto implicou tanto uma evolução rápida das velhas tecnologias, como o surgir de novas tecnologias das comunicações, entre as quais figuram os satélites, a televisão via cabo, as fibras ópticas, as vídeo-cassetes, discos compact, a concepção de imagens por computador, e outras técnicas digitais e informáticas. O uso dos novos mass media deu origem ao que se pôde chamar « novas linguagens », e suscitou ulteriores possibilidades para a missão da Igreja, assim como novos problemas pastorais.

3. Neste contexto, estimulamos os pastores e o povo de Deus a aprofundar o sentido de tudo o que diz respeito aos meios de comunicação, e a traduzi-lo em projectos concretos e realizáveis.

« Visto que os Padres Conciliares olharam para o futuro e procuraram discernir o contexto, no qual a Igreja teria sido chamada para levar a cabo a sua missão, eles puderam ver claramente que o progresso da tecnologia estava já "a ponto de transformar a face da terra" e até conseguindo conquistar o espaço. Eles reconheceram que os desenvolvimentos nas tecnologias da comunicação, em particular, estavam provavelmente para originarem reações em cadeia com consequências inesperadas ».[\[4\]](#)

« Longe de propor que a Igreja deveria afastar-se ou isolar-se do interesse por esses acontecimentos, os Padres Conciliares viram a Igreja como presente verdadeiramente no centro do progresso humano, partilhando as experiências do resto da humanidade, procurando entendê-las à luz da fé. O povo de Deus fiel devia fazer um uso criativo das novas descobertas e tecnologias em benefício da humanidade e para o cumprimento do plano de Deus no mundo »... e « um sábio uso do potencial da "era do computador", para servir a vocação humana e transcendente do homem e para dar assim glória ao Pai, do qual vêm todas as coisas boas ».[\[5\]](#)

Desejamos manifestar a nossa gratidão a todos os que permitiram a constituição de uma rede de comunicações criativa na Igreja. Apesar das dificuldades — causadas por recursos limitados, por obstáculos às vezes opostos à Igreja no seu acesso às comunicações, pela remodelagem constante da cultura, pelos valores e pelos comportamentos provocados pela omnipresença dos mass media — muito já foi feito e

continua a ser. Os Bispos, os clérigos, os religiosos e os leigos, que se consagram a este apostolado de suma importância, merecem a gratidão de todos.

Sentimos igualmente o dever de manifestar a nossa satisfação por todos estes esforços positivos de colaboração ecuménica no campo dos mass media, onde se encontram empenhados católicos e irmãos e irmãs de outras Igrejas e comunidades religiosas, assim como pela cooperação inter-religiosa com outras religiões do mundo. E não somente necessário mas desejável empenhar « os cristãos a se unirem mais profundamente na sua acção comunicativa e a se concertarem mais directamente com as outras religiões da humanidade, a respeito da sua presença comum a serviço das comunicações ». [\[6\]](#)

## I.

### CONTEXTO DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS

#### *A. Contexto cultural e social*

4. A mudança que se dá hoje nas comunicações implica, mais que uma simples revolução técnica, a transformação completa de tudo o que é necessário à humanidade para compreender o mundo que a envolve, e para verificar e expressar a percepção do mesmo. A apresentação constante das imagens e das ideias, assim como a sua transmissão rápida, até mesmo de um continente a outro, têm consequências simultaneamente positivas e negativas, no desenvolvimento psicológico, moral e social das pessoas, na estrutura e no funcionamento da sociedade, na partilha de uma cultura com outra, na percepção e na transmissão dos valores, nas ideias do mundo, nas ideologias e nas convicções religiosas. A revolução das comunicações afecta, de igual modo, a percepção que se pode ter da Igreja, e contribui para a modelação das próprias estruturas e funcionamento.

Tudo isto tem consequências pastorais importantes. Com efeito, tanto se pode recorrer aos mass media para proclamar o Evangelho, como para o afastar do coração do homem. A infiltração, cada vez mais estreita, dos mass media na vida quotidiana influencia o conceito que se possa ter do sentido da vida.

As comunicações têm a capacidade de pesar, não só nos modos de pensar, mas também nos conteúdos do pensamento. Para muitas pessoas, a realidade corresponde ao que os mass media definem como tal; o que os mass media não reconhecem explicitamente torna-se também insignificante. O silêncio pode assim ser imposto, *de facto*, a indivíduos ou grupos que os mass media ignoram; a voz do Evangelho pode, ela também, ser reduzida ao silêncio, sem ficar por isso completamente abafada. É importante, então, que os cristãos sejam capazes de fornecer uma informação que « cria notícias », dando a palavra aos que dela são privados.

O poder que têm os meios de comunicação, de reforçar ou destruir os pontos de referência tradicionais em matéria de religião, de cultura e de família, sublinha bem a actualidade pertinente das palavras do Concílio: « Para o uso recto destes meios é absolutamente necessário que todos os que se servem deles conheçam e levem à prática, nesse campo, as normas de ordem moral ».<sup>[7]</sup>

### ***B. Contexto político e económico***

5. As estruturas económicas das nações estão dependentes dos sistemas de comunicação contemporâneos. Considera-se geralmente como necessário ao desenvolvimento económico e político que o Estado invista numa infra-estrutura eficaz de comunicação. O aumento do custo deste investimento constitui, aliás, um factor de primeira importância, que levou os governos de numerosos países a adoptar políticas visando o aumento da concorrência. É especialmente por esta razão que, em muitos casos, os sistemas públicos de telecomunicação e difusão foram submetidos a políticas de desagregação e privatização.

Assim como o uso incorrecto do serviço público pode conduzir a uma manipulação ideológica e política, do mesmo modo a comercialização não regulamentada e a privatização da difusão têm profundas consequências. Em prática, e muitas vezes de maneira oficial, a responsabilidade pública do uso das ondas encontra-se desvalorizada. É em função do lucro e não do serviço que se tende a avaliar o seu sucesso. As motivações lucrativas e os interesses dos publicitários exercem uma influência anormal sobre o conteúdo dos mass media: prefere-se a popularidade e não a qualidade, e escolhe-se o menor denominador comum. Os publicitários ultrapassam a sua tarefa legítima, que consiste em identificar as verdadeiras necessidades e dar-lhes uma resposta, e, impelidos por motivos de mercado, esforçam-se por criar necessidades e modelos artificiais de consumo.

As pressões comerciais exercem-se igualmente para além das fronteiras nacionais, em desvantagem de certos povos e da sua cultura. Face ao aumento da concorrência e à necessidade de encontrar novos mercados, as empresas de comunicação revestem um carácter cada vez mais « multinacional »; a falta de possibilidades locais de produção torna, ao mesmo tempo, alguns países mais dependentes das nações estrangeiras. Deste modo, as realizações de certos mass media populares, características de uma cultura, difundem-se noutra cultura, frequentemente em detrimento das formas artísticas e de comunicação já existentes, e dos valores que elas encerram.

A solução dos problemas que nasceram desta comercialização e privatização não regulamentadas não reside, todavia, no controlo dos mass media por parte do Estado, mas numa maior regulamentação, conforme às normas do serviço público, assim



como numa maior responsabilidade pública. E necessário relevar a este propósito que, se os quadros jurídicos e políticos, nos quais funcionam as comunicações de alguns países, estão actualmente em nítido melhoramento, outros lugares há onde a intervenção governamental permanece um instrumento de opressão e exclusão.

## II.

### PAPEL DAS COMUNICAÇÕES

6. *Communio et progressio* baseia-se numa apresentação das comunicações como urna via em direcção à comunhão. O texto declara que « mais que expressão de ideias ou manifestação de sentimentos », a comunicação é « doação de si mesmo por amor ».[8] A comunicação é, neste sentido, o reflexo da comunhão eclesial e para isso pode contribuir.

A comunicação da verdade pode ter realmente um poder de redenção, que emana da pessoa de Cristo. Ele é o Verbo de Deus feito carne e a imagem de Deus invisível. N'Ele e por Ele, a vida de Deus comunica-se à humanidade pela acção do Espírito. « Desde a criação do mundo as suas perfeições invisíveis, tanto o seu eterno poder como a Sua divindade, tornaram-se visíveis ».[9] Pode-se de igual modo citar o seguinte versículo: « E o Verbo fez-se homem e habitou entre nós, e nós vimos a Sua glória, glória que Lhe vem do Pai, como Filho único, cheio de graça e de verdade ».[10]

No Verbo feito carne Deus comunica-se definitivamente. Na pregação e na acção de Jesus, a Palavra torna-se libertadora e redentora para toda a humanidade. Este acto de amor, por meio do qual Deus se revela, associado à resposta de fé da humanidade, gera um diálogo profundo.

A história da humanidade e o conjunto das relações entre os homens desenvolvem-se no quadro desta comunicação de Deus em Cristo. A história está, ela mesma, destinada a tornar-se uma espécie de palavra de Deus, e a vocação do homem é contribuir para esse fim, vivendo esta comunicação constante e ilimitada de amor reconciliador de Deus, de modo criador. Somos chamados a traduzir isto em palavras de esperança e actos de amor, ou seja, através do nosso modo de viver. A comunicação deve, por conseguinte, situar-se no seio da comunidade eclesial.

Cristo é simultaneamente o conteúdo e a fonte do que a Igreja comunica ao proclamar o Evangelho. A Igreja não é outra coisa senão o « Corpo místico de Cristo » — a plenitude escondida de Cristo glorificado « que preenche toda a criação ».[11] Estamos portanto em caminho, na Igreja, através da palavra e dos sacramentos, em direcção à esperança da unidade definitiva, onde « Deus será tudo em todos ».[12]

#### **A. Os mass media ao serviço do homem e das culturas**

7. Paralelamente a todo o bem que eles fazem e são capazes de fazer, os meios de comunicação « podem ao mesmo tempo ser eficazes instrumentos de unidade e de compreensão mútua e veículos de uma visão deformada da vida, da família, da religião e da moralidade — segundo uma interpretação que não respeita a autêntica dignidade nem o destino da pessoa humana ».[13] É imperativo que os meios de comunicação respeitem e participem no desenvolvimento integral da pessoa, que implica as « dimensões culturais, transcendentais e religiosas do homem e da sociedade ».[14]

A fonte de certos problemas individuais e sociais reside também na substituição das relações interpessoais pelo uso cada vez mais importante dos mass media, na importância considerável dada às personagens de fixação. Os meios de comunicação não podem substituir o contacto pessoal imediato, nem as relações entre os membros de uma família, ou entre amigos. Porém, os mass media podem dar o seu contributo para a solução desta dificuldade — através da discussão em grupo, de debates sobre filmes ou emissões — estimulando a comunicação interpessoal, mais que substituir-se a ela.

#### ***B. Os mass media ao serviço do diálogo com o mundo actual***

8. O Concilio Vaticano II evidenciou que « a comunidade dos cristãos se reconhece real e intimamente solidária do género humano e da sua história ».[15] Os que proclamam a Palavra de Deus têm o dever de ter em conta e procurar compreender as « palavras » dos povos e das culturas diversos, não unicamente para os conhecer, mas também para os ajudar a reconhecer e aceitar a Palavra de Deus.[16] A Igreja deve, então, manter uma presença activa e atenta ao mundo, de modo a sustentar a comunidade e a animar os que procuram soluções aceitáveis para problemas pessoais e sociais.

