Orientações Diocesanas de Pastoral

COMUNICAÇÃO SOCIAL
E NOVA EVANGELIZAÇÃO

Programa e Calendário Diocesano
Açores, 2013-2014

Sumário:

1. Apresentação 5
2. Objectivos e Iniciativas 9
3. A leitura da sessão de 2013 do Conselho Presbiteral 13
4. Razões e fundamentos para a opção diocesana 21
5. Elementos para um plano de pastoral de comunicação 29
6. Cronologia documental sobre a pastoral das comunicações.....37
7. Calendário Diocesano 2013/14 41
8. Oração pelas Comunicações Sociais.....47

1. APRESENTAÇÃO

Apresento e aprovo as Orientações Diocesanas de Pastoral para 2013/14, recomendando que as tenham em conta, na sua programação e actuação pastorais, as várias instâncias diocesanas, tanto a nível territorial (Ouvidorias/Zonas Pastorais/Paróquias), como também os diversos Sectores da Pastoral (Serviços/Grupos/Movimentos).

A evangelização é comunicação. Um dos grandes desafios da Nova Evangelização hoje consiste, precisamente, em inserir-se nas redes de comunicação, que dominam o mundo actual. Sempre foi assim na história da Igreja, que procurou transmitir a mensagem do Evangelho, através dos meios de comunicação social existentes: primeiro a imprensa, depois a rádio, em seguida a TV.

Hoje, a Igreja não poderá cumprir a sua missão evangelizadora, se não estiver presente também na rede informática digital. O documento preparatório para o Sínodo dos Bispos (Outubro de 2012) apresentava como um dos cenários da nova evangelização hoje, precisamente, a «rede informática», com a sua peculiar «cultura mediática e digital, que se impõe, cada vez mais, como o "lugar" da vida pública e da experiência social…

«Neste contexto, pede-se aos cristãos a audácia de recorrer a estes "novos areópagos", com uma boa avaliação evangéli-

ca (das suas potencialidades) e aprendendo a utilizar os seus instrumentos e métodos para transmitir, também hoje, neste meio, o património educativo e a sabedoria da tradição cristã» (Sínodo dos Bispos, *Lineamenta*, 2012).

A mensagem final do Sínodo dos Bispos vai nesse sentido: «A evangelização exige que se dê uma atenção activa ao mundo das comunicações sociais, caminho no qual, sobretudo nos novos *media*, se cruzam tantas vidas, tantas interrogações e tantas expectativas; lugar onde, muitas vezes, se formam as consciências e se ritmam os tempos e os conteúdos da vida concreta. Tem-se aí uma oportunidade nova para atingir o coração do homem» (Sínodo dos Bispos, *Mensagem ao Povo de Deus*, 2012).

Por isso, a recente Assembleia Geral do Conselho Presbiteral (Abril de 2013) viu, no inevitável encerramento do Jornal diário "a União", uma oportunidade de a Diocese dar um salto de qualidade, quanto à sua presença evangelizadora no mundo digital.

Note-se, a propósito, que as mensagens papais para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, nestes últimos anos, têm igualmente dado ênfase aos novos *media*. Afirmava o Papa emérito, Bento XVI, na Mensagem deste ano:

«Os fiéis dão-se conta, cada vez mais, de que, se a Boa Nova não for dada a conhecer também no ambiente digital, poderá ficar de fora do alcance da experiência de muitos que consideram importante este espaço existencial. O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade quotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens» (Bento XVI, *Redes Sociais: portais de Verdade e de Fé, novos espaços de Evangelização*, Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2013).

Com estas Orientações Pastorais para 2013-2014, estamos, pois, em plena comunhão eclesial, na busca de uma efectiva Nova Evangelização para o mundo de hoje. Todavia não esqueçamos que a Nova Evangelização precisa, não só de novos instrumentos, mas também e, sobretudo, do nosso testemunho de vida, para que a Igreja seja no mundo uma «história de amor», conforme a sugestiva expressão do Papa Francisco.

✠ *António, Bispo de Angra*

2. OBJECTIVOS E INICIATIVAS

OBJECTIVO GERAL

O objectivo geral do próximo Ano Pastoral será, pois, o de promover a **Pastoral da Comunicação**, como resposta aos grandes desafios da Nova Evangelização hoje.

Nesta conformidade, a Diocese propõe-se:

- criar e pôr a funcionar um Serviço Diocesano de Apoio à Pastoral da Comunicação, nomeadamente, com **Gabinete de Informação e Porta-Voz**, para promover uma circulação de informação dentro da Igreja e manter uma relação informativa constante entre Igreja e meios;

- favorecer uma relação institucional entre Igreja local e outras organizações que actuam no âmbito da comunicação, afirmando e consolidando a marca **Igreja/Açores** e dando o devido relevo ao **Dia Mundial das Comunicações Sociais.**

OBJECTIVOS ESPECÍFICOS

Especificamente, no Ano Pastoral 2013/14, queremos apostar na rede informática digital, lançando:

- por um lado, um **Portal digital**, em que circule a informação no interior da Igreja e da Igreja para a sociedade.

- e, por outro, um **Semanário Diocesano**, não só em suporte de papel, mas também em rede digital, com o objectivo de reflectir a vida de toda a Diocese e de chegar a todas as Ilhas.

