



**GUIA ARQUIDIOCESANO DE
COMUNICAÇÃO PASTORAL**





GUIA ARQUIDIOCESANO DE COMUNICAÇÃO PASTORAL

pascom
ARQUIDIOCESE DE MONTES CLAROS (MG)

ARQUIDIOCESE DE
Montes Claros





SECRETARIADO PARA A COMUNICAÇÃO

Assessor Pastoral: Pe George Luís Cardoso Silva

secretariadocomunicacao@arquimoc.org

PASTORAL DA COMUNICAÇÃO

pascom@arquimoc.org

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

comunicacao@arquimoc.org

38 98423-8384

SEDE DOS VICARIATOS

Rua Januária 371 – Centro, Montes Claros-MG,

39.401-000. Fone: (38) 3222-9434

Telefone: 38 3222-9434

secretaria@arquimoc.org

REDES SOCIAIS DA ARQUIDIOCESE DE MONTES CLAROS-MG

<https://arquimoc.com/>



@arquimoc

Diagramação: Jáson Bacchi





SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
INTRODUÇÃO	11
UM OLHAR SOBRE A REALIDADE	20
APORTES ORGANIZACIONAIS PARA UMA COMUNICAÇÃO INTEGRADA	29
LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD), DIREITO DE IMAGEM E DIREITOS AUTORAIS	71
SECRETARIADO PARA A COMUNICAÇÃO	89
ECOAR: ESCOLA DE COMUNICAÇÃO ARQUIDIOCESANA	96
WEB TV CLARÃO DO NORTE	101
POR UMA CULTURA VOCACIONAL	107
COMUNICAÇÃO E MISSÃO	115
UM HORIZONTE A SER ALCANÇADO	119
A ESPERANÇA NOS MOVE	126





APRESENTAÇÃO

Queridos irmãos e irmãs, este Guia ora publicado é resultado de muitos encontros, escutas, partilhas, sugestões. É verdadeiramente um fruto sinodal que irá iluminar e dinamizar a comunicação pastoral e institucional entre nós.

Tudo que a Igreja é e faz é para comunicar, anunciar uma pessoa, Jesus Cristo, nosso Mestre, Senhor e Salvador, Palavra do Pai, Verdade que liberta e salva, único Mediador entre Deus e a humanidade. Por causa de Jesus e para torná-lo conhecido e amado por todos é que celebramos, pregamos, ensinamos, realizamos atividades missionárias, evangelizadoras, educadoras da fé, respondemos a chamados vocacionais diversos... Tudo por causa dele, por causa de um grande amor a Ele, de um





compromisso espiritual, existencial, ético e histórico com Ele.

Somos o que somos e fazemos o que fazemos para anunciar o nome, o reino, o evangelho, a vida, o mistério, a salvação, a plenitude de Jesus Cristo. Ele é a pedra angular que sustenta o edifício de nossa fé e a vivência dela na comunidade eclesial e no mundo. Tudo parte d'Ele e conduz a Ele. A ação pastoral é comunicação, movimento e dinamismo missionário cristológico e cristocêntrico.

Este guia de comunicação pastoral quer articular, divulgar, comprometer, dar visibilidade, conectar todos os planejamentos, ações e resultados da ação pastoral, missionária, evangelizadora, social nesta nossa Igreja Arquidiocesana. “Aquilo que vimos e ouvimos, nós vos





anunciamos, para que estejais em comunhão conosco”

(1Jo 1,3).

O Secretariado para a Comunicação nasce com a vocação de realizar esta integração, de dar publicidade - não apenas midiática, mas verdadeiramente evangelizadora, de tudo o que nossa Igreja faz, em todas as suas instâncias, organismos, estruturas e células. Para bem realizar isso, encarregar-se-á de estruturar, acompanhar e qualificar a Pastoral da Comunicação nas diversas paróquias, de conectar-se e conectar-nos com os eventos arquidiocesanos, regionais, nacionais e mundiais. Assim, manterá acesa entre nós a chama do entusiasmo missionário, direcionando nossos olhos e nossos corações para a vida fecunda da Igreja em toda parte, começando pelas terras desta Igreja sertaneja até os confins do mundo.





Além disso, o Secretariado será o porta-voz da comunicação institucional de nossa Igreja com a sociedade e os vários interlocutores sociais, no que concerne a matérias que demandem uma palavra inicial e oficial de nossa parte, bem como nosso posicionamento em momentos e situações que peçam uma palavra nossa.

Contudo, o mais importante é que, ajudados por este Guia, sejamos discípulas e discípulos missionários em permanente abertura dialogal, sempre conectados e articulados na missão que a fé nos propõe e sempre gratos pela obra evangelizadora que realizamos e partilhamos como testemunho missionário pelas redes sociais, sem esperar “likes” ou comentários de qualquer teor.

A realidade atual apresenta-se complexa, fluida e multifacetária. Surgiram novos espaços e lugares a serem





alcançados pelo anúncio do Evangelho, como o próprio ambiente digital. Entendemos que as redes sociais e o mundo virtual são hoje para a Igreja mais que tecnologia e instrumento de comunicação. São um “lugar”, um “território” desafiador e exigente de missão. E queremos evangelizar neste “chão digital” e aí apresentar Jesus, a fé, a Igreja, a salvação.

Estaremos juntos nesta grande e bela empreitada! Nunca nos fechemos à comunicação fraterna, verdadeira, respeitosa! Nunca deixemos de comunicar Aquele que precisa ser anunciado sobre os telhados e na intimidade de cada coração humano, seja pelos microfones, pelas câmeras, pelas plataformas digitais, pelos formatos comunicativos atuais, pela presença, pelo testemunho, pelo olhar...



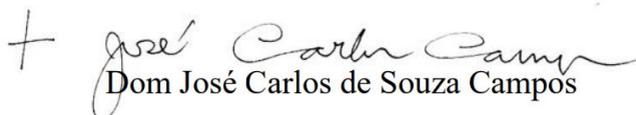


Que este Guia nos eduque para uma comunicação humanizadora, evangelizadora, integradora e fundada tão somente na verdade.