Além disso, se a Igreja deve comunicar sempre a sua mensagem, de um modo adaptado a cada época, às culturas das nações e aos vários povos, ela deve fazê-lo especialmente hoje, na e pela cultura dos novos mass media.[17] " Esta é uma condição fundamental se se quer dar uma resposta a uma das principais preocupações do Concilio Vaticano II: o surgir de « vínculos sociais, técnicos, culturais » que mais intimamente ligam os homens constitui para a Igreja « uma nova urgência »: uni-los « na total unidade em Cristo ».[18] Considerando o importante papel que os meios de comunicação podem desempenhar nos esforços por favorecer esta unidade, a Igreja vê neles meios « concebidos pela Providência Divina » para o desenvolvimento das comunicações e da comunicação entre os homens, durante o seu peregrinar na terra.[19]

A Igreja, que procura dialogar com o mundo moderno, deseja poder estabelecer um diálogo honesto e respeitoso com os responsáveis dos meios de comunicação. Este diálogo implica que a Igreja se esforce por compreender os mass media — os seus objectivos, estruturas internas e modalidades —, sustenha e encoraje os que neles trabalham. Baseando-se nesta compreensão e sustenho, torna-se possível fazer propostas significativas em vistas de afastar os obstáculos que se opõem ao progresso humano e à proclamação do Evangelho.

Para um diálogo tal, é preciso que a Igreja se preocupe activamente pelos mass media profanos, e principalmente pela política que lhes diz respeito. Os cristãos têm efectivamente o dever de fazer ouvir a sua voz no seio de todos os mass media. A tarefa deles não se limita unicamente à transmissão de notícias eclesiásticas. Este diálogo requer, além disso, que ela sustenha os profissionais dos mass media, elabore uma antropologia e uma verdadeira teologia da comunicação, a fim de que a teologia se torne, ela mesma, mais comunicativa, mais eficaz, para revelar os valores evangélicos e aplicá-los às realidades contemporâneas da condição humana; é preciso ainda que os responsáveis da Igreja e os agentes pastorais respondam, com boa vontade e prudência, às exigências dos mass media, procurando estabelecer com eles relações de confiança e de respeito mútuos, fundados em valores comuns com aqueles que não compartilham a nossa fé.

### ***C. Os mass media ao serviço da comunidade humana e do progresso social***

9. As comunicações que se realizam na Igreja e para a Igreja consistem principalmente no anúncio da Boa Nova de Jesus Cristo. É a proclamação do Evangelho como palavra profética e libertadora, dirigida aos homens e às mulheres do nosso tempo; é o testemunho prestado, face a uma secularização radical, à verdade divina e ao destino transcendente da pessoa humana; é, perante os conflitos e as divisões, a tomada de posição pela justiça, em solidariedade com todos os crentes, ao serviço da comunhão entre os povos, as nações e as culturas.

O sentido dado pela Igreja às comunicações também esclarece de modo extraordinário os meios de comunicação e o papel que eles devem desempenhar, segundo o plano providencial de Deus, na promoção do desenvolvimento das pessoas e da sociedade humana.

### ***D. Os mass media ao serviço da comunhão eclesial***

10. A tudo o que se acaba de dizer, convém acrescentar o importante apelo do direito ao diálogo e à informação no seio da Igreja, como afirma [\*Communio et progressio\*](#),<sup>[20]</sup> e a necessidade de continuar a procurar meios eficazes para favorecer e proteger este direito, especialmente através de um uso responsável dos meios de comunicação. Referimo-nos, entre outras, às afirmações do *Código de*

*Direito Canónico*, segundo as quais, obedientes aos Pastores da Igreja, « os fiéis têm o direito de (lhes) manifestar as próprias necessidades, principalmente espirituais, e os próprios anseios »<sup>[21]</sup>, e acrescenta que, de acordo com a ciência, competência e o prestígio, estes fiéis têm « o direito e, às vezes, até o dever » de manifestar aos Pastores a própria opinião sobre o que afecta o bem da Igreja.<sup>[22]</sup>

Existe nisto um meio de manter e reforçar a credibilidade da Igreja. Ainda mais fundamental, este pode ser o meio de realizar concretamente o carácter de « comunhão » da Igreja, que encontra o seu fundamento na comunhão íntima da Trindade e a reflecte. Entre os membros desta comunidade que constitui a Igreja, existe uma igualdade natural de dignidade e de missão que provém do baptismo, e está na base da estrutura jerárquica e da diversidade dos cargos e das funções. Esta igualdade exprimir-se-á numa partilha da informação e das opiniões honesta e respeitosa.

Em caso de desacordo, é importante saber que « não é exercendo pressão sobre a opinião pública que se pode contribuir para o esclarecimento dos problemas doutrinários e servir a verdade ».<sup>[23]</sup> « Na realidade, as opiniões dos fiéis não podem ser pura e simplesmente identificadas com o "sensus fidei" ».<sup>[24]</sup>

Por que razão a Igreja se pronuncia com insistência sobre o direito das pessoas a uma informação correcta? Por que motivo a Igreja sublinha o próprio direito ao anúncio autêntico da verdade evangélica? Por que razão a Igreja recorda a responsabilidade dos seus pastores de comunicar a verdade e preparar os fiéis a fazerem o mesmo? Porque a compreensão total da comunicação no interior da Igreja baseia-se no facto de o Verbo de Deus se comunicar por si mesmo.

### ***E. Os mass media ao serviço de uma nova evangelização***

11. Além dos meios tradicionais em vigor, como o testemunho de vida, o catecismo, o contacto pessoal, a piedade popular, a liturgia e outras celebrações análogas, o uso dos meios de comunicação tornou-se essencial para a evangelização e para a catequese. Portanto, a « Igreja viria a sentir-se culpável diante do seu Senhor, se ela não lançasse mão destes meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados ».<sup>[25]</sup> Os meios de comunicação social podem e devem ser instrumentos ao serviço do programa de reevangelização e de nova evangelização da Igreja no mundo contemporâneo. Em vistas da nova evangelização, será dada uma atenção especial ao impacto audiovisual das comunicações, segundo a máxima « ver, avaliar, agir ».

Entretanto, é muito importante, para a posição que a Igreja deve tomar em relação aos mass media e à cultura, que eles contribuem a elaborar, ter sempre presente que « não é suficiente usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas

é necessário integrar a mensagem nesta "nova cultura", criada pelas modernas comunicações... com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas ».[26] A evangelização actual deveria encontrar apoio na presença activa e aberta da Igreja no mundo das comunicações.

### III.

#### DESAFIOS ACTUAIS

##### ***A. Necessidade de uma avaliação crítica***

12. Se a Igreja adopta uma atitude positiva e aberta em relação aos meios de comunicação, procurando penetrar a nova cultura por eles criada a fim de a evangelizar, é necessário que ela proponha também uma avaliação crítica dos mass media e do seu impacto na cultura.

Como dissemos várias vezes, a tecnologia das comunicações constitui uma maravilhosa expressão do génio humano e os meios de comunicação trazem grandes vantagens à sociedade. Mas como evidenciámos, a aplicação da tecnologia das comunicações não foi mais que um semibenefício, e para a sua utilização consciente são necessários valores sãos e escolhas prudentes, da parte dos indivíduos, do sector privado, dos governos e de toda a sociedade. A Igreja não pretende ditar estas decisões e escolhas, mas procura fornecer uma verdadeira ajuda, indicando critérios éticos e morais aplicáveis neste domínio, critérios que se encontrarão nos valores tanto humanos como cristãos.

##### ***B. Solidariedade e desenvolvimento integral***

13. Na situação actual, verifica-se que os meios de comunicação agravam os obstáculos individuais e sociais, que impedem a solidariedade e o desenvolvimento integral da pessoa humana. Estes obstáculos são, especialmente, o secularismo, o consumismo, o materialismo, a desumanização e a ausência de interesse pela condição dos pobres e dos desprotegidos.[27]

Nesta situação, a Igreja, que reconhece nos instrumentos de comunicação social « o caminho que hoje se privilegia para a criação e a transmissão da cultura », [28] sente-se no dever de propor uma formação aos profissionais da comunicação e ao público, para que eles considerem os meios de comunicação com um « sentido crítico, animado da paixão pela verdade »; reconhece também o seu dever de se comprometer « numa acção de defesa da liberdade, do respeito pela dignidade pessoal, da elevação da autêntica cultura dos povos, com a recusa firme e corajosa de toda a forma de monopolização e de manipulação » [29]

##### ***C. Políticas e estruturas***

14. É evidente que, a este respeito, alguns problemas são o fruto de políticas e estruturas particulares dos meios de comunicação: citamos, a título de exemplo, o

facto de ser recusado, a certos grupos ou classes, o acesso aos meios de comunicação, a redução sistemática do direito fundamental à informação em alguns lugares, a extensão da autoridade que algumas elites económicas, sociais e políticas exercem nos meios de comunicação.

Tudo isto é contrário aos objectivos fundamentais e à própria natureza dos meios de comunicação, cujo papel social particular e necessário é contribuir para a garantia do direito do homem à informação, à promoção da justiça, à procura do bem comum, à assistência aos indivíduos, aos grupos e povos em busca da verdade. Os meios de comunicação exercem estas funções capitais, ao favorecerem a troca de ideias e de informações entre todas as classes e sectores da sociedade, e ao oferecerem a todos os responsáveis a oportunidade de serem ouvidos.

#### ***D. Desafios do direito à informação e às comunicações***

15. Não se pode aceitar que exercer a liberdade de comunicar dependa da riqueza material, da educação ou do poder político. O direito de comunicar é direito de todos. Isto requer esforços especiais, tanto a nível nacional como internacional, não só para proporcionar aos pobres e aos mais fracos o acesso à informação de que necessitam para o seu desenvolvimento individual e social, como também para fazer de modo que eles desempenhem um papel efectivo, responsável, na decisão do conteúdo dos meios de comunicação e na determinação das estruturas e das políticas das instituições nacionais de comunicação.

Onde o domínio dos meios de comunicação por elites seja favorecido por estruturas políticas e jurídicas, a Igreja deve insistir no respeito pelo próprio direito de comunicar, de modo especial no próprio direito de acesso aos mass media, procurando outros modelos de comunicação para os seus membros e para toda a população. O direito à comunicação faz parte, aliás, do direito à liberdade religiosa, e não deveria ser limitado à liberdade de culto.

### **IV.**

#### **PRIORIDADES PASTORAIS**

#### **E RESPECTIVOS MEIOS DE RESPOSTA**

##### ***A. Defesa das culturas humanas***

16. Dada a situação existente em numerosos lugares, a sensibilidade aos direitos e aos interesses dos indivíduos pode, frequentemente, motivar a Igreja a favorecer outros meios de comunicação. No campo da evangelização e da catequese, a Igreja deverá, frequentemente, tomar medidas que visem preservar e favorecer « meios de comunicação populares », e outras formas tradicionais de expressão, reconhecendo que, em algumas sociedades, eles podem ser mais eficazes para a difusão do Evangelho do que os meios de comunicação mais recentes, porque tornam possível

uma maior participação pessoal, e atingem níveis mais profundos de motivação e de sensibilidade humanas.

A omnipresença dos meios de comunicação no mundo contemporâneo não diminui minimamente a importância de outros meios de comunicação, que permitem às pessoas um empenho e uma participação activa na produção e concepção da comunicação. Com efeito, os meios de comunicação populares e tradicionais não representam unicamente uma encruzilhada importante de expressão da cultura local, mas permitem, também, desenvolver uma competência em relação à criação e uso activos dos meios de comunicação.