Isso só será possível, se houver uma mobilização geral de toda a Diocese, com iniciativas adequadas.

INICIATIVAS

A nível de Diocese:

- A temática do próximo **Conselho Pastoral Diocesano**, que se vai realizar no encerramento do Ano da Fé, será, precisamente, relacionada com a Pastoral da Comunicação, tendo presente os novos desafios do Portal digital e do Semanário diocesano. Importa sensibilizar e motivar os leigos para a realidade das novas tecnologias da comunicação, em que a Igreja, nomeadamente, através dos fiéis leigos, deverá estar presente e actuante, qual «fermento que leveda a massa».

- O mesmo se diga em relação ao Clero, que, ao longo deste Ano Pastoral, deverá preparar-se para o **Conselho Presbiteral de 2014,** que será, outra vez, sobre o tema em questão.

A nível de Ouvidoria

Um novo semanário só se justifica, na medida em que for actual e profético, criando pensamento e promovendo a militância cristã, na linha da Doutrina Social da Igreja.

Conforme as orientações do Concílio Vaticano II, são, sobretudo, os leigos que garantem a presença actuante da Igreja no

mundo. Impõe-se, pois, a necessidade de promover, a nível de Ouvidorias e/ou de Zonas Pastorais:

- iniciativas apropriadas de **Formação Permanente**, dentro dessa perspectiva;

- criação, a partir das Ouvidorias, de uma rede diocesana de interlocutores permanentes do Gabinete de Informação da Diocese.

A nível paroquial

Compreende-se facilmente, que não é viável lançar um semanário diocesano, se não houver o compromisso de toda a Diocese, no sentido, não só de fornecer informação, mas também de assumir um número razoável de assinaturas.

Por isso, não podem faltar nas Paróquias, apropriadas campanhas:

- de **informação** sobre o projecto diocesano;

- de **mobilização** para angariação de assinaturas para o semanário diocesano.

AVALIAÇÃO

Como exige toda a boa programação, no encontro anual de Ouvidores, durante o Conselho Presbiteral, haverá um momento de avaliação do grau de realização das propostas programáticas deste Ano Pastoral 2013/14, antes de lançar as Orientações Pastorais do ano seguinte.

3. A LEITURA DA SESSÃO DE 2013 DO CONSELHO PRESBITERAL

DOCUMENTO PREPARATÓRIO DA 38ª SESSÃO PLENÁRIA DO CONSELHO PRESBITERAL (2013)

Por convocatória dirigida a todos os membros deste plenário, fez o nosso Prelado saber que trataremos **A Comunicação Social na Era Digital e a Nova Evangelização.**

"A capacidade de utilizar as novas linguagens requer-se não tanto para estar em sintonia com os tempos, como sobretudo para permitir que a riqueza infinita do Evangelho encontre formas de expressão que sejam capazes de alcançar a mente e o coração de todos." (Bento XVI, Mensagem para o 47.º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2013).

Em reunião extraordinária de Ouvidores realizada em Ponta Delgada a 1 de Fevereiro, o Director do Serviço Diocesano para as Comunicações Sociais da Igreja apresentou o projecto do futuro portal diocesano *on-line* e a linha editorial do jornal semanário diocesano em suportes digital e papel.

Evangelizar através das redes sociais e evangelizar as próprias redes sociais

Jesus de Nazaré escolhe Cafarnaum como base do seu ministério. Como cidade, não é mencionada no Antigo Testamento. Situada nas margens do Mar da Galileia, cruzada pela Via Maris, tornou-se um lugar central e muito importante para o Novo Testamento, a ponto de ser designada por cidade de Jesus. Esta migração não é certamente gratuita para Jesus como também não o pode ser para nós. Jesus está comprometido com o anúncio do Reino e procura um lugar a partir do qual possa atingir o coração do homem. Ele fixa a sua morada entre nós e estabelece a "domus ecclesiae" na encruzilhada dos caminhos: aí cruzam-se culturas, raças, religiões, políticas.

Sabemos que de Deus já sabemos tudo o que precisamos: Jesus no-lo revelou. Mas também sabemos que a celebridade, o populismo e a persuasão podem abafar a razão.

Se a Igreja não comunica não é aquilo que é. Comunicar-se faz parte da natureza e constitui a sua missão.

1. Quais são os meios de comunicação de que dispõem as nossas Comunidades para a Nova Evangelização?

2. Como pode ser melhorada a presença da Igreja nas diversas plataformas de comunicação (rádio, televisão, jornais e internet)?

3. O que esperam as nossas Comunidades de um jornal semanário regional católico?

4. Que contributo podem dar as nossas Comunidades?

5. Que mudanças esperamos no estilo de comunicação com a criação de um gabinete diocesano?

Angra do Heroísmo, 25 de Fevereiro de 2013

PALAVRAS DE ABERTURA DO BISPO DIOCESANO AO CONSELHO PRESBITERAL DE 2013

A Comunicação Social na Era Digital e a Nova Evangelização

O tema geral deste Conselho Presbiteral é a Comunicação Social e a Nova Evangelização, que tem de encontrar novos caminhos, neste mundo em que se afirma, cada vez mais, a informação digital. É neste contexto que queremos enfrentar toda a problemática relacionada pelo lançamento de um semanário diocesano, após o encerramento do Jornal "A União".