A todos comunico as bênçãos do Amado e Bom Deus.

Montes Claros, 12 de outubro de 2023,

Solenidade de Nossa Senhora da Conceição Aparecida


Dom José Carlos de Souza Campos

Arcebispo Metropolitano de Montes Claros – MG





INTRODUÇÃO

A comunicação se encontra na base existencial do ser humano. Constitui-se como dom, fruto da benevolência divina. A todo momento nos comunicamos. Isso se compreende à luz do relato da criação do mundo. O ser humano é a única criatura cuja feitura acontece com uma ritualidade mais elaborada. Deus toma o barro e o modela, elemento criatural, e comunica ao ser humano a vida, soprando-lhe em suas narinas o seu hálito divino, a *ruah*. O Senhor comunica-se à criatura, faz dela sua imagem e semelhança, e, mais ainda, torna-a continuadora de sua criação. Dá, assim, ao ser humano a capacidade e a missão de comunicar. “No ato de criação, Deus o constitui comunicador, dotando-o de imaginação, talento, inteligência e criatividade artística, tornando-o, assim, comunicador por excelência” (DCIB n. 36). O ser humano,





criado à imagem e semelhança de Deus, possui, na sua natureza, o dom de comunicar.

À luz da Teologia da Comunicação o Papa Francisco afirma: “O homem é um ente narrador. Desde pequenos, temos fome de histórias, como a temos de alimento. Sejam elas em forma de fábula, romance, filme, canção, ou simples notícia, influenciam a nossa vida, mesmo sem termos consciência disso. Muitas vezes, decidimos aquilo que é justo ou errado com base nos personagens e histórias assimiladas. As narrativas marcam-nos, plasmam as nossas convicções e comportamentos, podem ajudar-nos a compreender e dizer quem somos. O homem não só é o único ser que precisa de vestuário para cobrir a própria vulnerabilidade (cf. Gn 3, 21), mas também o único que tem necessidade de narrar-se a si mesmo, ‘revestir-se’ de histórias para guardar a própria vida. Não tecemos apenas





roupa, mas também histórias: de fato, servimo-nos da capacidade humana de ‘tecer’ quer para os tecidos, quer para os textos. As histórias de todos os tempos têm um ‘tear’ comum: a estrutura prevê ‘heróis’ – mesmo do dia-a-dia – que, para encaixar um sonho, enfrentam situações difíceis, combatem o mal movidos por uma força que os torna corajosos, a força do amor. Mergulhando dentro das histórias, podemos voltar a encontrar razões heroicas para enfrentar os desafios da vida. O homem é um ente narrador, porque em devir: descobre-se e enriquece-se com as tramas dos seus dias. Mas, desde o início, a nossa narração está ameaçada: na história, serpeja o mal” (Papa Francisco na mensagem para o 54º DMCS).

Para sua plena realização, o ser humano deve se abrir às relações, buscando um progressivo amadurecimento, em conformidade com a sua natureza de imagem e





semelhança de Deus. O pecado, por conseguinte, constitui-se em um processo degradante que rompe com o próprio ser do homem, deturpando sua vocação de comunicar. Leva-o a um progressivo fechamento ensimesmado. Na abertura de si o ser humano encontra o caminho para a plenificação e, desse modo, participar da missão de comunicação divina.

Evangelizar é comunicar. Com isto, compreende-se que usamos do dom que o próprio Senhor nos concedeu, para transmitir sua mensagem salvífica. Somos colaboradores de sua obra e, ao mesmo tempo, beneficiários. O mandato proferido por Jesus Cristo aos apóstolos, antes de retornar ao céu para junto do Pai é, também, dirigido a toda comunidade dos fiéis batizados. O anúncio do evangelho faz parte da essência da Igreja. “A própria natureza do cristianismo consiste, portanto, em





reconhecer a presença de Jesus Cristo e segui-lo” (DA nº 244). Todo aquele que faz a experiência com o ressuscitado sente ecoar, no mais íntimo de seu ser, o “ide” pronunciado pelo Senhor, Cristo Jesus. “O encontro com Jesus Cristo leva a uma espiritualidade integral. [...] No encontro com Jesus Cristo vivo, descobre-se e vivencia-se o mistério trinitário. A natureza missionária da Igreja é fruto dessa vida trinitária revelada aos discípulos, os quais participam da obra de Deus no mundo” (Doc. 105, nº 188).

Experimentar o amor de Deus nos leva a querer proclamar a intensidade e a beleza de tão grandiosa experiência. Arde, grita em nosso coração o desejo de que todos também mergulhem no mistério do amor divino e façam a experiência do ressuscitado. Aquele amor que, segundo São Paulo, d’Ele nada pode nos separar. “O bem tende sempre a comunicar-se. Toda a experiência





autêntica de verdade e de beleza procura, por si mesma, a sua expansão; e qualquer pessoa que viva uma libertação profunda adquire maior sensibilidade perante as necessidades dos outros. E, uma vez comunicado, o bem se radica e se desenvolve. Por isso, quem deseja viver com dignidade e em plenitude não tem outro caminho senão reconhecer o outro e buscar seu bem. Assim, não nos deveriam surpreender frases de São Paulo como estas: ‘O amor de Cristo nos absorve completamente’ (2Cor 5,14); ‘ai de mim, se eu não evangelizar!’ (1 Cor 9,16)” (EG 9).

A experiência com o Senhor ressuscitado é o que movimenta e dinamiza a vida da comunidade eclesial. O cristão que fez essa experiência é chamado a entregar os seus dons a serviço da comunidade. Sua vocação se realiza no serviço ao outro, dos que já se encontram na vivência eclesial. Realiza-se também na busca em levar àqueles que





se encontram nas periferias sociais a mensagem da Boa Nova do Reino de Deus, anunciado por Jesus. Um agente imprescindível para a ação e vida eclesial é o Espírito Santo, comunicado a nós pelo ressuscitado, nos dá, a cada momento, nova pulsão para realizarmos nosso chamado. “Ele mesmo, pelo Espírito, está presente e atuante na Igreja, seu Corpo, capacitando-a todos os dias para que seja testemunha de Deus no coração do mundo. Ela mesma deve se deixar converter pelo Evangelho, que, atentamente, todos os dias escuta de seu Senhor, procurando conformar sua vida e em suas estruturas ao projeto do reino de Deus” (Doc. 80).