Consideramos de igual modo significativo o desejo de numerosos povos e grupos humanos dispor de sistemas de comunicação e de informação mais justos e imparciais, para se defenderem da dominação e da manipulação, venham elas do estrangeiro ou dos próprios compatriotas. Os países em vias de desenvolvimento têm este receio em relação aos países desenvolvidos; as minorias de certas nações, desenvolvidas ou em vias de desenvolvimento, sentem a mesma preocupação. Seja qual for a situação, será necessário que os cidadãos possam tomar parte activa, autónoma e responsável na comunicação, pois ela influencia, de diversas formas, as suas condições de vida.

### ***B. Desenvolvimento e promoção dos meios de comunicação da Igreja***

17. Não obstante a Igreja continue a empenhar-se, de vários modos, no campo da comunicação e dos mass media, e apesar das múltiplas dificuldades encontradas, ela deve desenvolver, sustentar e favorecer os seus próprios instrumentos e programas católicos de comunicação. Estes compreendem a imprensa, editores, rádio e televisão católicas, gabinetes de informação e de relações públicas, de formação à prática e às questões dos mass media, a pesquisa sobre os meios de comunicação, as relações com os profissionais dos organismos de comunicação relacionados com a Igreja — especialmente os organismos católicos internacionais de comunicação — cujos membros são colaboradores competentes das conferências episcopais, assim como dos bispos individualmente.

O trabalho dos meios de comunicação católicos não é só uma actividade complementar que se vem juntar às outras actividades da Igreja: a comunicação social tem, com efeito, um papel a desempenhar em todos os aspectos da missão da Igreja. Não é suficiente, também, ter um plano pastoral de comunicação, mas é necessário que a comunicação faça parte integrante de todos os planos pastorais, visto que a comunicação tem, *de facto*, um contributo a dar a qualquer outro apostolado, ministério ou programa.

### ***C. Formação dos cristãos responsáveis pela comunicação***

18. A educação e a formação para a comunicação devem fazer parte integrante da formação dos agentes pastorais e dos sacerdotes.<sup>[30]</sup> São necessários vários elementos e aspectos para esta educação e formação.

No mundo actual, tão influenciado pelos mass media, é necessário, por exemplo, que as pessoas comprometidas na Igreja tenham, pelo menos, uma visão de conjunto do impacto que as novas tecnologias da informação e dos mass media exercem sobre os indivíduos e a sociedade. Devem ainda estar prontas a partilhar o seu ministério, tanto com aqueles que são « ricos em informação » como com os que são « pobres em informação ». Devem também saber como convidar ao diálogo, evitando um estilo de comunicação susceptível de sugerir domínio, manipulação ou o próprio proveito. Quanto aos que estarão activamente empenhados em trabalhos de comunicação para a Igreja, é necessário que adquiram competência profissional em matéria de mass media, assim como uma formação doutrinal e espiritual.

#### ***D. Pastoral dos responsáveis da comunicação***

19. O trabalho no campo das comunicações supõe pressões psicológicas e dilemas éticos particulares. Ao considerarmos a importância do papel desempenhado pelos mass media na formação da cultura contemporânea e na estruturação da vida de numerosos indivíduos e sociedades, parece ser essencial que os profissionais dos mass media profanos, assim como das indústrias da comunicação, considerem as suas responsabilidades com um profundo ideal e vontade de servir a humanidade.

Isto requer da Igreja uma responsabilidade correspondente: é necessário que ela elabore e proponha programas pastorais que respondam exactamente às condições particulares de trabalho e aos desafios éticos, com os quais se defrontam os profissionais da comunicação. Com efeito, estes programas pastorais deveriam comportar uma formação permanente, que possa ajudar estes homens e mulheres — muitos dos quais desejam sinceramente saber e praticar o que é justo nos planos ético e moral — a estarem cada vez mais impregnados de critérios morais, tanto no sector profissional como a nível privado.

### **V.**

#### **NECESSIDADE DE UMA PLANIFICAÇÃO PASTORAL**

##### ***A. Responsabilidades dos Bispos***

20. Reconhecendo o valor, e mesmo a urgência dos apelos que emanam do mundo da comunicação, os Bispos e os responsáveis pela decisão da distribuição dos recursos da Igreja — limitados a nível tanto humano como material — deveriam esforçar-se em conceder prioridade a este campo, tendo em conta as situações específicas da sua nação, região e diocese.



Pode suceder que esta necessidade se faça sentir mais intensamente hoje que no passado, precisamente porque, por um lado, o grande « areópago » contemporâneo dos mass media foi, até agora, mais ou menos negligenciado pela Igreja.<sup>[31]</sup> Como evidenciou o Santo Padre: « deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os mass media foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral ». <sup>[32]</sup> Esta situação requer algumas correcções.

### ***B. Urgência de um plano pastoral de comunicação***

21. Recomendamos particularmente que as Dioceses e as Conferências ou assembleias episcopais tomem providências para que a questão dos mass media seja abordada nos seus planos pastorais. Convém que redijam planos pastorais particulares relativos à comunicação, ou revejam e actualizem os que já existem, mantendo um processo de revisão e actualização permanentes. Para este fim, os Bispos deveriam procurar a colaboração de profissionais da comunicação — que trabalhem nos mass media profanos ou nos organismos da Igreja relacionados com o campo da comunicação — e outros organismos internacionais e nacionais do cinema, da rádio, da televisão e da imprensa.

Algumas Conferências episcopais já foram ajudadas por alguns planos pastorais que descrevem, de modo concreto, as necessidades existentes e os objectivos a atingir, e que encorajam a coordenação dos esforços. Os resultados do estudo, assim como as estimativas e consultas, que permitiram a redacção destes documentos, poderiam e deveriam circular em todos os níveis da Igreja, pois eles fornecem dados úteis para a pastoral. Podem também adaptar-se às necessidades das Igrejas locais planos realistas e práticos que deveriam ser objecto de revisão e adaptação permanentes, de acordo com a evolução das necessidades.

Terminamos este documento, fornecendo elementos de plano pastoral, e sugerindo questões que possam ser tratadas em cartas pastorais ou em declarações episcopais, sejam elas nacionais ou locais. Estes elementos são extraídos das propostas de Conferências episcopais ou de profissionais dos mass media.

### **CONCLUSÃO**

22. Reafirmamos que a « Igreja encara estes meios de comunicação social como "dons de Deus", na medida em que, segundo a intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica ». <sup>[33]</sup> Do mesmo modo que o Espírito ajudou os antigos profetas a decifrar o plano de Deus através dos sinais dos tempos, Ele ajuda hoje a Igreja a interpretar os sinais do nosso tempo e a realizar a sua tarefa profética, que comporta o estudo, a avaliação e

o bom uso, que hoje se tornaram fundamentais, das tecnologias e dos meios de comunicação.

\*\*\*\*

## ANEXO

### ELEMENTOS PARA UM PLANO PASTORAL DE COMUNICAÇÃO

23. A situação dos mass media e as possibilidades oferecidas à Igreja no campo da comunicação, diferem de nação para nação, e mesmo de diocese para diocese, dentro do mesmo país. Resultam daí, naturalmente, diferenças na atitude que a Igreja adoptará, segundo os lugares, perante os mass media e a cultura, que eles contribuem a formar, e as diversidades de planos e modos de participação em função das situações locais.

Cada Conferência episcopal e cada Diocese devem elaborar um plano pastoral, completo, de comunicação, consultando de preferência representantes dos organismos católicos internacionais e nacionais da comunicação, assim como profissionais dos mass media locais. Seria necessário, além disso, que outros planos pastorais, especialmente os que se referem ao serviço social, à educação e à evangelização, tenham em conta, na sua elaboração e actuação, aquilo que diz respeito à comunicação. Um número considerável de Conferências episcopais e de Dioceses já elaboraram planos que incluem as necessidades da comunicação, definem objectivos, fazem previsões realistas de financiamento e coordenam esforços diferentes efectuados neste campo.

Propomos as seguintes linhas de orientação, para ajudar os que deverão elaborar estes planos pastorais, ou serão encarregados de actualizar os planos existentes.

#### **Linhas orientadoras para a elaboração de planos pastorais dos meios de comunicação numa Diocese, numa Conferência episcopal ou num Sínodo patriarcal**

24. Um plano pastoral de comunicação deveria incluir os seguintes elementos:

- a) uma apresentação de conjunto, feita a partir de uma consulta extensiva, que indique, para todos os ministérios da Igreja, métodos de comunicação, respondendo às questões e às condições actuais;
- b) um inventário ou uma avaliação do ambiente dos mass media existente no território: os diferentes tipos de público, os produtores e directores dos mass media públicos e comerciais, os recursos financeiros e técnicos, os sistemas de distribuição, os recursos ecuménicos e educativos, os colaboradores dos organismos católicos de comunicação, incluindo os das comunidades religiosas;

- c) uma proposta de estrutura dos meios de comunicação eclesiais, destinados a sustentar a evangelização, a catequese e a educação, o serviço social e a cooperação ecuménica; esta deverá ocupar-se tanto quanto possível das relações públicas, da imprensa, da rádio, da televisão, do cinema, das cassetes, das redes de informática, dos serviços reprográficos e das formas análogas de telecomunicações;
- d) uma educação para os mass media que insista, particularmente, na relação entre mass media e valores;
- e) uma proposta pastoral de diálogo com os profissionais dos mass media, que insista no desenvolvimento da sua fé e do seu crescimento espiritual;
- f) uma indicação das possibilidades de obter recursos e do modo de assegurar o financiamento desta pastoral.

### **Modo de elaboração de um plano pastoral das comunicações**

25. O plano deveria propor, aos responsáveis da comunicação na Igreja, linhas directrizes e fornecer-lhes objectivos e prioridades realistas para o seu trabalho. Nós recomendamos que uma equipa, que compreenda representantes da Igreja e profissionais dos mass media, seja associada a este trabalho de elaboração, que se desenvolverá em duas fases: 1) Análise; 2) Planificação. Fase de análise

26. Fazem parte da fase de análise a avaliação das necessidades, a recolha de informação e o estudo de planos pastorais alternativos. Isto implica uma análise do contexto no qual se situa a comunicação, em especial, das forças e fraquezas inerentes às estruturas e programas eclesiais da comunicação actuais, assim como das possibilidades que se lhes apresentam e dos desafios com os quais se defrontam. Três tipos de estudo podem contribuir para angariar informações necessárias: uma avaliação das necessidades, um exame dos meios de comunicação e um inventário dos recursos. O primeiro estudo consistirá em elencar as zonas de ministério que necessitam de uma atenção especial, por parte da Conferência episcopal ou da Diocese. O segundo será concernente aos métodos em vigor — e a uma avaliação da sua eficácia — de forma a elencar as forças e as fraquezas das estruturas e do modo de proceder dos meios de comunicação já existentes. O terceiro deverá tratar dos recursos, das técnicas e das pessoas habilitadas de que a Igreja dispõe em matéria de comunicação — não se contentando apenas com os recursos «particulares» da Igreja, mas tendo também em conta aqueles de que poderia dispor no mundo do comércio, da indústria dos mass media e dos organismos ecuménicos.

### **Fase de planificação**

27. Depois desta recolha e análise de dados, a equipa que elaborará o plano deveria dedicar-se aos objectivos e às prioridades da Conferência episcopal ou da Diocese, no campo da comunicação. Entrar-se-á, então, na fase de planificação. Tendo em conta

as circunstâncias locais, a equipa deveria, sucessivamente, debruçar-se sobre os seguintes problemas.