O grande objectivo é sempre a Nova Evangelização, neste novo grande cenário, que é a comunicação social, que deve ser vista não apenas como instrumento, mas como autêntica expressão cultural (Sínodo dos Bispos 2012). «Pensar no mundo da comunicação, em termos de pura tecnologia é redutivo e não ajuda a ver o verdadeiro rosto da cultura que contêm» (Rino Fisichella, *A Nova Evangelização*, Paulus, 2012, p. 88).

«As novas tecnologias estão a mudar, não só o modo de comunicar, mas a própria comunicação em si mesma, podendo-se afirmar que estamos perante uma ampla transformação cultural. Com este modo de difundir informações e conhecimentos, está a nascer uma nova maneira de aprender e pensar, com oportunidades inéditas de estabelecer relações e de construir comunhão.

Aparecem, em perspectiva, metas, até há pouco tempo, impensáveis, que nos deixam maravilhados, com as possibilidades oferecidas pelos novos meios e, ao mesmo tempo, impõem, de modo cada vez mais premente, uma reflexão séria acerca do sentido da comunicação na era digital» (Bento XVI, *Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais 2011*).

1. Não há dúvida de que hoje em Portugal, a imprensa de inspiração cristã está voltada para as faixas etárias de idade mais avançada, o que indicia, a prazo, uma crise do jornal impresso. Por outro lado, o digital está a conquistar os mais jovens. Por isso mesmo, o Papa Bento, que ainda há pouco tempo abriu uma conta no *twitter*, tem mostrado, nas Mensagens para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, uma atenção especial pelos novos *media*. Vejamos, como exemplo, os temas destes últimos:

- 2009: *Novas tecnologias, novas relações*;
- 2010: *O sacerdote e a pastoral no mundo digital*;
- 2011: *Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital*;
- 2012: *Silêncio e palavra como caminho de evangelização*;
- 2013: *Redes Sociais: portais de verdade e de fé, novos espaços de evangelização*.

Diz textualmente, Bento XVI, na Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais deste ano: *«Os fiéis dão-se conta, cada vez mais, de que, se a Boa Nova não for dada conhecer também no ambiente digital, poderá ficar de fora do alcance da experiência de muitos que consideram importante este espaço existencial. O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade quotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens…*

«A capacidade de utilizar as novas linguagens requer-se, não tanto para estar em sintonia com os tempos, como, sobretudo, para permitir que a riqueza infinita do Evangelho encontre formas de expressão que sejam capazes de alcançar a mente e o coração de todos» (Bento XVI, *Mensagem 2013*).

Portanto, nestes dias de debate e de diálogo, temos de ver como é que vai a comunicação entre nós, na Diocese e da Diocese para a sociedade. Como é que temos estado presentes na Rádio e na TV? Não só a nível de Diocese, mas também a nível de Ouvidoria/Ilha. O que é que significa a imprensa nas nossas comunidades? E a Rádio e a TV? Que uso há das redes da *Internet*, nas comunidades: no seio das pessoas e nos serviços paroquiais?

2. Antes de chegarmos a um semanário, temos de resolver a questão do "Portal" da Diocese e de um Gabinete de Comunicação Social, que mobilize toda a Diocese, para que haja comunicação entre nós, para que a informação circule e as iniciativas sejam conhecidas. Quando falamos de Diocese, não estamos a falar de Angra ou da Ilha Terceira, mas das nove Ilhas dos Açores.

Por isso mesmo, quando falamos num semanário diocesano, entendemos um jornal, impresso e/ou digital, que chegue a todas as Ilhas e que tenha notícias e informação de todas as Ilhas. A colaboração que se pede a todos, não se prende unicamente com a assinatura, mas também com a produção de notícias.

A questão de fundo não é apenas a sustentabilidade do semanário diocesano, mas também a linha editorial. Não pode ser uma espécie de réplica de um boletim paroquial ou de um jornal de Ilha. Não é para repetir simplesmente e divulgar os documentos da Igreja e da Diocese. Na fidelidade à fé da Igreja e no estrito serviço do nosso povo, tem de promover uma dimensão profética, na linha da Doutrina Social da Igreja.

«A evangelização exige que se dê uma atenção activa ao mundo das comunicações sociais, caminho no qual, sobretudo nos

novos *media*, se cruzam tantas vidas, tantas interrogações e tantas expectativas; lugar onde, muitas vezes, se formam as consciências e se rimam os tempos e os conteúdos da vida concreta. Tem-se aí uma oportunidade nova para atingir o coração do homem» (Sínodos dos Bispos, *Mensagem ao Povo de Deus*, 2012).

✠*António, Bispo de Angra*
Angra, 22 de Abril de 2013

COMUNICADO FINAL DO CONSELHO PRESBITERAL

A evangelização exige que se dê uma atenção activa ao mundo das comunicações sociais, caminho no qual, sobretudo nos novos media, se formam as consciências e se rimam os tempos e os conteúdos da vida concreta. Tem- se aí uma oportunidade nova para atingir o coração do homem.

Sínodo dos Bispos, *Mensagem ao Povo de Deus*, 2012

A todos aqueles que deste tiverem notícia saudamo-vos em nome do Senhor Jesus.