O anúncio do evangelho faz parte da essência da Igreja. Ensina o Vaticano II, na *Apostolicam Actuositatem*, que a Igreja nasceu para tornar os seres humanos partícipes da redenção oferecida em Cristo. Em outras palavras, é dever





de toda Igreja conduzir a humanidade ao caminho de sua plena realização, suplantando uma existência como simples indivíduos para viverem como pessoas. Para tal, a Igreja se encontra diante de uma realidade globalizada, que aproximou realidades apartadas geograficamente, mas que também nos distanciou, a seu modo, o que se tem bem próximo. Os bispos do Brasil destacaram nas DGAE 2019-2023, que nossa realidade é marcada pela predominância da cultura urbana. Essa tem por característica as mudanças constantes, com forte teor de globalização.

A própria ação salvífica acontece no chão da história. Deus age pela *via incarnationis*. É na história do homem que Ele se comunica para salvar, levando em consideração a integralidade da pessoa humana, onde existem dimensões imanentes e transcendentais, que não se excluem, mas se completam. Isso mostra justamente que não se deve





contrapor as dimensões do homem, ou, compartimentá-lo.

Assim, portanto, o anúncio deve se pautar na personalidade e na integralidade do ser humano.

O Guia Arquidiocesano de Comunicação carrega o desejo, como Igreja Particular de Montes Claros, de evangelizar nossa realidade de modo fecundo e integrado. Sua função será a de auxiliar os responsáveis pela comunicação a trilhar os caminhos propostos pela IV Assembleia Arquidiocesana de Pastoral, postas nas Diretrizes que nasceram desse bonito caminho sinodal. É preciso situar o chão que pisamos, reforçar aquilo que nos motiva e lançar nosso olhar esperançoso para o futuro que se desponta. Sempre a caminho.





UM OLHAR SOBRE A REALIDADE





UM OLHAR SOBRE A REALIDADE

O papa Francisco, em sua encíclica *Fratelli Tutti* teceu a imagem de uma sociedade que se encontra enferma. Houve um grande avanço técnico-científico. Entretanto, o ser humano não se desenvolveu no tocante à responsabilidade, aos valores e à consciência [ética]. Uma realidade complexa, em que predomina certa tendência ao distanciamento nas relações. O meio digital pode acarretar o esfriamento do calor dos afetos e no esquecimento, da necessidade de proximidade para o crescimento humano. O papa reforça que há um adormecimento da capacidade de escutar, e o estabelecimento de relações cada vez mais superficiais. Além disso, vale dizer que o mundo digital colocou diante de todos uma grande pluralidade nos mais diversos aspectos da vida, inclusive no religioso.





As Diretrizes da Ação Evangelizadora da Arquidiocese de Montes Claros (2021-2024) apresentam especial preocupação com a comunicação. A nossa Igreja Particular encontra-se inserida na dinâmica da chamada *cultura urbana*, apesar de seu extenso território majoritariamente rural. Os avanços tecnológicos na área da comunicação levam aos mais distantes rincões características da globalização. A realidade em que nos encontramos é marcada por grande pluralidade e constante mutação. “Percebe-se que a comunicação necessita ser sistematicamente trabalhada no nosso contexto diocesano” (DAEAMC n. 25). De modo específico, destaca-se a comunicação frente a grupos como os jovens e os idosos, bem como o estabelecimento de um diálogo ecumênico e inter-religioso.





A comunicação em nossa Arquidiocese tem a seu serviço a Assessoria de Comunicação-ASCOM, além da própria Pastoral da Comunicação, que passou por grande expansão no período pandêmico da COVID-19. Atualmente, 54 das 67 paróquias possuem implantada a Pastoral da Comunicação e em duas existem iniciativas de comunicação. Ao todo contamos com cerca de 627 agentes da Pascom (carinhosamente chamados de pasconeiros) espalhados nas diversas paróquias e foranias. Vale dizer que esse número não leva em consideração as paróquias que possuem somente iniciativas de comunicação, ou seja, ainda não efetivaram o grupo como pastoral.

Nos últimos anos, a comunicação arquidiocesana vem passando por reestruturação. Criou-se a comissão arquidiocesana da Pascom. Essa equipe está responsável





por fomentar a criação, a formação e a estruturação da pastoral nas paróquias. Por conseguinte, a ASCOM permanece ligada à comunicação institucional, sendo responsável pelo diálogo com a imprensa, bem como pela produção de revista, administração de site, jornais e manutenção das redes sociais da Arquidiocese.

Em novembro de 2022 foi realizado o Encontro Arquidiocesano da Pascom. Momento que trouxe ânimo e vigor aos agentes das diversas paróquias que estiveram presentes. Nesse encontro estabeleceu-se que a comissão arquidiocesana será composta por um representante de cada forania, bem como pelos membros da comissão executiva, composta pela coordenação arquidiocesana, vice, secretário e do assessor eclesial, além de alguma indicação do arcebispo. Conta-se, também, com o auxílio da Assessoria de Comunicação.





A grande extensão territorial da Arquidiocese é um desafio frente aos encontros presenciais. Desse modo, grande parte das reuniões acontecem de modo virtual, mantendo, ainda que esporadicamente, reuniões presenciais para o fortalecimento dos vínculos. A comissão arquidiocesana da Pascom tem realizado um trabalho formativo itinerante, visitando as diversas foranias. Vale dizer que se estabeleceram três momentos em âmbito diocesano:

1) **Romaria ao Santuário Senhor do Bonfim** (momento de aprofundamento na espiritualidade do comunicador);

2) **Dia Mundial da Comunicações Sociais** (antecedido por uma semana de eventos em nível de foranias e paróquias);

3) **Encontro Arquidiocesano da Pascom** (encontro de caráter formativo e espaço de sinodalidade).