28. *A educação*: as questões das comunicações e da comunicação de massa abrangem todos os níveis do ministério pastoral, incluindo a educação. Um plano de comunicação deveria esforçar-se por:

a) propor possibilidades de educação em matéria de comunicação, apresentando-as como componentes essenciais da formação dos que estão empenhados na acção da Igreja, sejam eles seminaristas, sacerdotes, religiosos, religiosas ou animadores leigos;

b) encorajar as escolas e as universidades católicas a propor programas e cursos relacionados com as necessidades da Igreja e da sociedade em matéria de comunicação;

c) propor cursos, laboratórios e seminários de tecnologia, de gestão, de ética e de política da comunicação, destinados aos responsáveis da Igreja nesta matéria, aos seminaristas, aos religiosos e ao clero;

d) prever e pôr em prática programas de educação e de compreensão dos mass media, dirigidos aos professores, pais e estudantes;

e) encorajar os criadores e escritores artísticos a transmitir os valores evangélicos através do uso que fazem dos seus talentos, na imprensa, no teatro, na rádio, em emissões televisivas, em filmes recreativos e educativos;

f) catalogar os novos métodos de evangelização e de catequese, aos quais se podem aplicar as tecnologias da comunicação e os meios de comunicação.

29. *Formação espiritual e assistência pastoral*. Os profissionais católicos, leigos e outras pessoas que trabalham no apostolado eclesial da comunicação social ou nos mass media profanos com frequência esperam da Igreja uma orientação espiritual e um apoio pastoral. Um plano pastoral de comunicação deveria, por conseguinte, procurar:

a) propor aos leigos católicos e aos outros profissionais da comunicação ocasiões para enriquecer a sua formação profissional, através de jornadas de recollecção, retiros, seminários e grupos de apoio profissional;

b) propor uma assistência pastoral que procure o apoio necessário para a cultivação da fé dos responsáveis da comunicação, e fomentar o seu sentido de dedicação nesta tarefa difícil, que consiste em transmitir ao mundo os valores humanos

30. *Colaboração*. A colaboração compreende a partilha de recursos entre as Conferências episcopais e as Dioceses, assim como entre as Dioceses e outras instituições, tais como as comunidades religiosas, universidades, e organismos que operam no campo da saúde. Um plano pastoral para a comunicação deveria visar:

- a) reforçar as relações e estimular a consulta entre os responsáveis da Igreja e os profissionais dos mass media, os quais muito podem oferecer à Igreja, no que diz respeito à utilização dos mass media;
- b) procurar meios de cooperação entre centros regionais e nacionais, e favorecer o desenvolvimento de redes comuns de promoção, de comercialização e distribuição;
- c) favorecer a colaboração com as congregações religiosas que trabalham no campo da comunicação social;
- d) colaborar com as outras Igrejas e grupos religiosos, em tudo o que se relaciona com a segurança e a garantia de acesso da religião aos mass media, assim como garantir a colaboração « no campo dos novos meios de comunicação: principalmente quanto ao uso comum dos satélites, das redes via cabo, dos bancos de dados, e, globalmente, da informática, começando pela compatibilidade dos sistemas ». [\[34\]](#)
- e) cooperar com os mass media profanos, sobretudo no que diz respeito às preocupações comuns, que têm a que ver com as questões religiosas, morais, éticas, culturais, educativas e sociais.

31. *Relações públicas.* As relações públicas necessitam, por parte da Igreja, de uma comunicação activa com a comunidade através dos mass media, tanto profanos como religiosos. Estas relações, que implicam a disponibilidade da Igreja a comunicar os valores evangélicos, e a dar a conhecer os seus ministérios e programas, re querem, por seu lado, que ela faça tudo o que for possível para comprovar que reflecte, efectivamente, a imagem de Cristo. Um plano pastoral da comunicação deveria, então, tender:

- a) a manter gabinetes de relações públicas, dotados de recursos humanos e materiais, suficientes para tornar possível uma verdadeira comunicação entre a Igreja e toda a sociedade;
- b) a produzir publicações e programas radiofónicos, televisivos e de vídeo, de qualidade excelente, de modo a tornar visíveis a mensagem do Evangelho e a missão da Igreja;
- c) a prever prémios e outros meios de recompensa, destinados a estimular e apoiar os profissionais dos mass media;
- d) a celebrar o Dia Mundial das Comunicações como meio de evidenciar a importância das comunicações sociais e de apoio às iniciativas tomadas pela Igreja em matéria de comunicação.

32. *Pesquisa.* As estratégias da Igreja no campo da comunicação devem fundar-se numa pesquisa séria em matéria de mass media, o que implica uma análise e avaliação feitas com conhecimento de causa. Importa que o estudo da comunicação dê espaço às questões e aos problemas mais importantes, com os quais a missão da

Igreja se deve confrontar, no seio da respectiva nação ou região. Um plano pastoral de comunicação deveria visar:

a) incentivar os institutos de estudos superiores, os centros de investigação e as universidades a empreender pesquisas simultaneamente fundamentais e aplicadas sobre as necessidades e as preocupações da Igreja e da sociedade, em matéria de comunicação;

b) determinar as modalidades práticas de uma interpretação da investigação realizada sobre as comunicações, e sua aplicação à missão da Igreja;

c) animar uma reflexão teológica permanente sobre meios e instrumentos de comunicação, e sobre o seu papel na Igreja e na sociedade.

33. *Comunicações e desenvolvimento dos povos.* Comunicações e mass media realmente acessíveis podem permitir a muitas pessoas de participar na economia do mundo moderno, de experimentar uma liberdade de expressão, e contribuir para o desenvolvimento da paz e da justiça no mundo. Um plano pastoral da comunicação social deveria visar:

a) que os valores evangélicos exerçam influência na vasta escala das actividades dos mass media contemporâneos desde a edição até às comunicações via satélite — de modo a contribuir para o crescimento da solidariedade internacional;

b) defender o interesse público e salvaguardar o acesso das religiões aos mass media, tomando posições bem fundadas e responsáveis sobre questões de legislação e de política da comunicação, e sobre o desenvolvimento dos sistemas de comunicação;

c) analisar o impacto social das tecnologias de comunicação avançadas, e contribuir para evitar rupturas sociais e desestabilizações culturais inúteis;

d) ajudar os profissionais da comunicação a definir e observar regras éticas, principalmente no que respeita à equidade, à verdade, à justiça, à decência e ao respeito pela vida;

e) elaborar métodos que incentivem um acesso aos mass media mais alargado, mais representativo e responsável;

f) exercer um papel profético, tomando a palavra no momento oportuno, quando se trata de sustentar o ponto de vista do Evangelho em relação às dimensões morais das questões importantes de interesse público.

*Cidade do Vaticano, 22 de Fevereiro de 1992, Festa da Cátedra de São Pedro Apóstolo.*

**+ JOHN P. FOLEY**

*Presidente*

**Mons. PIERFRANCO PASTORE**

Secretário

---

**Notas**

- [1] Cf. João Paulo II, *Centesimus annus*, nn. 12-23, AAS, LXIII (1991), pp. 807-821.
- [2] João Paulo II, *Redemptoris missio*, n. 37, AAS, LXXXIII (1991), p. 285.
- [3] *Communio et progressio*, n. 187, AAS, LXIII (1971), pp. 655-656.
- [4] João Paulo II, *Mensagem para a XXIV Jornada Mundial das Comunicações Sociais*, in *L'Osservatore Romano*, 25/1/1990, p. 6; cf. *Gaudium et spes*, n. 5, AAS, LVIII (1966), p. 1028.
- [5] *Ibidem*.
- [6] Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa nas comunicações sociais*, n.1, Cidade do Vaticano, 1989.
- [7] *Inter mirifica*, n. 4, AAS, LVI (1964), p. 146.
- [8] *Communio et progressio*, n. 11, AAS, LXIII (1971), p. 598.
- [9] *Rm.* 1, 20.
- [10] *Jo.* 1, 14.
- [11] *Ef.* 1, 23; 4, 10.
- [12] *Cor.* 15, 28; *Communio et progressio*, n. 11.
- [13] Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral*, n. 7, Cidade do Vaticano, 1989.
- [14] João Paulo II, *Sollicitudo rei socialis*, n. 46, AAS, LXXX (1988), p. 579.
- [15] *Gaudium et spes*, n. 11, AAS, LVIII (1966), p. 1034.
- [16] Cf. Paulo VI, *Evangelii nuntiandi*, n. 20, AAS, LXVIII (1975), pp. 18-19.
- [17] Cf. *Inter mirifica*, n. 3, AAS, LVI (1964), p. 146.
- [18] *Lumen gentium*, n. 1, AAS, LVII (1965), p. 5.
- [19] Cf. *Communio et progressio*, n. 12, AAS, LXIII (1971), p. 598.
- [20] *Ibidem*, nn. 114-121, pp. 634-636.
- [21] Cf. Cân. 212.2, AAS, LXXV, 2 (1983), p. 34.
- [22] Cf. Can. 212.3.
- [23] Congregação para a Doutrina da Fé, *Instrução sobre a vocação eclesial do teólogo*, AAS, LXXXII (1990), p. 1562.
- [24] Cf. *ibidem*, n. 35, p. 1565.
- [25] Paulo VI, *Evangelii nuntiandi*, n. 45, AAS, LXVIII (1976), p. 35.
- [26] João Paulo II, *Redemptoris missio*, n. 37, AAS, LXXXIII (1991), p. 285.
- [27] Cf. João Paulo II, *Centesimus annus*, n. 41, AAS, LXXXIII (1991), p. 841.

[28] João Paulo II, *Christifideles laici*, n. 44, AAS, LXXXI (1989), p. 480.

[29] *Ibidem*, p. 481.

[30] Cf. Congregação para a Educação Católica, *Orientações para a formação dos futuros sacerdotes acerca dos instrumentos da comunicação social*, Cidade do Vaticano, 1986.

[31] Cf. João Paulo II, *Redemptoris missio*, n. 37, c, AAS, LXXXIII (1991), p. 285.

[32] *Ibidem*.

[33] *Communio et progressio*, n. 2, AAS, LXIII (1971), pp. 593-594.

[34] Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa nas comunicações sociais*, n. 14.