1. Por convocatória do Prelado Diocesano reuniu-se em Assembleia Geral o Conselho Presbiteral, de 22 a 25 de Abril de 2013, na Casa de Retiros de Santa Catarina, sobre o tema: *A Comunicação Social na Era Digital e a Nova Evangelização.*
2. O documento preparatório fixou como âmbito da sessão *Evangelizar através das redes sociais e evangelizar as próprias redes sociais.*
3. Esta assembleia plenária presidida pelo Prelado diocesano reuniu 17 membros eleitos (Ouvidores), 12 membros em função do cargo e 5 membros designados (convidados

para esta sessão) e regeu-se pelos novos estatutos revistos na sessão anterior.

4. Confiámos à misericórdia de Deus o recentemente falecido Conselheiro Mons. José de Lima, que sempre tomou parte neste conselho.
5. Antes da ordem do dia, em conformidade com a última sessão, a Comissão de Estudo para o Fundo Diocesano de Assistência ao Clero fez saber do processo em curso de criação do Fundo de Solidariedade para o Clero, dos seus princípios gerais, da sua constituição finalidade, beneficiários e obrigações, regras e normas transitórias
6. Todas as Ouvidorias da Diocese apresentaram as suas comunicações relativas ao tema proposto. Foram também para o efeito convidados peritos e solicitados pareceres técnicos
7. Foi analisado e ponderado o caminho percorrido até aaui e foram reflectidas as atitudes fundamentais a tomar.
8. Fica incumbido o Serviço Diocesano para as Comunicações Sociais da igreja de promover a Pastoral da Comunicação através das seguintes mediações: constituir o Gabinete de Informação e respectivo porta-voz, lançar o novo portal, implementar o semanário católico em suportes digital e papel. Esta equipa requer o empenho pró-activo designadamente da Cúria, dos Ouvidores, dos directores dos Serviços Diocesanos e Movimentos Laicais, dos Reitores dos Santuários e dos Religiosos consagrados.

   O Gabinete de informação, próximo do Bispo e próximo dos media, deve promover, estimular e coordenar a comunicação da Diocese. O portal servirá como ferramenta multipiataformas que interliga de forma interactiva texto, vídeo, áudio e infografia, libertando conteúdos de informação, opinião e reportagem.

   O semanário diocesano deve assumir-se como presença qualificada com capacidade de ser relevante, pela produ-

ção e distribuição de conteúdos, alargando a redacção a todos os utilizadores através de fóruns, sem nunca descurar a sua matriz social e profética.
Deve para tal consolidar-se a marca Igreja Açores, desvinculada do extinto título "A União".

9. A Diocese disponibilizará de forma sustentável os meios humanos e materiais necessários e suficientes para este propósito pastoral assumido como estratégico.

Angra, 25 de Abril de 2013

4. RAZÕES E FUNDAMENTOS PARA A OPÇÃO DIOCESANA

1. A comunicação como lugar da nova evangelização

Por «nova evangelização» entende-se uma modalidade diferente do mesmo, idêntico e imutável mandato de Jesus à sua Igreja para levar a todos o Evangelho. O conteúdo da nova evangelização não é alternativo ao Evangelho inalterável. Trata-se da mesma coisa porque é o anúncio da pessoa de Jesus Cristo, Filho de Deus, que no mistério da sua morte e ressurreição redimiu o mundo, abrindo aos que acreditam n'Ele a porta para a vida eterna. O que altera, no entanto, é a modalidade expressiva com a qual a mesma mensagem é comunicada, para corresponder ao diferente contexto social e cultural. A acção da nova evangelização dirige-se em primeiro lugar aos católicos que vivem numa região de antiga tradição cristã em que a cultura foi plasmada pela fé e que neste momento enfrenta a sedução do efémero com atitudes de indiferença, senão de hostilidade, em relação ao cristianismo.

Às vezes, o mundo da comunicação social pode parecer um ambiente não mais amistoso para a evangelização do que o mundo pagão dos tempos dos Apóstolos. Mas do mesmo modo que as primeiras testemunhas da Boa Nova não se retiraram quando se encontravam diante de oposições, assim também os seguidores de Cristo não o devem fazer hoje. O brado de São Paulo ecoa ainda entre nós: «Ai de mim se eu não evangelizar» (1 Cor. 9, 16). Contudo, por mais que o mundo dos meios de comunicação social (MCS) possa às vezes parecer separado da

mensagem cristã, ele também oferece oportunidades singulares para a proclamação da verdade salvífica de Cristo à inteira família humana, lembrava João Paulo II no início deste século.

No nosso tempo, é necessário que a Igreja se empenhe de maneira activa e criativa nos MCS. Os católicos não deveriam ter medo de abrir as portas da comunicação social a Cristo, de tal forma que a sua Boa Nova possa ser ouvida sobre os telhados do mundo. Os MCS de todos os tipos podem desempenhar um papel essencial na evangelização directa e na transmissão das verdades e dos valores que salvaguardam a dignidade humana. A presença da Igreja nos MCS é efectivamente um importante aspecto da inculturação do Evangelho exigido pela nova evangelização.