As escutas realizadas apontaram para um certo nível de cansaço e desmotivação frente à grande demanda que a pastoral recebeu nesse período de pandemia. Urge dizer que em muito o trabalho se deu apesar da falta de investimento das paróquias na área da comunicação. Outro desafio se encontra no compromisso dos agentes, que, por sua vez, encontram-se desmotivados. Foi ainda notado que muitas paróquias carecem de formação contínua para os agentes e também para os coordenadores.

Um dos desafios levantados no último Encontro Arquidiocesano da Pascom, já apresentado na IV AAP, se encontra nas relações de comunicação entre os níveis diocesano, paroquial e comunitário. A diretrizes indicaram que é preciso fazer uma *revisão no modo de comunicação entre Arquidiocese e as paróquias, e entre as paróquias e*





suas respectivas comunidades (DAEAMC n,62). Por conseguinte, há um atraso no repasse de informações, bem como o estabelecimento de caminhos paralelos àqueles propostos para a vida diocesana.

Há, também, resistência ou dificuldades por parte do clero frente às novas tecnologias, além do desconhecimento do que hoje se considera como básico. Tal estranheza gera dificuldades em investimentos na formação dos agentes, bem como na aquisição de equipamentos. Em muitos casos, os agentes, voluntariamente, atuam com material de uso pessoal. É necessário recordar que nem sempre os leigos envolvidos na liderança das paróquias e comunidades veem o trabalho pastoral com a comunicação como necessário.

Olhando para a realidade geral, percebe-se que a dinamicidade é uma característica da humanidade. Assim,





mudanças, evoluções e/ou involuções continuam acontecendo. Vê-se que para ocorrer, de fato, a comunicação da Boa Nova, deve existir uma atualização dos meios utilizados. As questões do homem contemporâneo não mais correspondem àquelas feitas na antiguidade e, até mesmo, na cristandade. A primeira carta de São Pedro diz que deve-se sempre estar preparado para dar as razões da fé (cf. 1Pd 3,15). Para isso reafirma-se que as resposta dadas devem estar em consonância com as perguntas que por hora são feitas. Vive-se hoje em meio a uma cultura fortemente marcada pelo mundo digital, em que a informação, verdadeira ou não, chega até os mais recônditos rincões. A Igreja, desse modo, não pode esquivar-se do meio em que se encontra, ocupando, assim, esses espaços para o anúncio do Evangelho.





APORTES ORGANIZACIONAIS

PARA UMA

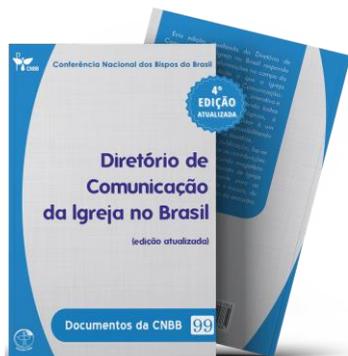
COMUNICAÇÃO INTEGRADA





APORTES ORGANIZACIONAIS PARA UMA COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A Pastoral da Comunicação é entendida com uma ação transversal, perpassando toda a ação da Igreja. Todas as ações eclesiais visam à evangelização. Vale enfatizar que evangelizar é comunicar. A ação da Pascom perpassa quatro eixos: espiritualidade, formação, produção e articulação. O **Documento 99 da CNBB (DCIB)** elenca seis pontos de abrangência da ação da Pascom, a saber:



- 1. Colocar-se a serviço de todas as pastorais, para dinamizar suas ações comunicativas;*
- 2. Promover o diálogo e a comunhão das diversas pastorais;*





3. Capacitar os agentes de todas as pastorais na área da comunicação, especialmente a catequese e a liturgia;

4. Favorecer o diálogo entre a Igreja e os meios de comunicação, para dar maior visibilidade à sua ação evangelizadora;

5. Envolver os profissionais e pesquisadores da comunicação nas reflexões da Igreja, para colaborar no aprofundamento e atualização dos processos comunicativos;

6. Desenvolver as áreas da comunicação, como a imprensa, a publicidade e as relações públicas, nos locais onde não existem profissionais especificamente designados (DCIB n. 330).

As atividades práticas da Pascom na paróquia são embasadas sobre os 4 eixos (espiritualidade, formação, articulação e produção), podendo ser, pedagogicamente,





elencadas dentro de três campos organizacionais. Vale ressaltar que esses campos precisam estar interrelacionados, para não correr o risco da Pascom desenvolver apenas um e dar por cumprida a sua missão. Com efeito, conhecendo os quatro eixos da Pascom, entendemos que o trabalho deve **conectar a necessidade** de comunicação e **soluções** por meio da espiritualidade, formação, produção e articulação. Atuam com transversalidade em toda a paróquia, compreendendo que as necessidades de comunicação geralmente **permeiam por 3 campos**: informativo, promocional e formativo.



No campo informativo se encontram as necessidades voltadas para o registro da história, tanto quanto seu resgate, do que, quem, quando, onde, porque, como. Além de dar visibilidade e transparência ao que acontece na paróquia. Onde e como está sendo aplicado o dízimo, quem são e como estes





paroquianos carinhosamente prepararam a quermesse, eventos, entre outros fatos.

Entre as atividades, estão, por exemplo, a captura de fotos, transmissões, gravação de documentários e reportagens, seja em vídeo ou escritos, preocupando com o arquivamento e disponibilidade desse material informativo para que todos tenham acesso e não se perca ao longo do tempo. Para isso é interessante a criação de um blog, pois materiais como fotos podem ficar salvos e fáceis de se pesquisar se organizados em álbuns.



No campo promocional têm-se as necessidades voltadas para promover, divulgar e estimular o interesse das pessoas sobre o que a paróquia tem a proporcionar desde produtos, eventos, grupos e projetos.

Entre as atividades está a veiculação e a elaboração de cartaz de festa, estampa, panfleto, anúncio em rádio, marketing de guerrilha (não convencional), posts e outras mídias comunicando o que, pra quem,





quando, onde e motivos de ir a um evento, construir identidade visual para comunidades e pastorais usarem em seus projetos, promover os produtos religiosos que estão disponíveis na secretaria paroquial, estimular o ingresso de pessoas nas comunidades, planejar a divulgação de projetos e campanhas.