## APÊNDICES

**APÊNDICE A**  
**TABELA DE ANÁLISES**

## Tabela de Análise do Informativo Paroquial

Capas								
Ed.	Chamada	Fotografia	Notícia	Publicidade	Cabeçalho	Manchete	Ilustração	Layout
Jan. 2016	sem chamada na capa, apenas textos de avisos e o sumário que direciona os leitores às páginas internas.	Não	Sim. Nesta edição a notícia é a explicação do significado da logo, que é a ilustração ao lado do texto.	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.	Sim, uma	Sim, apenas uma  <b>Fonte:</b> internet	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho. Ilustração seguida de um texto em duas colunas, uma caixa de texto acima da ilustração, sumário no final da página em três colunas e agenda na cor azul no canto inferior direito. Pode se notar também o uso de quatro fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
Fev. 2016	Sim. Há uma chamada que apresenta o tema da Campanha da Fraternidade de 2016, junto com um sumário que direciona os leitores às páginas da matéria, no	Não	Não	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do	Sim, uma	Sim, apenas uma.  <b>Fonte:</b> internet	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página, ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, ilustração estourada em quatro colunas e uma caixa de texto acima da ilustração que leva para matéria interna. Sumário no final da página em três colunas e agenda na cor azul no canto inferior

	miolo do Informativo.				cabeçalho.			direito. Pode-se notar também o uso de três fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
<b>Mar. 2016</b>	sem chamada apenas avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não.	<p>Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.</p> <p>Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.</p>	Sim, uma	Não	<p>Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho. Abaixo uma tira azul em três colunas referente ao mês da páscoa, nas duas colunas do lado esquerdo há um quadro amarelo de aviso e uma propaganda institucional da igreja. Já nas duas colunas do lado direito tem somente quadros de avisos em três tonalidades na cor azul, amarelo e vermelho. Pode se notar o uso de três fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.</p>
<b>Abr.</b>	Não apresenta chamada, apenas avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não	<p>Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.</p> <p>Já o lado superior direito</p>	Sim, uma	Sim <b>Fonte:</b> internet	<p>Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho. Uma tira azul em três colunas com texto pequeno referente a ilustração que ocupa duas coluna. Abaixo da ilustração</p>

2016					<p>possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.</p>			<p>há um quadro amarelo com aviso de atendimentos dos padres nos Distritos. Nas outras duas colunas, quadros de avisos diversos. Os quadros de avisos possuem cores diversas, sendo elas, três tonalidades de azul, amarelo e vermelho. Pode-se notar também o uso de quatro fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.</p>
Maio 2016	<p>Não, há somente avisos e agenda de eventos.</p>	Não	Não	Não	<p>Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.</p> <p>Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.</p>	Sim, uma	<p>Sim</p> <p><b>Fonte:</b> internet</p>	<p>Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho. Há uma tira azul em três colunas com texto pequeno referente à ilustração que ocupa duas colunas. Abaixo da ilustração dois quadros, sendo um amarelo com avisos de atendimentos dos padres nos Distritos e outro azul com informação de ordenação. Já nas outras duas colunas, quadros de avisos diversos, sendo, três tonalidades de cor azul, vermelho, amarelo e lilás. Pode-se notar também o uso de seis fontes diferentes</p>

								e com cinco cores, amarelo, preto e branco, roxo e vermelho com uso das cores amarelo, preto e branco.
Jun. 2016	Não, há somente texto de avisos e agenda de eventos.	Sim, mas não tem legenda e crédito de quem fez a foto.	Não	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.	Sim, uma	Não	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, uma tira azul em três colunas com título referente a fotografia que ocupa duas colunas. Abaixo da imagem há dois quadros, um amarelo com aviso de atendimentos dos padres nos Distritos e outro azul sobre o aniversário do Padre. Já nas outras duas colunas, quadros de avisos diversos com cores diferentes, três tonalidades de azul, vermelho e amarelo. Pode-se notar também o uso de cinco fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
	Não, há somente texto de avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não.	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.	Sim, uma	Sim	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, uma tira azul em duas colunas com título referente à

<b>Jul. 2016</b>					Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.			ilustração que ocupa duas colunas. Abaixo da ilustração um quadro amarelo com aviso de atendimentos dos padres nos Distritos. Duas colunas com caixas coloridas de avisos diversos, sendo as cores em três tonalidades de azul, amarelo e vermelho. As duas propagandas institucionais estão na parte inferior do informativo em duas colunas cada. Pode-se notar também o uso de três fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
<b>Ago. 2016</b>	Não, há somente texto de avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.	Sim, uma	Sim  <b>Fonte:</b> internet	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, uma tira azul em três colunas com título referente á ilustração que ocupa duas colunas. Em todo o informativo possui quadros de avisos diversos e em varias cores, sendo elas, três tonalidades de azul, duas tonalidades de amarelo e vermelho. Nota-se ainda o uso de sete fontes diferentes com uso das cores amarelo,

								preto e branco.
<b>Set. 2016</b>	Não, há somente texto de avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.	Sim, uma	Sim  <b>Fonte:</b> internet	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, uma tira azul em três colunas com título referente à ilustração também em três colunas que vai até o final da página. Em uma coluna apenas o informativo possui cinco quadros de avisos diversos e em varias cores, sendo elas, três tonalidades de azul, amarelo e vermelho. Nota-se também o uso de cinco fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
<b>Out. 2016</b>	Não, há somente texto de avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.	Sim, uma	Sim  <b>Fonte:</b> internet	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, uma tira azul em três colunas com título referente à ilustração também em três colunas. Em uma coluna e no final do informativo há sete quadros de avisos diversos e em varias cores, sendo elas, três tonalidades de azul, amarelo e vermelho. É possível notar



								também o uso de quatro fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
<b>Nov. 2016</b>	Não, há somente texto de avisos e agenda de eventos.	Não	Não	Não.	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que ultrapassa o tamanho do cabeçalho.	Sim, uma	Não	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho. Propaganda intitucinal da igreja em três colunas. Abaixo da propaganda, há dois quadros de avisos. Em uma coluna no lado direito do informativo, há mais quadros de avisos diversos e em varias cores, sendo elas, três tonalidades de azul, amarelo e vermelho. Pode se notar o uso de quatro fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
<b>Dez. 2016</b>	Não, somente texto de avisos, agenda e o sumário no qual direciona os leitores às páginas internas.	Não	Não	Não	Sim, no canto superior esquerdo da página, na cor azul, com o nome do Informativo, edição, mês e ano, além do nome da paróquia, cidade e distribuição.  Já o lado superior direito possui o logo da Paróquia Santa Bibiana, que	Sim, uma	Sim, uma ilustração de Santa Bibiana	Cabeçalho e logo da Paróquia no alto da página ocupando as quatro colunas, sendo que a logo ultrapassa o padrão do cabeçalho, uma Ilustração da Santa Bibiana em três colunas, uma tira azul escrita em branco que não chega a três colunas referentes à ilustração, sumário no final da página

					ultrapassa o tamanho do cabeçalho.			em três colunas à direita, além de uma ilustração no canto superior direito e outra no canto inferior esquerdo, ambas simbolizando o natal. Em uma coluna do lado direito do informativo, quadros de avisos e também uma abaixo da ilustração, em várias cores, sendo elas, duas tonalidades de azul e a cor marrom. Pode se notar o uso de três fontes diferentes com uso das cores amarelo, preto e branco.
--	--	--	--	--	------------------------------------	--	--	---

Pag.	Matérias/Notícias ou Artigos	Fotografia/Fonte	Legenda	Layout	Ilustração/Fonte	Publicidade/Fonte
02 Jan.	Editorial produzido pelo Pe. Cristiano de Jesus, SAC	Sim, uma foto.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao canto superior esquerdo, editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma ilustração e uma chamada para o facebook em duas colunas	Uma, sem fonte.	Não.

<b>2016</b>				do lado direito. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Jan. 2016</b>	Dois textos de produção da Pascom, que apresentam chapéu e título, cada, além da assinatura e ilustração para o material.	Não	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior direito, duas matérias, cada uma ocupando quatro colunas e meia página do tabloide. No rodapé contém cinco publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branco.	Dois ilustrações sem fonte	cinco publicidades no rodapé
<b>04 Jan. 2016</b>	Nesta página há dois textos que apresentam na estrutura, chapéu, título, assinatura, e, em uma delas, olho no início do texto.	Sim, uma.	Sim, no primeiro texto há a imagem de São Vicente Pallotti, e a legenda é o nome dele.  Já no	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior esquerdo. A página começa com uma matéria em quatro colunas com fundo azul, uma foto de um Santo no canto superior esquerdo, nesta mesma matéria um quadro amarelo com um convite. Na outra metade do informativo uma ilustração	Uma, sem fonte.	cinco publicidades no rodapé.

			segundo texto, a ilustração não tem legenda.	em duas colunas junto com a matéria referente à Família. Das cores usadas nesta página, são três tonalidades de azul, além da cor amarelo, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>05 Jan. 2016</b>	Sim, dois textos. O primeiro apresenta chapéu, título, intertítulo e uma fotografia, além da assinatura. O segundo apresenta chapéu, título e assinatura. Nenhum apresenta linha-fina.	Duas, sem fonte, possivelmente retiradas da internet.	Não há.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior direito, as duas fotografias sem fonte e sem legenda ilustram as matérias relacionadas a elas que ocupam cada uma quatro colunas e meia página do tabloide. Três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades.	Não	cinco publicidades no rodapé.
<b>06 Jan. 2016</b>	Um texto com chapéu “Os 10 Mandamentos”, assinado pela Pascom, e dois textos com chapéu “Movimento e Pastorais”, um assinado pelo Dispensário Santo Antônio e a outro pela Pastoral do Dizimo.	Não	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior esquerdo, as duas ilustrações, sem fonte e legenda, pertencem a duas matérias, uma ilustração ocupa duas colunas e a matéria desta ocupa meia	Duas, sem fontes.	uma publicidade no rodapé de anunciante e um espaço de anúncio aqui.

				página e quatro colunas. A outra ilustração está em uma coluna e meia que está relacionada a uma matéria de duas colunas, a outra matéria também em duas colunas, mas, sem ilustração. Três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>07 Jan. 2016</b>	Não	Sim, há uma galeria com 23 fotos, mas não consta os créditos do fotógrafo	Sim	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao canto superior direito, abaixo dois fios-data em duas cores, azul e marrom, e no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título “Comunidade em ação” para as 23 fotografias que são colocadas uma seguida da outra. Não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo. O leitor se localiza pelos números que são colocados nas fotos e nas legendas.	Não	Não

<p><b>08 Jan. 2016</b></p>	<p>Não há matéria, notícia ou artigo. Esta é uma página direcionada à programação e avisos paroquiais.</p>	<p>Não</p>	<p>Não</p>	<p>No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado esquerdo, no canto superior, logo abaixo dois fios-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada, ficando apenas um pequeno espaço no canto inferior direito para o quadro da agenda do mês e uma ilustração da igreja referente a “feliz 2016”. As cores usadas nessa página são amarelo claro, marrom e azul. É utilizado três tipos de fontes.</p>	<p>Sim, sem fonte</p>	<p>Não</p>
<p><b>02 Fev. 2016</b></p>	<p>Editorial produzido pelo Pe. Francisco</p>	<p>Sim, sem fonte. A imagem pertence ao Editorial.</p>	<p>Não</p>	<p>No informativo consta uma linha com cabeçalho, no canto superior esquerdo, editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma publicidade de um evento em duas colunas. Três</p>	<p>Não</p>	<p>Sim</p>

				caixas de texto sendo elas, expediente, liturgias dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, dois tipos de fontes e três cores, preto e branco.		
<b>03 Fev. 2016</b>	Três textos são apresentados. O primeiro com chapéu, título, ilustração e produzido pela Pascom. O segundo, chapéu, título, intertítulo e com fonte da Canção nova e colaboração de um integrante da Pascom. Já o terceiro, com chapéu, título, ilustração e assinado pelo Dispensário Santo Antônio.	Não	Sem legendas nas duas ilustrações apresentadas	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito, três matérias, uma ocupando quatro colunas e meia página do tablóide, com uma ilustração em duas colunas, as outras duas matérias em duas colunas cada na outra metade do tabloide, sendo, que uma tem uma ilustração que ocupa uma coluna e meia. No rodapé contém cinco publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo. Duas fontes são utilizadas e duas cores preto e branco.	Duas, sem fonte.	cinco publicidades no rodapé.
<b>04 Fev. 2016</b>	Um texto com chapéu e título, produzido pelo Pe. Antônio Santana e outro texto de curiosidade com fonte da internet e colaboração da Pascom.	Sim, uma.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas com fundo azul,	Não.	cinco publicidades no rodapé.