2. A comunicação como instrumento da nova evangelização

Os instrumentos de comunicação não são apenas meros instrumentos, mas uma autêntica expressão cultural. A nova evangelização realiza-se também no interior desta nova «mediapolis». Pensar no mundo da comunicação em termos de pura tecnologia é redutivo e não ajuda a ver o verdadeiro rosto da cultura que contém. Estamos perante um «areópago» moderno no qual o cristão não pode permanecer indiferente. O cristianismo possui um forte impacto comunicativo, como sejam a Palavra, a Liturgia, os Sinais, o Silêncio, a Caridade. Somos agora chamados a comunicar a percepção do sagrado, do mistério e do transcendente. Devemos entender a linguagem e a gramática das novas formas de comunicação sem atraiçoar a mensagem de que somos portadores em vista à clara e efectiva compreensão do nosso anúncio.

A atenção da Igreja diocesana concentra-se na presença estimulante do actual ambiente comunicativo que nos rodeia

(as redes), a reclamar a nossa presença atenta. Não se trata de algo marginal ao testemunho cristão, mas antes de um «salto pastoral». Este salto consiste em que, ao lado da caridade tradicional, sempre necessária, deve dar-se abertura de mentalidade que leve à caridade intelectual. Trata-se de um mergulho na cultura contemporânea que a comunidade cristã, atenta às várias formas de comunicação existente, deve arriscar, ousar e usar para que a Palavra de Deus, alegre e libertadora, volte a ecoar no coração humano. Avançando por entre fragmentos de verdade, que ora fascinam, ora confundem, e entrelaçando os meios de hoje com o ensino do Verbo de Deus é possível empenhar-se com imaginação e paixão no serviço do Evangelho.

3. Comunhão, Comunicação e Comunidade

Para a teologia e pastoral das comunicações sociais na nova evangelização é importante ter presente a origem etimológica que une estes três termos basilares: comunhão, comunicação e comunidade: A raiz *commune facere,* «pôr em comum» reporta-nos à dimensão da relação, do participar, da responsabilidade pessoal. Estamos a referir-nos à esfera da proximidade, da vocação para uma existência rica de relações, disponível para a abertura, acolhimento e contacto com o outro, para a escuta e para a proposta dialogante.

Esta acentuação reveste-se de grande importância, visto que aponta para a maneira apropriada de comunicar e conhecer as estratégias das múltiplas expressões comunicativas e, por conseguinte, o ser capaz de acolher as provocações do mundo contemporâneo. Numa palavra, trata-se de criar uma comunidade que seja lugar de comunhão e de vida partilhada.

Comunicar é fazer comunhão e fazer comunhão é comunicar. São duas dimensões inseparáveis: o horizonte de fundo que as une e enriquece de sentido é a referência à Palavra, como

memória e espera. O risco de dispersão, de irrealismo e de fragmentação, tão presente e susceptível, evitar-se-á sempre que as nossas relações não esqueçam esse fundo que lhes confere unidade e sentido. A comunidade cristã é o lugar onde, por uma verdadeira comunicação interpessoal, se dá o encontro com o outro de forma real e humana.

Para esta visão, havemos de partir da perspectiva cristã da criação, da definição da comunhão entre as pessoas como primeiro fim da comunicação social, segundo o modelo da comunhão intra-trinitária; da proposta de Cristo, Palavra e Imagem do Deus imutável, como prefeito comunicador e mediador; da consideração do Espírito Santo, da Igreja e da Eucaristia como os agentes principais da mais perfeita comunicação e comunhão com Deus e com os outros.

4. No jubileu do Decreto conciliar «Inter Mirífica» (Entre as maravilhas do nosso tempo…)

O breve decreto do Concilio Vaticano II, sobre os meios de comunicação social (MCS), tem apenas dois capítulos: o primeiro, onde se apresenta a doutrina da Igreja sobre esta matéria, e o segundo sobre a acção pastoral na Igreja nesta área, como lugar e instrumento de evangelização.

Na primeira parte, os ensinamentos principais são os seguintes: a Igreja deve usar os MCS para a evangelização; o uso dos MCS exige a observância da lei moral; a informação é uma necessidade na idade moderna; a importância da opinião pública e da sua formação; os utilizadores estão obrigados a favorecer a produção moral e artisticamente elevada; a moderação no uso dos MCS; a responsabilidade dos profissionais; a autoridade deve tutelar o bem comum; a defesa da livre informação, dos direitos dos destinatários e a criação de legislação adequada para suprimir o abuso dos meios.

Na segunda parte, de carácter pastoral, o Concilio recorda que a Igreja deve fomentar o apostolado no uso dos MCS; deve ser fomentada a imprensa honesta; procure-se a formação de agentes de pastoral no uso apostólico dos MCS; promova-se a formação nesta aérea nas escolas e associações laicais; dever que todos têm de ajudar as iniciativas católicas nos MCS; proposta de uma jornada anual sobre os MCS; na Diocese, o Bispo deve estar atento e coordenar as iniciativas nesta área pastoral.

O decreto encontra raízes e ecos mais profundos nas duas constituições conciliares posteriores sobre a Igreja: na *Lumen Gentium*, onde a comunhão com Deus e com os outros faz convocar e fazer Igreja, e na *Gaudium et Spes,* onde a relação com o mundo e a cultura se faz por uma permanente atitude de diálogo e comunicação.