No campo formativo se encontram as necessidades voltadas para a formação integral dos agentes pastorais e fieis, de maneira geral. Sua finalidade é favorecer o processo de educação, por meio da comunicação, nos âmbitos social e eclesial. Importante ressaltar a necessidade de formação tanto na área da comunicação, como em outras dimensões, como os documentos do Magistério da Igreja.

Entre as atividades, estão a criação e o repasse de cartilhas, manuais de boas práticas, infográficos, checklist, auxílio na elaboração didática das





formações na paróquia, e conteúdos educativos para redes sociais.

Cada campo de atuação demanda esforço e dedicação quanto o outro. A depender da quantidade de agentes na paróquia, é possível pensar em dividir em comissões, para que cada uma possa analisar, planejar e agir com mais foco em determinado campo. Caso o número de agentes seja pequeno, será necessário procurar o pároco para levantar e identificar as necessidades mais latentes e priorizar ações para elas. Uma vez compreendidos os três campos de atuação, isso norteará de que forma encontrar soluções. Para qualquer campo de atuação podem ser colocados em prática, mensalmente, 8 passos de atuação.





1. IDENTIFICAR NECESSIDADES

Necessidades de comunicação podem ser levantadas

a partir:

- Do calendário paroquial, considerando datas importantes e acontecimentos;
- Da participação e a observação dos pontos levantados nas reuniões de CPP;
- Do diálogo com os paroquianos;
- De um formulário de pesquisa.

2. CLASSIFICAR PRIORIDADES

Não dá para abraçar tudo. Por isso, é importante selecionar uma quantidade de necessidades sobre as quais será possível trabalhar e buscar soluções por meio da comunicação. E deixar claro para o pároco e para os líderes da paróquia que o foco do mês serão estas prioridades.





Solicitações outras poderão causar distração e prejudicar o resultado que poderia ser alcançado caso o foco fosse nas prioridades fora disso podem distrair e diminuir o resultado que teriam se focassem mais no que foi estipuladas inicialmente. Eleja entre 1 a 3 prioridades do mês (mais que essa quantidade só se claramente for viável assumir).

Considere:

- ❖ Necessidades levantadas a partir de calendários são geralmente importantes.
- ❖ Dialogue com líderes! O que o Pároco ou o coordenador da comunidade/pastoral/movimento percebe como mais importante dentro dessas necessidades levantadas?
- ❖ As necessidades identificadas a partir de diálogos com paroquianos podem ser categorizadas em níveis de importância, devendo ser questionado:





- O quanto esse ponto é prejudicial à integridade da paróquia?
- O quanto ele afeta a comunhão/união dos paroquianos?
- O quanto isso impacta na fé na comunidade?
- É urgente ou pode se fazer uma ação de comunicação outro mês?
- De acordo com as respostas, dê uma nota de 1 a 10 para o nível de importância e urgência de cada necessidade!

3. LEVANTAR POSSIBILIDADES DE AÇÕES

É preciso levantar possibilidades de ações de comunicação para determinadas necessidades:

- ❖ Faça um *brainstorm* (tempestade de ideias), sem pensar muito se é boa ou não em um primeiro momento, dê ideias do que pode ser feito!





❖ Falta de inspiração? Pesquise! Na internet talvez haja informações sobre alguma ação realizada em relação a essa necessidade.

❖ Consulte o que existe de possibilidades de ações em comunicação. Por exemplo:

- Palestra presencial
- Folheto
- Cartilha
- Infográfico
- Post: lista, comparativ
reflexão, meme, etc...
- Vídeo
- Entrevista
- Tabela
- Gráfico
- Roteiro
- Cartaz
- Outdoor
- Áudio
- Camiseta
- Diagrama
- Faixa
- Carta
- Release
- Tutoriais
- Site
- Painel





É preciso criatividade para unir e adaptar as diversas formas de comunicação. Uma palestra pode ser mais eficiente com um checklist, vídeo-aulas e materiais de apoio como também consulta posterior.

4. ESCOLHER AS AÇÕES PARA EXECUÇÃO

❖ Questionar:

- O que se encontra ao nosso alcance no momento?
- Se necessitar de recursos financeiros, tenho como cotar e apresentar orçamentos ao pároco?
- Esta ação pode ser executada de forma mais simples ou básica?
- Dialogue com líderes! O que o pároco os líderes a essa necessidade entendem ser melhor dentre as ações propostas?





➤ Consigo trazer parceiros para a execução? Gráficas, Rádios, Produtoras, Assessorias de Comunicação de Prefeituras, outras Pascoms, membros de outras grupos da paróquia, profissionais, patrocinadores, ...

5. PLANO DE AÇÃO

Divida a ação em pequenas ações (etapas) o máximo possível! Defina para cada pequena ação: o quê, quem, quando, onde, porque, como, quanto. Esse momento de planejamento deve ser realizado para os agentes entenderem melhor o caminho do projeto, a fim que algo importante não seja esquecido, e o que deve ser feito, distribuído. "Nenhum plano sobrevive ao campo de batalha!" O plano de ação é uma compreensão do que deve





ser feito, isso não quer dizer que tudo tem que sair exatamente como planejado.

6. COMEÇAR A AGIR E COMEMORAR CADA ETAPA!

Esse é um momento em que pequenas conquistas irão acontecer e cada uma delas deve ser comemorada e louvada, dando cada vez mais ânimo o projeto.

7. REALIZAR AJUSTES E PROSSEGUIR

O andamento está atrasado? Tente cortar uma ou outra etapa planejada. Simplifique!

Algo não aconteceu como pensado? Opte por uma medida/alternativa para substituir isso. Faltou a parte de alguém? Como outra pessoa próxima ou distante pode realizar aquela parte?





8. O QUE APRENDEMOS?

- Que bom!

- Que pena!

- Que tal?

Assim, na próxima vez que fizerem uma ação semelhante poderão fazer ajustes.