				<p>uma foto de um Santo no canto superior esquerdo. Nesta mesma matéria um quadro amarelo com uma oração. A outra matéria pequena, para curiosidade, em quatro colunas. Nesta página são usadas três tonalidades de azul e a cor amarela, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.</p>		
<p><b>05 Fev. 2016</b></p>	<p>São três textos. Todos apresentam chapéu e título. O primeiro foi retirado da Canção Nova, com colaboração de um integrante da Pastoral de Comunicação da Paróquia, e os outros dois são de produção da Pascom.</p>	<p>Sim, uma foto, porém sem os créditos do autor.</p>	<p>A foto não apresenta legenda e nem as ilustrações.</p>	<p>No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior direito, a ilustração e a foto estão sem fonte e sem legenda e ilustram as matérias relacionadas a elas e que ocupam cada uma duas colunas e meia página na parte inferior do tabloide. A outra matéria fica na parte superior em quatro colunas. Três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.</p>	<p>Uma, sem legendas ou fonte.</p>	<p>Cinco publicidades no rodapé.</p>



<p><b>06 Fev. 2016</b></p>	<p>Sim, apresenta uma matéria produzida pela Pascom.</p>	<p>quatro fotos, sem fontes.</p>	<p>Não há legenda para nenhuma das quatro fotos.</p>	<p>No informativo há uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior esquerdo, uma única matéria que ocupa a página inteira em quatro colunas. A matéria é de perfil de adolescentes que foram para o seminário. Neste mesmo material consta a foto de cada um dos jovens. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé há uma publicidade e um espaço para possíveis anunciantes.</p>	<p>Não</p>	<p>Uma publicidade no rodapé .</p>
<p><b>07 Fev. 2016</b></p>	<p>Não há texto, somente galeria.</p>	<p>Sim, são 15 fotos ao todo na página, porém sem créditos.</p>	<p>Sim</p>	<p>No informativo consta uma linha com cabeçalho, no canto superior direito, abaixo duas tiras finas em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título para as 15 fotografias que são colocadas uma seguida da outra e não apresentam fonte. As legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo, o leitor se localiza pelos números que colocados nas</p>	<p>Não</p>	<p>Não</p>

				fotos e nas legendas.		
<b>08 Fev. 2016</b>	Não há textos, apenas a tabela com a programação de missa do mês e agenda.	Não	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, no canto superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma publicidade que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupa duas colunas cada, ficando apenas um pequeno espaço no canto inferior direito para o quadro da agenda do mês. As cores usadas nessa página são amarelo claro, marrom e azul. É utilizado três tipos de fontes.	Não	Não
<b>02 Mar. 2016</b>	Editorial produzido pelo Pe. Cristiano de Jesus e uma nota sobre o Papa.	Sim, duas fotos sem fontes.	Não há.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior esquerdo, editorial em três colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma coluna com uma foto, que se trata de uma nota emitida pela Canção Nova	Não	Não

				sobre o Papa e uma propaganda institucional do <i>Facebook</i> da igreja em duas colunas do lado direito. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Mar. 2016</b>	Três textos com chapéu, título, ilustrações e assinadas por integrantes da Pascom.	Sim, uma foto.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado direito, três matérias, uma ocupando quatro colunas e meia página do tablóide com ilustração em uma coluna e quase meia. As outras duas matérias em duas colunas, uma com uma foto e outra com uma ilustração, em uma coluna. No rodapé contém cinco publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branco.	Duas, sem fontes.	Cinco publicidades no rodapé.
<b>04 Mar. 2016</b>	Três textos com chapéu e título. A primeira assinada pelo Pe. Antônio Santana, a segunda	Sim, duas fotos.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior	Uma, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

	assinada por um integrante da Pascom e a terceira retirada certamente da internet, assinada pela Equipe do Dispensário Santo Antônio.			esquerdo. A página começa com uma matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul, uma foto de um Santo no canto superior esquerdo, nesta mesma matéria um quadro amarelo com uma oração. Na outra metade do informativo duas matérias em duas colunas cada e com uma foto e ilustração, sendo que uma das ilustrações ocupa uma coluna e meia. Referente às cores usadas nesta página, são três tonalidades de azul e a cor amarela, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé há cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>05 Mar. 2016</b>	Três textos com chapéu, título e assinatura.	Duas, sem fontes.	Não	No informativo há uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito. A primeira matéria vem na parte superior do informativo, em quatro colunas e uma foto de perfil sem fonte e legenda, outra matéria com foto ocupando duas colunas do lado	Uma, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

				esquerdo inferior, a foto desta matéria está alinhada no lado direito e colocada em uma coluna e meia, a outra matéria também em duas colunas do lado direito vem com uma ilustração em apenas uma coluna. São usados dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>06 Mar. 2016</b>	Sim, há um texto com chapéu, título, olho e assinatura, produzido pela Pascom.	Duas, sem fonte.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior esquerdo, uma única matéria que ocupa a página inteira em quatro colunas. A matéria é sobre um acampamento e apresenta depoimento de dois depoimentos de campistas, além de duas fotos de perfil dos participantes. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta uma publicidade e um espaço para possíveis anunciantes.	Uma, sem fonte.	Uma publicidade no rodapé.
<b>07 Mar.</b>	Não há texto.	Sim são treze fotos ao todo.	Sim.	No informativo consta uma linha com cabeçalho	Não.	Não.

<b>2016</b>				alinhado ao lado superior direito, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma publicidade que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título "Comunidade em ação" para as 13 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números. Não há fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo o leitor se localiza pelos números que colocados nas fotos e nas legendas.		
<b>08 Mar. 2016</b>	Não há textos, somente a tabela com a programação das missas.	Não	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito, uma chamada que propõe ao leitor olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que	Não	Não

				ocupam duas colunas cada e toda a página do tabloide. Somente a cor azul é usada na tabela de missa, fora a cor preta e branca usadas nas fontes. São utilizados dois tipos de fontes.		
<b>02 Abr. 2016</b>	Sim, um texto da sessão Editorial produzido pelo Pe. Antônio Santana.	Uma, sem fonte.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior esquerdo, editorial em três colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma publicidade sobre o risco da dengue, em uma coluna, e uma ilustração que chama para o Facebook da Igreja, em duas colunas. Três caixas de texto, sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.	Uma.	Uma.
<b>03 Abr.</b>	Três textos, todas assinadas pela Pascom e que apresentam título e chapéu.	Uma, sem fonte, possivelmente tirada da internet.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado direito, três matérias, uma ocupando quatro colunas e menos de meia página do tabloide,	Duas, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

2016				com uma fotografia sem fonte e sem legenda colocada em uma coluna e meia. As outras duas matérias em duas colunas cada e com uma ilustração cada em uma coluna. No rodapé contém cinco publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branco.		
04 Abr. 2016	Sim, são dois textos. O primeiro com chapéu, título e um box informativo. O segundo Com chapéu, título e também box informativo, assinado pelo Dispensário Santo Antônio.	Quatro, sem fontes.	Sim, somente em uma delas.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul, uma foto de um Santo no canto superior esquerdo. Nesta mesma matéria um quadro amarelo com uma notícia. Na outra metade do informativo uma matéria em quatro colunas com uma ilustração e três fotografias, ambas sem legende e fonte. No final da matéria um quadro amarelo com um lembrete. Referente às cores usadas nesta página, são três	Uma, sem fonte	Cinco publicidades no rodapé.



				tonalidades de azul e a cor amarela, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>05 Abr. 2016</b>	Dois textos com chapéu e título. O primeiro assinado pelo Diácono Fernando José Rigão, SAC, e o segundo assinado pelo Reginaldo Perrud-Pastoral do Dízimo.	Uma, sem fontes.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito. A primeira matéria vem na parte superior do informativo, em quatro colunas e meia página do tabloide e uma foto de perfil sem fonte e legenda. A segunda matéria também em quatro colunas na parte inferior do tabloide e com uma ilustração que ocupa duas colunas. São usados dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.	Não	Cinco publicidades no rodapé.
	Dois textos com chapéu, título e imagens. Ambos assinados por integrantes da Pascom.	Uma, sem fonte.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, duas matérias que ocupam meia página cada uma e quatro colunas.	Uma, sem fonte.	Uma publicidade no rodapé.

<b>06 Abr. 2016</b>				Uma matéria contém foto sem fonte e sem legenda e a outra uma ilustração, ambas colocadas em duas colunas. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta uma publicidade de anunciante que patrocina o informativo e um espaço para possíveis anunciantes.		
<b>07 Abr. 2016</b>	Não há textos, somente galeria de fotos.	Sim, são 17 fotos ao todo.	Sim.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título "Comunidade em ação" para as 17 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo o leitor se localiza pelos números que colocados nas fotos e nas legendas.	Não	Não
	Não há textos, somente a tabela com a programação da missa.	Não	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho,	Não	Não

08 Abr. 2016				alinhado ao lado superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma publicidade que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupa duas colunas cada e toda a página do tabloide. Somente a cor azul é usada na tabela de missa fora a cor preta e branca usada nas fontes. É utilizado dois tipos de fontes.		
02 Maio 2016	Sim, um texto editorial produzido pelo Diácono Fernando.	Sim, uma e sem fonte.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado esquerdo, editorial em três colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Duas propagandas institucionais da Pascom, uma do facebook da igreja em duas colunas e outra em uma coluna do lado direito da igreja sobre o dia das mães. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia	Não	Não.

				dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Maio 2016</b>	Sim, são dois textos com chapéu e título e assinados por integrantes da Pascom.	Uma, sem fonte, possivelmente tirada da internet.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito, duas matérias de datas comemorativas, sendo elas, Dias das Mães e Corpus Christi, ambas em quatro colunas e meia página do tabloide cada. Uma das matérias contem uma fotografia, sem fonte e sem legenda, colocada em duas colunas. Já a ilustração ocupa uma coluna e meia, também sem fonte e sem legenda. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branca.	Uma, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.
	Três textos com chapéu, sendo eles “São Vicente Pallotti” que é uma matéria referente a um Santo, que foi produzida	Sim.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado esquerdo, a página começa com uma	Sim, uma sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

<p><b>04</b> <b>Maio</b> <b>2016</b></p>	<p>por Pe Antonio, SAC, certamente tirada da internet, outro chapéu “Pastorais e Movimentos” assinada pela Equipe do Dispensário Santo Antonio e a outra “Os 10 Mandamentos” assinada por participantes da Pascom.</p>			<p>matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul, uma foto de um Santo no canto superior esquerdo, nesta mesma matéria um box amarelo com uma notícia. Na outra metade do informativo mais duas matérias em duas colunas, uma com ilustração e a outra um lembrete com o fundo amarelo. Referente às cores usadas nesta página, são três tonalidades de azul e a cor amarela, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.</p>		
<p><b>05</b> <b>Maio</b> <b>2016</b></p>	<p>Três textos com chapéu, sendo uma de “Curiosidades” assinada por participante da Pascom e duas de “Santos do mês”, também assinados por participantes da Pascom.</p>	<p>Não</p>	<p>Não</p>	<p>No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior direito, a primeira matéria vem na parte superior do informativo, em quatro colunas e meia página do tabloide e uma ilustração sem fonte e legenda distribuída em duas colunas, as outras duas matérias em duas colunas</p>	<p>Três, sem fonte.</p>	<p>Cinco publicidades no rodapé de anunciantes.</p>

				cada com ilustração em uma. São usados dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>06 Maio 2016</b>	Dois textos com chapéu , “Vaticano e atualidade” assinado por participante da Pascom e “Santos do mês” também assinado por participante da Pascom.	Uma, sem créditos do autor.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, duas matérias que ocupam meia página cada uma e quatro colunas. Uma matéria contém foto sem fonte e sem legenda e a outra uma ilustração, ambas colocadas em duas colunas. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.	Uma, sem fonte.	Não.
<b>07</b>	Não há texto, somente galeria de fotos.	Sim, ao todo são 13 fotos e sem créditos.	Sim	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhado ao lado superior direito, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada para o site, que leva o leitor a olhar mais fotos. Na parte	Não	Não

<b>Maio 2016</b>				superior esquerda um título “Comunidade em ação” para as 13 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo o leitor se localiza pelos números que colocados nas fotos e nas legendas.		
<b>08 Maio 2016</b>	Não há texto, somente a tabela com a programação da missa.	Não.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada e toda a página do tabloide. Somente a cor azul é usada na tabela de missa fora a cor preta e branca usada nas fontes. São utilizados dois tipos de fontes.	Não.	Não.
	Editorial produzido pelo Pe	Uma, sem fonte.	Não	No informativo consta uma	Não.	Não.