5. Um desafio para uma pastoral da cultura

«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 alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais... A própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência... É necessário integrar a mensagem nesta "nova cultura", criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas» (Redemptoris Missio, n. 37). O advento desta verdadeira revolução cultural, com a transformação da linguagem causada especialmente pela televisão e pelos

modelos que ela propõe, acarreta «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... Com efeito, tanto se pode recorrer aos *mass media* para proclamar o Evangelho, como para o afastar do coração do homem». (Aetatis Novae, 4). Os *mass media* que dão acesso à informação «ao vivo» suprimem o recuo da distância e do tempo, mas sobretudo transformam a apreensão das coisas: a realidade cede lugar àquilo que é exibido por estes meios. Então, a repetição contínua de informações seleccionadas torna-se um factor determinante na criação daquela que passa a ser considerada «opinião pública».

A influência dos *media* que representam as fronteiras, em particular no campo da publicidade, exige dos cristãos uma nova criatividade para atingir as centenas de milhões de pessoas que consagram quotidianamente um tempo importante à televisão e ao rádio, meios de informação e de promoção cultural, mas também de evangelização para aqueles a quem faltam ocasiões para entrar em contacto com o Evangelho e com a Igreja nas sociedades secularizadas. A pastoral da cultura deve dar uma resposta positiva à questão crucial apresentada por João Paulo II: «Existe, contudo, um lugar para Cristo nos mass media tradicionais?».

A mais surpreendente das inovações na tecnologia da comunicação é sem dúvida a rede Internet. Como toda técnica nova, não deixa de suscitar temores, tristemente justificados por usos perversos, e exige uma constante vigilância e uma séria informação. Não se trata somente da moralidade do seu uso, mas das consequências radicalmente novas que ela acarreta: perda do «peso específico» das informações, nivelamento das mensagens reduzidas a não ser mais que pura informação, ausência de reacções concernentes às mensagens da rede por

parte das pessoas responsáveis, efeito dissuasivo quanto às relações interpessoais. Mas, sem nenhuma dúvida, as imensas potencialidades da Internet podem fornecer um auxílio considerável à difusão da Boa Nova, como testemunham certas iniciativas eclesiais promissoras, que exigem um desenvolvimento criativo e responsável nesta «nova fronteira da missão da Igreja» (cf. Christifideles Laici, n. 44).

Esta área da comunicação é importantíssima. Como não estar presentes e utilizar as redes informáticas, cujos monitores estarão de agora em diante em cada casa, para incluir ali os valores da mensagem evangélica?

6. Os meios de comunicação social da Igreja

Os MCS da Igreja têm um lugar e papel a desempenhar no meio de uma sociedade pluralista; têm de apresentar e contemplar um sentido eclesial; têm de estar em fidelidade com os ensinamentos da Igreja; têm de promover os valores e critérios cristãos a partir do Evangelho; devem cuidar da informação religiosa e em toda a Diocese; têm de trabalhar com profissionalismo.

7. Promover a renovação da Pastoral da Igreja em Portugal

Este documento da Conferência Episcopal Portuguesa (CEP) apresenta as linhas mestras da concretização de um largo processo de sensibilização e consultas aos mais diversos níveis: dioceses e congregações, movimentos e obras apostólicas, conselhos pastorais e conselhos presbiterais.

Para conhecer a sensibilidade e as expectativas da população em geral, especialmente dos que se encontram além das fronteiras da Igreja Católica, a CEP promoveu, por meio da Universidade Católica, uma sondagem à opinião pública: «Identidades Religiosas em Portugal – Representações, Valores e Práticas».

Conferidos todos os dados e informações recolhidos, em clima de discernimento apostólico, a CEP aprovou as seguintes linhas de acção pastoral comum, no devido respeito das diferentes identidades: reconhecer o primado da graça e necessidade de uma nova mentalidade; viver em comunhão para a missão, que é de todos e para todos; testemunhar a fé revitalizada; fomentar iniciativas de iniciação cristã e de formação; ser Igreja aberta ao mundo; comprometer-se com as iniciativas pastorais em curso.

5. ELEMENTOS PARA UM PLANO PASTORAL DE COMUNICAÇÃO

1. 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 suster 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.

2. 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

3. 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 ava-

liação 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

4. 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.

5. 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.

6. *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 recolecção, 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

7. *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 ».

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.

8. *Relações públicas*. As relações públicas necessitam, por parte da Igreja, de uma comunicação activa com a comuni-

dade 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.

9. *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.

10. *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 suster o ponto de vista do Evangelho em relação às dimensões morais das questões importantes de interesse público.

Anexo da Instrução Pastoral Aetatis Novae

6. CRONOLOGIA DOCUMENTAL SOBRE A PASTORAL DAS COMUNICAÇÕES (2013-1963)

Bento XVI (Mensagens para o Dia Mundial dos M.C.S.)

2013 Redes sociais: portais de verdade e de fé, novos espaços de evangelização

2012 Silêncio e Palavra: caminho de evangelização.

2011 Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital.

2010 O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos meios ao serviço da Palavra.

2009 Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade.

2008 Os media: na encruzilhada entre protagonismo e serviço. Procurar a Verdade para compartilhá-la.

2007 As crianças e os meios de comunicação social: um desafio para a educação.

2006 Os media: rede de comunicação, comunhão e cooperação.

João Paulo II (Mensagens para o Dia Mundial dos M.C.S.)