ATENÇÃO! É de extrema importância para a comunhão e a sinodalidade realizar encontros internos da pastoral, ao menos uma vez por mês. Oportunidade em que os agentes possam rezar juntos, confraternizar, como também estudar fundamentos da comunicação ou mesmo fazer oficinas práticas para desenvolver habilidades.





GERENCIAMENTO DE REDES

A Pastoral da comunicação se insere com o dever de comunicar o todo. A comunicação na paróquia não se inicia a partir da Pascom, mas se encontra na identidade do próprio ser humano e em todas as suas atividades. A comunicação acontece pela transmissão de uma mensagem e interpretação de um receptor, seja por meio verbal e/ou não verbal. Transcende o local onde acontece, seja a recitação do santo terço na capela, o grupo de oração certo dia na semana, a reunião das pastorais, etc. A mensagem pode transcender os espaços e grupos, ecoando nos mais diversos espaços da vida paroquial. Esse fato possibilita que mais pessoas queiram participar ou não das atividades empenhadas pela paróquia. Com efeito, consequências positivas ou mesmo negativas não de





acontecer. Por isso, urge que os grupos, movimentos, pastorais e comunidades coloquem em prática iniciativas de comunicação com mensagens intencionadas para obter resultados positivos. Estimulando a evangelização, a participação e o auxílio.

Há muitos canais de comunicação extraparoquiais, como o perfil de rede social da comunidade X, o programa de rádio do grupo de oração Y. Canais de comunicação que têm seu propósito de evangelização, mas precisamos compreender que na prática eles podem fortalecer ou enfraquecer o alcance e o impacto dos canais de comunicação oficiais da paróquia. Por exemplo:

- Confundindo paroquianos sobre onde encontrar as informações oficiais;





- Conteúdos com informações divergentes em razão de processos de elaboração diferentes;
- Alcance limitado do conteúdo.

Com efeito, o papel da Pascom é dar direcionamento e reger as iniciativas de comunicação para estarem em comunhão, juntar forças e alcançar efetivamente mais pessoas. É importante ter, e a Pascom, incentivar a produção de conteúdo e iniciativas de comunicação dos grupos dentro da paróquia, pois a demanda de comunicação é extensa e os agentes da Pascom podem ser poucos. Todavia, o ideal é que além de direcionamento e alinhamento com os paroquianos a respeito dos planejamentos paroquial e arquidiocesano, se proporcione espaços nos canais de comunicação oficiais da paróquia para a divulgação de materiais desses respectivos grupos.





Esses espaços podem ser o Instagram, janelas em sites, programas no canal do youtube, colunas de jornais, etc. Com seu papel de pastoral transversal, a Pascom deverá atuar na articulação, conduzindo, filtrando e ajustando recorrentemente essa demanda colaborativa. É possível definir agentes específicos para receber esses conteúdos, analisar e publicar.

Existe, também, a tarefa essencial de alinhar expectativas entre os envolvidos. Isso vale para qualquer relacionamento interpessoal. É preciso ter o máximo de controle possível sobre a expectativa que o outro criará. Esse cenário precisa estar muito próximo da realidade que será possível proporcionar com o seu serviço, projeto ou material. É a expectativa que precisa ser semelhante ao que se conseguirá executar e não o contrário.





O primeiro passo se encontra em estabelecer com clareza o processo de prazos, requisitos e os procedimentos, desde a concepção do tema do conteúdo, recebimento, até a publicação. Uma sugestão é ter um fluxograma para deixar isso mais compreensível. Usem e abusem de referências, comparações, fotos, vídeos, textos e demais itens que possam ajudar o outro a criar a expectativa que deseja.

O que fazer com canais de comunicação paralelos já existentes na paróquia?

Solicitar o cancelamento pode gerar atritos. O ideal é mostrar a importância de unir forças nos canais de comunicação oficiais da paróquia. Em outras palavras, reforçar o sentimento de pertença, recordando os vínculos





de comunidade paroquial. Recomenda-se encaminhar certos conteúdos para publicação na paróquia, canais paralelos só para avisos. Com o tempo ficará claro que o uso de redes sociais paralelas às paroquiais acaba gerando *guetos* na vida da paróquia.



USO DE LOGOTIPO

Marca é a representação simbólica de uma entidade, qualquer que seja, algo que permite identificá-la de um modo imediato como, por exemplo, um sinal de presença, uma simples pegada. Ter uma marca como um logotipo ou mesmo um brasão dá visibilidade da existência do grupo e desperta a sensação de pertencimento. Na Arquidiocese é possível encontrar uma variedade de marcas, como os logos e os brasões de paróquias, movimentos, entidades,





campanhas, projetos e grupos. E, por isso, é preciso entender onde e quando convém a utilização dos mesmos.



Logo da Arquidiocese

QUANDO CONVÉM UTILIZAR: É recomendável que o logo da Arquidiocese esteja presente em todos os materiais produzidos nas paróquias, de peças publicitárias a documentos das pastorais e grupos da paróquia.

QUANDO NÃO CONVÉM UTILIZAR: Não deverá ser utilizado em atividades cujo fim não seja evangelizador ou quando a Arquidiocese de Montes Claros não figurar como apoiadora ou realizadora. Assim, não deverá ser utilizado, por exemplo, em eventos de empresas privadas ou peças políticas.





Logo da Paróquia

QUANDO CONVÉM UTILIZAR: O logo da paróquia deve estar presente em todos os documentos e peças publicitárias em nível paroquial, em comunicações oficiais da paróquia e em comunicações dos grupos, comunidades e pastorais que a integram.

QUANDO NÃO UTILIZAR: O logo da paróquia não deve estar presente em documentos e peças publicitárias que não tenham sido verificadas e aprovadas pelo pároco ou administrador paroquial. Também não é recomendado estar presente em eventos de empresas privadas e em peças políticas, como indicado para o logo da arquidiocese.





Logo/símbolo da Comunidade:

QUANDO CONVÉM UTILIZAR: Os símbolos de cada comunidade devem estar presentes em documentos e materiais de comunicação visual que fazem referência à devida comunidade, como vestuário, banners, envelopes, plotagens, cartilhas, conteúdos autorais, entre outros.