<b>02 Jun. 2016</b>	Cristiano de Jesus, SAC.			linha com cabeçalho alinhada ao lado superior esquerdo, editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma chamada para o facebook da igreja em duas colunas e uma ilustração em duas colunas abaixo do editorial do Papa Francisco. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Jun. 2016</b>	Dois textos com chapéu, “Santo do mês” e “Família e Igreja”, ambos assinados por participantes da Pascom.	Sim, uma foto e sem fonte.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito, duas matérias, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. Uma das matérias apresenta uma fotografia sem fonte e sem legenda colocada em uma coluna, já a ilustração ocupa duas colunas, também sem fonte e sem legenda. No rodapé contém quatro publicidades	Sim, uma ilustração.	Quatro publicidades no rodapé.



				de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anúncio aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branca.		
<b>04 Jun. 2016</b>	Dois textos com chapéu e título, que foram assinados por participantes da Pascom.	Não.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul, uma foto no centro da matéria ocupando duas colunas. Na outra metade do informativo uma matéria em quatro colunas com uma ilustração no canto superior direito em duas colunas. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.	Uma, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.
<b>05 Jun. 2016</b>	Três textos com chapéu e títulos. Dois textos assinados por integrantes da Pascom e outro assinado pela equipe do Dispensário Santo Antônio.	Sim, há duas fotos, porém sem fonte.	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhada ao lado superior direito. A primeira matéria esta no lado esquerdo em	Não	Cinco publicidades no rodapé.

				duas colunas e vai até o final da página. Tem uma foto sem fonte e sem legenda que passa um pouco de uma coluna, a segunda matéria está no canto superior direito em duas colunas, e uma foto sem fonte e sem legenda em uma coluna e no final desta matéria um lembrete com fundo amarelo. O terceiro texto esta no canto inferior direito em duas colunas. São usados três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>06 Jun. 2016</b>	Duas notas de Datas comemorativas, com dia, hora e local dos eventos.	Não.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, em toda a página consta somente agenda de comemorações da paróquia. Três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciantes que possam ajudar a patrocinar	Não.	Não.

				a impressão do informativo.		
<b>07 Jun. 2016</b>	Não há, somente galeria de fotos nesta página.	Sim, sem créditos.	Sim.	No informativo consta uma linha com cabeçalho, alinhado ao lado superior direito, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma publicidade que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título "Comunidade em ação" para as 11 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo, local em que o leitor se localiza pelos números que colocados nas fotos e nas legendas.	Não.	Não.
<b>08 Jun. 2016</b>	Não há, somente a tabela com a programação da missa.	Não.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título	Não.	Não.

				em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada e toda a página do tabloide. Somente a cor azul é usada na tabela de missa fora a cor preta e branca usada nas fontes. É utilizado dois tipos de fontes. No final da tabela tem uma faixa marrom degrade que avisa ao leitor que mais aviso consta na capa.		
<b>02 Jul. 2016</b>	Sim, um texto Editorial produzido pelo Pe Francisco.	Sim, uma foto, mas sem fonte.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior esquerdo, texto editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma chamada para o facebook da igreja em duas colunas. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.	Não.	Não.
<b>03 Jul.</b>	Sim, dois textos com chapéu e título. Ambos assinados por	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com o cabeçalho,	Duas, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.

<b>2016</b>	integrantes da Pascom.			alinhada ao lado superior direito, duas matérias, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. As duas apresentam ilustrações alinhadas no lado direito em duas colunas, sem fonte e sem legenda No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branco.		
<b>04 Jul. 2016</b>	Dois textos com chapéu e título assinados por participantes da Pascom.	Sim, uma foto, mas sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo. A página começa com uma matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul. Na outra metade do informativo uma matéria em quatro colunas com uma foto no canto direito em duas colunas, sem fonte e sem legenda. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco	Não.	Cinco publicidades no rodapé.

				publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>05 Jul. 2016</b>	Sim, são três textos com título e chapéu. O primeiro assinado por um integrante da Pascom, o segundo assinado pela Equipe do Dispensário Santo Antônio e o terceiro assinado pela Canção Nova.	Sim, duas fotos, sem fontes.	Não	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior direito, a primeira matéria esta no lado esquerdo em duas colunas e vai até o final da página e contém uma ilustração em uma coluna e meia. A segunda matéria está no canto superior direito em duas colunas e uma foto sem fonte e sem legenda em uma coluna, esta mesma matéria tem um parágrafo desatado com um fundo amarelo. A terceira matéria esta no canto inferior direito em duas colunas, com uma fotografia sem fonte e sem legenda em duas colunas. São usados três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui.	Sim, uma, mas sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.
<b>06 Jul.</b>	Dois textos com chapéu, e título, sendo o primeiro assinado	Sim, uma foto, mas sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho	Uma, sem fonte.	Não.

<b>2016</b>	por um integrante da Pascom e o segundo uma colaboração para a Pascom.			alinhado ao lado superior esquerdo, cada uma das matérias ocupa meia página e quatro colunas do tabloide, sendo que uma tem ilustração e a outra uma fotografia, e ambas estão colocadas em duas colunas. A matéria dos Santos do mês vem destacada com um fundo azul. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco, são utilizados nesta página. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.		
<b>07 Jul. 2016</b>	Não há texto, somente galeria de fotos.	Sim, ao todo são 15 fotos, sem créditos.	Sim.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior direito, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título "Comunidade em ação" para as 15 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não	Não.	Não.

				contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo o leitor se localiza pelos números que colocados nas fotos e nas legendas.		
<b>08 Jul. 2016</b>	Não há texto, apenas a tabela com a programação de missa do mês e agenda de eventos.	Não	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada, ficando apenas um pequeno espaço no canto inferior direito para o box da agenda do mês. As cores usadas nessa página são amarelo claro, marrom e azul. São utilizados três tipos de fontes.	Não	Não.
<b>02 Ago.</b>	Sim, há um texto Editorial produzido pelo Pe Fernando José Rigão, Sac.	Sim, uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior	Não.	Não.



<b>2016</b>				esquerdo, editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma propaganda institucional de um evento da igreja em duas colunas. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Ago. 2016</b>	Sim, dois textos com chapéu e título, ambos assinados pela Pascom.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no canto superior direito, duas matérias, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. Uma contém uma fotografia em uma coluna e a outra uma ilustração em duas colunas, sem fonte e sem legenda. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branco.	Uma, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.
<b>04 Ago.</b>	Sim, dois textos com chapéu e título. Ambos assinados por	Duas, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho,	Uma, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

2016	integrantes da Pascom.			alinhado ao lado esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul, nesta mesma, contém duas fotografias sem fonte e sem legenda, uma esta em uma coluna e a outra em duas colunas. Na outra metade do informativo uma matéria em quatro colunas com uma ilustração no canto direito em uma coluna, sem fonte e sem legenda. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
05 Ago. 2016	Sim, são dois textos com chapéu e título. O primeiro retirado da internet, com contribuição da Pascom e o segundo sem assinatura.	Sim, duas fotos, mas sem fonte e provavelmente retiradas do <i>Facebook</i> .	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado direito, as duas matérias ocupam meia página e quatro colunas cada uma, a primeira tem uma ilustração que passa um pouco de uma coluna e esta no canto direito. Já a outra matéria tem duas	Uma, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.

				fotografias de perfil. São usados três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anúncio aqui.		
<b>06 Ago. 2016</b>	Dois textos com chapéu e título. Ambos assinados por integrantes da Pascom.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, duas matérias que ocupam meia página cada uma e quatro colunas. Uma matéria contém foto sem fonte e sem legenda e a outra uma ilustração, ambas colocadas em duas colunas. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.	Uma, sem fonte.	Não.
<b>07 Ago. 2016</b>	Não há texto, somente galeria de fotos.	Sim, ao todo são 13 fotos, mas sem fonte.	Sim.	No informativo consta uma um fio-data com cabeçalho alinhado ao lado superior direito, em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na	Não.	Não.

				parte superior esquerda um título “Comunidade em ação” para as 13 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo. O leitor se localiza pelos números que são colocados nas fotos e nas legendas.		
<b>08 Ago. 2016</b>	Não há texto, somente a tabela com a programação da missa.	Não	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho alinhado ao lado esquerdo, em duas cores, azul e marrom. No canto superior direito uma publicidade que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada e toda a página do tabloide. Somente a cor azul é usada na tabela de missa fora a cor preta e branca usada nas fontes. São utilizados dois tipos de fontes. No final da tabela tem uma faixa	Não.	Não.

				marrom degrade que avisa ao leitor que mais aviso consta na capa.		
<b>02 Set. 2016</b>	Sim, texto Editorial produzido pelo Pe Cristiano de Jesus, SAC.	Sim, uma foto , sem fonte.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado superior esquerdo, editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma chamada para o facebook da igreja em duas colunas e uma ilustração em duas colunas abaixo do editorial do Papa Francisco, retirada da internet. Três caixas de textos sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.	Uma, sem fonte.	Não.
<b>03 Set. 2016</b>	Sim, são dois textos com chapéu, ambos assinados por integrantes da Pascom.	Sim, uma foto, mas sem crédito.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no lado superior direito, duas matérias, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. Uma contém uma fotografia em uma coluna e a outra uma ilustração em	Uma, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.

				duas colunas, sem fonte e sem legenda. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anúncio aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branca.		
<b>04 Set. 2016</b>	Três textos com título e chapéu. Dois assinados por integrantes da Pascom e um pela Equipe do Dispensário Santo Antônio.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no lado superior esquerdo. A página começa com uma matéria em quatro colunas e meia página do tabloide com fundo azul. Nesta mesma página contém uma ilustração sem fonte e sem legenda. Na outra metade do informativo, duas matérias e uma nota de agradecimento em duas colunas cada. A ilustração é da matéria que está no canto inferior esquerdo do tabloide em uma coluna e meia, sem fonte e sem legenda. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco	Uma, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

				publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>05 Set. 2016</b>	Dois textos com chapéu e título, assinados por integrantes da Pascom.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no lado superior direito, as duas matérias ocupam meia página e quatro colunas cada. A primeira tem uma ilustração em três colunas, já a outra matéria tem uma fotografia possivelmente retirada da internet, ocupando uma coluna e meia. São usados três tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui.	Uma, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.
<b>06 Set. 2016</b>	Três textos com chapéu, e título, sendo dois deles assinados por integrantes da Pascom e um assinado pela Legião de Maria.	Sim, uma foto, mas sem crédito.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, três matérias, duas que estão na parte superior do informativo e em duas colunas cada e ocupa meia página, a outra está em quatro colunas na parte inferior, duas apresentam ilustrações e	Duas, sem fonte.	Não.