2005 Os meios de comunicação: ao serviço da compreensão entre os povos.

2004 Os mass media na família: um risco e uma riqueza.

2003 Os meios de comunicação social ao serviço da paz autêntica à luz da "Pacem in terris".

2002 Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho.

Na era do comunicação social – Carta sobre a Pastoral

das comunicações (CEP)
A ética na internet (CPCS)
A Igreja e a internet (CPCS)

2001 "Anunciai-o do cimo dos telhados": o evangelho na era da comunicação global.

2000 Proclamar Cristo nos M. de Comunicação Social no alvorecer do novo Milénio.
Ética nas comunicações sociais (CPCS)

1999 Mass media: presença amiga ao lado de quem procura o Pai.

1998 Sustentados pelo Espírito, comunicar a esperança.

1997 Comunicar o evangelho de cristo: caminho, verdade e vida.

1996 Os mass media, areópago moderno para a promoção da mulher na sociedade.

1995 Cinema - veículo de cultura e proposta de valores.

1994 Televisão e família: critérios para saber ver.

1993 Videocassetes e audiocassetes na formação da cultura e da consciência.

1992 A proclamação da mensagem de cristo nos meios de comunicação.
Instrução Pastoral «Aetatis Novae», sobre as comunicações sociais (CPCS)

1991 Os meios de comunicação para a unidade e o progresso da família humana.

1990 A mensagem crista na atual cultura informática.

1989 A religião nos meios de comunicação.
Critérios de colaboração ecuménica inter – religiosa nas comunicações sociais (CPCS)

1988 Comunicações sociais e promoção da solidariedade e da fraternidade entre os homens e os povos.

1987 Os meios de comunicação social ao serviço da justiça e da paz.

1986 O meios de comunicação social e a formação crista da opinião pública.
Orientações sobre a formação de futuros sacerdotes para o uso dos instrumentos da comunicação social (CEC)
1985 As comunicações sociais para uma promoção crista da juventude.
1984 As comunicações sociais instrumento de encontro entre fé e cultura.
1983 As comunicações sociais e a promoção da paz.
1982 As comunicações sociais e os problemas dos anciãos.
1981 As comunicações sociais ao serviço da libertade responsável do homem.
1980 O papel das comunicações sociais e o papel da família.
1979 As comunicações sociais pela tutela e o desenvolvimento da infância na família e na sociedade.

Paulo VI (Mensagens para o Dia Mundial dos M.C.S.)
1978 A pessoa receptora das comunicações sociais: expectativas, direitos e deveres.
1977 A pubblicidade na comunicação social: vantagens riscos, resposabilidade.
1976 As comunicações sociais perante os direitos e os deveres fundamentais do homem.
1975 Os meios de comunicação social e a reconciliação.
1974 As comunicações sociais e a evangelização no mundo contemporâneo.
1973 Os meios da comunicação social ao serviço da afirmação e da promoção dos valores espirituais.
1972 Os meios de comunicação social ao serviço da verdade.
1971 Os meios de comunicações sociais ao serviço da unidade dos homens.

Instrução Pastoral «Communio et Progressio» (CPCS)

1970 Comunicações sociais e juventude.

1969 Comunicações sociais e família.
Nota pastoral sobre os Meios de Comunicação Social e a Família (CEP)

1968 A imprensa, o rádio, a televisão e o cinema para o progresso dos povos.

1967 Os meios de comunicação social.

1963 Decreto conciliar «Inter Mirífica» sobre os meios de comunicação social

7. CALENDÁRIO DIOCESANO 2013 - 2014

Setembro 2013

1 – 250 anos da paroquial de São Pedro, Ponta Delgada – Flores
2-5 – Encontro Nacional de Formadores dos Seminários
5-8 – Congresso das Misericórdias dos Açores e da Madeira – Flores
9-11 – Encontros das Equipas Sacerdotais da Ouvidoria de Ponta Delgada
10-12 – Encontro Nocional da Pastoral Social – Fátima
11-13 – Encontros com o Serviço Diocesano das Comunicações – Ponta Delgada
14 – Dia do Catequista de S. Miguel – Furnas
18-20 – Jornadas Nacionais da Pastoral Familiar – Fátima
20-22 – Jornadas Missionárias Nacionais – Fátima
26-28 – Congresso Internacional da Catequese – Roma
28-29 – Peregrinação dos Catequistas – Roma
29-30 – Semana Nacional de Educação Cristã

Outubro 2013

1-6 – Semana Nacional de Educação Cristã
2-3 – Jornadas Nacionais da Comunicação Social – Fátima
4-6 – Jornadas Nacionais de Catequistas
6 – Abertura do Ano Pastoral
6 – Festa de São Francisco de Assis

6 – 50º. Aniversário do Colégio de Santa Clara – Angra
16 – Aniversário da Dedicação da Igreja Catedral
20 – Dia Mundial das Missões
25-26 – Encontro Nacional da Pastoral Escolar
26-28 – Peregrinação das Famílias – Roma