QUANDO NÃO UTILIZAR: Aqui se aplica as mesmas normas do uso do logo paroquial.

Logo/símbolo do Movimento ou Pastoral:

QUANDO CONVÉM UTILIZAR: Os símbolos de cada grupo/movimento/pastoral devem estar presentes em documentos e materiais de comunicação visual que fazem referência a eles, como vestuário, banners, envelopes, plotagens, cartilhas, conteúdos autorais, entre outros.





Logo/símbolo de campanhas, projeto e eventos

QUANDO CONVÉM UTILIZAR: Estas representações gráficas devem estar presentes em todo material relacionado ao evento, projeto ou campanha, para compreensão rápida dos destinatários dos materiais.

QUANDO NÃO UTILIZAR: Não deve estar presente em comunicações visuais que não tenham sido verificadas pela coordenação da comunidade ou pelo pároco ou administrador paroquial.





Exemplos de aplicações inadequadas de qualquer

logotipo:

Esticar verticalmente ou horizontalmente.



Acrescentar cor fora do padrão ou aplicação negativa.





Colocar o logotipo sobre fundo que não seja neutro



Alterar formas gráficas

(**tipografias**, espessura de traços, formatos geométricos, posicionamento dos elementos e tipografia)





BAIXE O LOGOTIPO DA ARQUIDIOCESE

PELO QR CODE A SEGUIR.



Vale lembrar que é preciso ponderar o uso dos logotipos pela sua importância. Um exemplo se dá nas artes paroquiais, que deverão conter o logotipo da Arquidiocese e da paróquia. Outra indicação se encontra na recomendação em se utilizar o logo dos anos temáticos, como o ano vocacional. Deve sempre se prezar pela não poluição da imagem a ser veiculada nas redes. Muita informação não promove uma comunicação efetiva.





GESTÃO DE IMAGENS

No mundo de hoje, gerenciar a imagem de uma organização tornou-se parte essencial do trabalho de comunicação. Uma imagem institucional positiva é crucial para a harmonia e para o progresso da organização. Para tanto, é preciso entender o que é gestão de imagem, como analisar crises, como decidir sobre ações de comunicação, como e quando fazer uma declaração ou consultar o Departamento Jurídico da Arquidiocese.

O que é Gestão de Imagem?

Gestão de imagem é o processo de criar, manter e projetar a imagem de uma organização para o público. Envolve a elaboração de uma imagem positiva da organização que seja consistente com seus valores, cultura





e visão. Esse processo inclui várias atividades, como *branding*, relações públicas, publicidade e gerenciamento de crises. A gestão de imagens é vital para as organizações, pois ajuda a construir uma reputação forte, aumentar a visibilidade e obter mais voluntários.

Como analisar situações de Crise de Imagem?

Uma crise de imagem pode prejudicar a reputação de uma organização em questão de horas, causando danos irreparáveis. Portanto, é essencial analisar a situação com cuidado e identificar a causa raiz da crise. O primeiro passo é coletar informações de todas as fontes, incluindo mídias sociais, agências de notícias e fontes internas. Essas informações ajudarão a entender a extensão dos danos e como o público está percebendo a organização. Após a





coleta das informações, é essencial avaliar a situação e determinar o potencial impacto na reputação da organização. Por fim, é necessário desenvolver um plano de comunicação de crise que descreva as medidas a serem tomadas para mitigar os danos e restaurar a imagem da organização.



Como decidir as Ações de Comunicação?

Depois de analisar a situação, é necessário decidir sobre as ações de comunicação a serem tomadas. É crucial identificar o público-alvo e adaptar a mensagem de acordo. Também é essencial selecionar os canais apropriados para atingir o público de forma eficaz. O plano de comunicação deve ser consistente com os valores, cultura e visão da organização. Finalmente, é essencial





monitorar a eficácia do plano de comunicação e ajustá-lo conforme necessário.

Sintetizando, veja 8 passos práticos sobre ações de comunicação:

1. Identifique o objetivo da comunicação: determine o objetivo da comunicação, como restaurar a reputação da instituição, corrigir informações incorretas ou fornecer informações adicionais.

2. Identifique a audiência: determine a audiência que será afetada pela comunicação, incluindo clientes, acionistas, funcionários, fornecedores e outras partes interessadas.

3. Escolha os canais de comunicação: escolha os canais de comunicação mais adequados para alcançar a audiência identificada. Isso pode incluir mídias sociais,





comunicados de imprensa, e-mails, cartas, anúncios pagos e outros meios.

4. Crie a mensagem: crie a mensagem que será transmitida por meio dos canais escolhidos. A mensagem deve ser clara, concisa e focada no objetivo da comunicação.

5. Determine o tom e o estilo: determine o tom e o estilo da comunicação, que devem ser apropriados para a audiência e a situação.

6. Desenvolva um plano de ação: desenvolva um plano de ação detalhando quem será responsável pela comunicação, quando será feita e quais recursos serão necessários.





7. Implemente o plano de ação: execute o plano de ação de comunicação de acordo com o cronograma definido, garantindo que a mensagem seja entregue de forma eficaz.

8. Monitore e avalie: monitore e avalie a eficácia da comunicação. Isso pode incluir a medição da resposta da audiência, o monitoramento de mídias sociais e a análise de métricas relevantes.

Como e quando fazer um comunicado ou nota de esclarecimento?

Um comunicado ou nota de esclarecimento é necessário quando uma organização precisa comunicar informações ao público. É essencial determinar o momento adequado para divulgar as informações e os canais apropriados a serem usados. A liberação deve ser clara,





concisa e precisa. Também deve ser consistente com os valores, a cultura e a visão da organização. Finalmente, é necessário monitorar a reação do público ao lançamento e ajustar o plano de comunicação conforme necessário, sempre em consonância com a Assessoria de Comunicação da Arquidiocese.