				<p>uma, fotografia. As duas superiores têm a imagem centralizada e a outra é alinhada ao lado direito, e em duas colunas, todas estão sem fonte e sem legenda. Dois tipos de fontes e duas cores são usados, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.</p>		
<p><b>07 Set. 2016</b></p>	<p>Não há texto, somente galeria de fotos.</p>	<p>Sim, ao todo são 11 fotos, sem créditos.</p>	<p>Sim.</p>	<p>No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior direito, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título "Comunidade em ação" para as 11 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não apresenta fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo. O leitor se localiza pelos números que</p>	<p>Não.</p>	<p>Não.</p>



				são colocados nas fotos e nas legendas.		
<b>08 Set. 2016</b>	Não há texto, apenas tabela com a programação de missa do mês e agenda.	Não.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, abaixo fio-data em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul. A programação mensal da igreja é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada, ficando apenas um pequeno espaço no canto inferior direito para o quadro da agenda do mês. As cores usadas nessa página são amarelo claro, marrom e azul. São utilizados três tipos de fontes.	Não.	Não.
<b>02 Out. 2016</b>	Sim, um texto Editorial produzido pelo Pe Antônio Santana.	Uma, sem créditos.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, texto editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma chamada do facebook da igreja em duas	Não.	Não.

				colunas. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Out. 2016</b>	Sim, são dois texto com chapéu e título, ambos assinados por integrantes da Pascom.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no canto superior direito, duas matérias, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. As duas contêm ilustrações em duas colunas, sem fonte e sem legenda. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branca.	Duas, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.
<b>04 Out. 2016</b>	Três textos com o chapéu e título, sendo dois assinados por integrantes da Pascom e um pela Equipe do Dispensário.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas com fundo azul. Nesta mesma página, contém uma ilustração sem	Duas, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

				fonte e sem legenda em duas colunas. Na outra parte do informativo, são duas matérias. A ilustração é da matéria que está no canto inferior esquerdo do tabloide em três colunas, sem fonte e sem legenda. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.		
<b>05 Out. 2016</b>	Dois textos com chapéu e título. Um assinado por um integrante da Pascom e outro assinado por um site da internet.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior direito, as duas matérias ocupam meia página e quatro colunas cada uma, as duas tem ilustrações em duas colunas. São usados dois tipos de fontes e grifo e duas cores, preto e branco. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui.	Duas, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.
<b>06</b>	Dois textos com chapéu e título.	Dois textos com chapéu e título.	Não.	No informativo consta um	Não.	Não.

<b>Out. 2016</b>	Um assinado por Tatyara Lopes de Oliveira - Ministério de Música Vozes Cristãs, e outro assinado por integrantes da Pascom.	somente uma tem fonte, pois esta escrito na própria imagem.		fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, duas matérias em quatro colunas cada, as duas contêm uma imagem, sendo que uma esta em duas colunas e a outra em duas coluna e meia, ambas estão sem legenda, somente uma tem fonte, pois já consta na imagem. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.		
<b>07 Out. 2016</b>	Não há texto, somente galeria.	Sim, ao todo são 11 fotos sem créditos.	Sim.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no lado superior direito, em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título “Comunidade em ação” para as 11 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números, não contém fonte e as legendas das imagens	Não.	Não.

				ficam na parte inferior do informativo o leitor se localiza pelos números que colocados nas fotos e nas legendas.		
<b>08 Out. 2016</b>	Não há texto, apenas tabela com a programação de missa do mês e agenda.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul referente à tabela de programação mensal da igreja, que é dividida em duas partes que ocupam duas colunas cada, ficando apenas um pequeno espaço no canto inferior direito para o quadro da agenda do mês. As cores usadas nessa página são amarelo claro, marrom e azul. São utilizados três tipos de fontes e três cores, preto, branco e vermelho.	Não.	Não.
<b>02 Nov. 2016</b>	Sim, um texto Editorial produzido pelo Pe Fernando José Rigão, Sac.	Duas, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho alinhado ao lado superior esquerdo, editorial em	Não.	Não.

				quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma foto em duas colunas retirada da internet referente ao Papa. Uma chamada do facebook da igreja em duas colunas. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.		
<b>03 Nov. 2016</b>	Dois textos com chapéu, "Tempo Litúrgico" e "Feriado" ambas assinadas por participantes da Pascom.	Uma, sem fonte	Não	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhado ao lado direito, duas matérias, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. Uma com ilustração em três colunas e a outra uma fotografia em uma coluna e meia, sem fonte e sem legenda. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branco. No final de cada matéria tem	Uma, sem fonte	4 publicidades no rodapé de anunciantes e um anuncie aqui

				um fio que separa o artigo da assinatura.		
<b>04 Nov. 2016</b>	Dois Textos tendo com Chapéu e título, sendo um assinado pela Canção Nova e outro por um integrante da Pascom.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas com fundo azul. Nesta mesma página contém uma fotografia sem fonte e sem legenda em duas colunas centrais. Na outra parte do informativo uma matéria com ilustração em duas colunas, alinhado ao lado direito, sem fonte e sem legenda. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.	Uma, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.
<b>05 Nov. 2016</b>	Dois textos tendo com chapéu e título. Um assinado por um integrante da Pascom e outro pela Pastoral Familiar.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho alinhado ao lado superior direito, as duas matérias ocupam meia página e quatro colunas cada uma, uma com ilustração e a outra uma fotografia, ambas	Uma, sem fonte.	Três publicidades no rodapé.

				sem fonte e sem legenda e em duas colunas. São usados dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé contém três publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui.		
<b>06 Nov. 2016</b>	Dois Textos, com o Chapéu e título, ambos assinados por integrantes da Pascom.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, dois textos em quatro colunas cada, uma contém foto em uma coluna e meia sem fonte e sem legenda. A outra uma ilustração em um espaço um pouco mais de uma coluna, ambas estão sem fonte e legenda. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.	Uma, sem fonte.	Não.
<b>07 Nov. 2016</b>	Não há texto, somente galeria de fotos.	Sim, ao todo são 15 fotos sem fonte.	Sim.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado direito, em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito	Não.	Não.



				<p>uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título “Comunidade em ação” para as 15 fotografias que são colocadas uma seguida da outra com números. Não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo, o leitor se localiza pelos números que são colocado nas fotos e nas legendas.</p>		
<p><b>08 Nov. 2016</b></p>	<p>Não há texto, apenas tabela com a programação de missas.</p>	<p>Não.</p>	<p>Não.</p>	<p>No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul referente à tabela de programação mensal da igreja que é dividida em duas partes, que ocupam duas colunas cada e toda a página. As cores utilizadas nessa página são, marrom e azul. São usados dois tipos de</p>	<p>Não.</p>	<p>Não.</p>

				fontes e três cores, preto e branco.		
<b>02 Dez. 2016</b>	Sim, um texto Editorial produzido pelo Pe Francisco.	Uma, sem fonte.	Não.	No informativo consta uma linha com cabeçalho alinhada ao lado esquerdo, editorial em quatro colunas com uma foto de perfil de quem o produziu. Uma ilustração em duas colunas com o tema de natal. Uma chamada do facebook da igreja em duas colunas. Três caixas de texto sendo elas, expediente, liturgia dominicais e santos do mês. Cores usadas nas caixas, duas tonalidades de azul e marrom claro, três tipos de fontes e duas cores, preto e branco.	Uma, sem fonte.	Não.
<b>03 Dez. 2016</b>	Dois textos, com chapéu e título. Ambos assinados por integrantes da Pascom.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado no canto superior direito, dois textos, cada uma em meia página do tabloide e em quatro colunas. As duas com ilustrações em duas colunas, uma esta no centro e a outra no canto direito, sem fonte e sem legenda. No final de cada matéria tem um fio que separa o	Duas, sem fonte.	Quatro publicidades no rodapé.

				artigo da assinatura. No rodapé contém quatro publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anúncio aqui. Duas fontes, sendo usadas as cores preto e branca.		
<b>04 Dez. 2016</b>	Sim, são três texto com título e chapéu. Dois são assinados por integrantes da Pascom e um pela Equipe do Dispensário.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao canto superior esquerdo, a página começa com uma matéria em quatro colunas com fundo azul, nesta mesma, contém uma ilustração retirada da internet, sem fonte e sem legenda em duas colunas centrais. Na outra parte do informativo, duas matérias com ilustrações em uma coluna, alinhadas ao lado direito de cada texto, sem fonte e sem legenda. Referente às cores usadas nesta página, são duas tonalidades de azul, dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé constam cinco publicidades de anunciantes que patrocinam o informativo.	Três, sem fonte.	Cinco publicidades no rodapé.

<b>05 Dez. 2016</b>	<p>Sim, são dois textos com chapéu e título. O primeiro, que apresenta também um intertítulo, é assinado por um integrante da Pascom, já o segundo é assinado por Ana Lúcia Ferreira e Jane Victor Tudisco, provavelmente uma colaboração.</p>	<p>Não.</p>	<p>Não.</p>	<p>No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao canto superior direito, as duas matérias ocupam meia página e quatro colunas cada uma, as duas com ilustrações, ambas sem fonte e sem legenda e em duas colunas. São usados dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé contém três publicidades de anunciantes que ajudam a manter o informativo e um espaço do anuncie aqui.</p>	<p>Duas, sem fonte.</p>	<p>Três publicidades no rodapé.</p>
<b>06 Dez. 2016</b>	<p>Dois Textos, com o Chapéu e título. Um assinado pela Diocese de Lorena, com colaboração da Pascom e outro assinado pela Pastoral da Liturgia.</p>	<p>Não.</p>	<p>Não.</p>	<p>No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao canto superior esquerdo, dois textos em quatro colunas cada, as duas contêm ilustrações, uma em duas colunas e meia a outra em duas colunas centrais, ambas estão sem fonte e legenda. Dois tipos de fontes e duas cores, preto e branco. No rodapé consta apenas um espaço para possíveis anunciante que possam ajudar a patrocinar a impressão do informativo.</p>	<p>Duas, sem fonte.</p>	<p>Não.</p>

<b>07 Dez. 2016</b>	Não há texto, somente galeria de fotos.	Sim, ao tod o são 15 fotos, mas sem fonte.	Sim.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior direito, em duas cores, azul e marrom. No canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar mais fotos no site da igreja. Na parte superior esquerda um título "Comunidade em ação" para as 15 fotografias que são colocadas uma seguida da outra, sem padrão de tamanho com números, não contém fonte e as legendas das imagens ficam na parte inferior do informativo. O leitor se localiza pelos números que são colocados nas fotos e nas legendas.	Não.	Não.
<b>08 Dez. 2016</b>	Não há texto, apenas tabela com a programação de missa do mês e agenda.	Não.	Não.	No informativo consta um fio-data com cabeçalho, alinhado ao lado superior esquerdo, em duas cores, azul e marrom, no canto superior direito uma chamada que leva o leitor a olhar a programação atualizada no site da igreja. No canto superior esquerdo um título em azul referente à tabela de programação	Não.	Não.

				<p>mensal da igreja que é dividida em duas partes, que ocupam duas colunas cada, ficando apenas um pequeno espaço no canto inferior direito para o quadro da agenda do mês. As cores usadas nessa página são amarelo claro, marrom e azul. São utilizados três tipos de fontes e três cores, preto, branco e vermelho.</p>		
--	--	--	--	--	--	--