Novembro 2013

3 – Dia da Diocese (1534)
6-8 – Congresso Internacional sobre o Concilio de Trento – Braga
9 – Encerramento das comemorações dos 150 anos do Seminário de Angra
10-17 – Semana dos Seminários
16-21 – Visita Pastoral à Ouvidoria da Graciosa
22 – Jubileu de ouro da igreja paroquial de Nª. Sª. da Alegria – Furnas
22-24 – Conselho Pastoral Diocesano – Angra
24 – Encerramento do Ano da Fé
25-30 – Semana Bíblica de São Miguel

Dezembro 2013

1 – Inicio do Advento
1-13 – Um gesto pela paz – Campanha da Caritas
4 – 50º. Aniversário do Decreto «Inter Mirífica» sobre os Meios de Comunicação Social
8 – Imaculada Conceição da Virgem Maria
15 – Investiduras na Ordem de Santo Sepulcro de Jerusalém – Angra
25 – Natal do Senhor
29 – Sagrada Família

Janeiro 2014

1 – Mãe de Deus. Dia Mundial da Paz
5 – Epifania do Senhor
12 – Baptismo do Senhor
23-25 – Encontro Nacional de Capelães e Voluntários das Cadeias
24-26 – Fórum de Educação Moral e Religiosa Católica
27-31 – Retiro para o Clero – Ponta Delgada
28 – Festa de S. Tomás de Aquino – Seminário

Fevereiro 2014

2 – Dia do Consagrado
– Dia da Universidade Católica
3-7 – Retiro do Clero – Terceira

Março 2014

5 – Inicio da Quaresma – Cinzas
10-15 – Jornadas Bíblicas Diocesanas
13 – 1.º Aniversário da eleição do Papa Francisco
15 – Aniversário natalício de D. António (Santo Espírito, 1941)
19 – São José. Dia do Pai
23 – Dia da Cáritas

Abril 2014

1-4 – Semana Nacional de Educação Moral e Religiosa Católica

12-13 – Jornada Mundial da Juventude – São Jorge
13-20 – Semana Santa e Tríduo Pascal
20 – Páscoa da Ressurreição do Senhor
21-25 – Retiro do Clero – Pico

Maio 2014

4 – Dia da Mãe
5-9 – Conselho Presbiteral – Angra
11 – Domingo do Bom Pastor –
11-18 – Semana da Vida e de Oração pela Vocações Consagradas
22 – Beato João Baptista Machado – Padroeiro da Diocese
24-26 – Festas em honra do Senhor Santo Cristo

Junho 2014

1 – Ascensão do Senhor. Dia Mundial dos Meios de Comunicação Social
7-9 – Festas do Espírito Santo
15 – Santíssima Trindade
22 – Festa do Corpo de Deus
22 – V Centenário da Diocese de Funchal
27 – Coração de Jesus –
Jornada de Oração pela Santificação do Clero
– Jubileus sacerdotais
29 – Festa de São Pedro e S. Paulo
30 – Aniversário de Ordenação de D. António e Entrada da Diocese (Angra, 1996)

Julho 2014

16 – Festa de Nª. Sª. do Carmo

Agosto 2014

5-6 – Festa do Senhor Bom Jesus – Pico
15 – Assunção da Virgem Maria
17 – Domingo das Migrações
25 – Aniversário da morte de D. Aurélio
(Ponta Delgada, 2012)

NOTAS PESSOAIS

CALENDÁRIO 2013 / 2014

SETEMBRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

OUTUBRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

NOVEMBRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

DEZEMBRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
1	2	3	4	5	6	7
F	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	N	26	27	28
29	30	31				

JANEIRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
			F	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

FEVEREIRO						
D	S	T	Q	Q	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

MARÇO						
D	S	T	Q	Q	S	S
						1
2	3	E	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

ABRIL						
D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	F	19
P	21	22	23	24	F	26
27	28	29	30			

MAIO						
D	S	T	Q	Q	S	S
				F	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

JUNHO						
D	S	T	Q	Q	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	F	F	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

JULHO						
D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

AGOSTO						
D	S	T	Q	Q	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

8. ORAÇÃO PELAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS E PELOS COMUNICADORES

Senhor Jesus,
que na ascensão aos céus nos enviaste em missão:
Ide e fazei discípulos!
Queremos corresponder ao envio,
com generosidade e todas as nossas forças.
Concede-nos a luz do Espírito Santo
e assiste-nos com a tua graça.
Entre as maravilhosas invenções da tecnologia,
em rápido desenvolvimento,
abrem-se novos caminhos para o anúncio do Evangelho.
Através dos meios de comunicação social,
constrói-se o progresso e a comunhão entre os homens,
e difunde-se a boa notícia para iluminar o erro,
a mentira e a falta de valores.
Neste ano, Senhor,
em que os nossos pastores são chamados
a usar "os novos meios ao serviço da Palavra",
queremos assumir ser membros deste povo sacerdotal.
Porque venceste o mundo
e estás connosco até ao fim dos tempos,
ajuda-nos a perder o medo
e dá coragem aos comunicadores,
para que a esperança e a vida se manifestem,
todos os homens cheguem ao conhecimento da verdade
e possam salvar-se.
Amen!

Texto:
Vigararia Geral da Diocese

Paginação e Design:
União Gráfica Angrense Unipessoal, Lda.

3.000 exemplares
Angra do Heroísmo – Terceira – Açores

Agosto 2013