Veja 6 passos práticos sobre nota de esclarecimento:



1. Defina o objetivo do comunicado: determine qual é o objetivo do comunicado. É para esclarecer informações incorretas ou para apresentar uma posição da organização sobre o assunto?

2. Escreva o comunicado: escreva um comunicado claro e conciso que atenda aos objetivos definidos. Certifique-se





de que a mensagem seja fácil de entender e que não gere ambiguidade ou equívocos.

3. Revise e edite o comunicado: revise o comunicado cuidadosamente e faça as edições necessárias para garantir que a mensagem seja precisa e eficaz.

4. Determine o momento certo: determine o momento certo para publicar o comunicado. É importante considerar a urgência da situação e a relevância das informações a serem divulgadas.

5. Publique o comunicado: publique o comunicado em canais apropriados, como site, redes sociais ou através de veículos de imprensa, dependendo do objetivo do comunicado e do público-alvo.





6. Escolha um porta-voz: escolha um porta-voz adequado para representar a organização. Certifique-se de que a pessoa selecionada tenha conhecimento e experiência sobre o assunto. É importante dizer que, pela natureza, o porta-voz dos assuntos arquidiocesanos é o bispo ou aquele que for delegado por ele; da mesma forma, na paróquia seja o pároco, ou alguém indicado por ele, de acordo com o assunto/temática.

Como e quando solicitar consultar o Departamento Jurídico da Arquidiocese?

Em algumas situações, a consulta jurídica pode ser necessária quando uma organização enfrenta uma crise de imagem. É essencial buscar aconselhamento jurídico quando houver risco de ação legal ou quando a/reputação





da organização estiver em risco. A consulta jurídica pode ajudar a mitigar os danos e garantir que os direitos da organização sejam protegidos. É crucial trabalhar com profissionais jurídicos experientes que entendam as complexidades do gerenciamento de imagem.

Veja 6 passos práticos sobre quando solicitar consultar o Departamento Jurídico:

- 1. Reúna e organize todas as informações coletadas sobre a crise em um e-mail.** Assim, a equipe jurídica poderá fazer uma pré-análise “global” sobre a crise.
- 2. Agende uma reunião.**
- 3. Discuta as opções:** discuta as opções disponíveis para lidar com a situação e os possíveis riscos e benefícios de cada uma delas. Certifique-se de entender





completamente as implicações legais e as possíveis consequências.

4. **Avalie a viabilidade das opções:** avalie a viabilidade das opções apresentadas e selecione a opção que melhor se adequa às necessidades da organização.
5. **Tome a ação:** tome a ação necessária de acordo com a opção escolhida, com o suporte do Departamento Jurídico.
6. **Mantenha a comunicação:** mantenha uma comunicação aberta e regular com o Departamento Jurídico, para garantir que a situação seja gerenciada de forma adequada e apropriada.

Em conclusão, gerir a imagem de uma organização é essencial para o sucesso no mundo de hoje. Envolve criar, manter e projetar uma imagem positiva da organização que seja





consistente com seus valores, cultura e visão. Entender como analisar crises, decidir sobre ações de comunicação, fazer comunicados e buscar consultoria jurídica quando necessário são componentes críticos de uma gestão de imagem eficaz.

Formação colaborativa entre Pascoms

Como percebemos, a formação é muito importante na comunicação. Não só se fazem necessárias ações de comunicação da Pascom para fora (para paroquianos, pastorais e demais grupos da paróquia), também ações internas na Pascom. Pensando no campo do fomento da pastoral, detectamos a necessidade de estimular, pelo menos anualmente, novas pessoas a entrarem na Pascom.

Urge dizer que muitas pessoas interessadas nunca estudaram ou tiveram experiências com comunicação, e até mesmo pessoas da área, como profissionais,





possivelmente necessitarão adquirir conhecimento sobre nuances da comunicação no contexto católico. Por isso, é preciso proporcionar acessibilidade a formações técnicas e organizacionais, seja por meio presencial ou on-line, além de proporcionar material de consulta. Em todo caso, não se pode esquecer da espiritualidade, que é esteio para toda ação do comunicador católico. Isto deve ser constantemente fomentado na pastoral, para que as ações não sejam vazias de sentido.

Como as Pascoms da Arquidiocese podem se ajudar?

Cada Pascom, em sua realidade, pode lidar com situações diferentes em alguns pontos, como também muito semelhantes. Testando e utilizando recursos/procedimentos, descobrindo peculiaridades que





fazem esta pastoral ser mais eficiente em sua missão. As falhas e suas superações nos edificam e podem ser desde inspiração até mesmo direção para outros que necessitam. Por isso, é sempre válido documentar em texto ou vídeo o que sua pastoral vem fazendo e dando certo e partilhar com outros agentes da Arquidiocese, por meio de um grupo no Facebook, utilizando respectivas hashtags e títulos que possibilitem futuras pesquisas e localização do conteúdo. Além disso, é de salutar importância que as equipes de Pascom de paróquias próximas se ajudem mutuamente no desenvolvimento de seus trabalhos. Há a possibilidade de realizarem encontros formativos em conjunto e até mesmo a produção de materiais.





***LEI GERAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS,
DIREITO DE IMAGEM E
DIREITOS AUTORAIS***





LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD), DIREITO DE IMAGEM E DIREITOS AUTORAIS

Nossa atuação como importante Pastoral da Igreja é marcada sempre pela relação com o sagrado. É próprio da Pascom levar aos meios de comunicação a experiência constante da Igreja com o sagrado, além de exprimir, documentar a relação de Deus com suas criaturas, e abordar questões próprias da espiritualidade. Contudo, não estamos apartados do mundo, pois é nele que a Igreja dá seu testemunho e leva a mensagem cristã, um mundo marcado por relações diversas, questões de organização social, leis, direitos e deveres que todos devemos conhecer e observar.

E como Pastoral da Igreja, a Pascom tem grandes responsabilidades em seu agir, certamente maiores que





qualquer outra instituição que promova a comunicação, já que leva a todos a mensagem cristã, o que envolve retidão, cuidado e responsabilidade. E essa última palavra, responsabilidade, por aquilo que se comunica e como se comunica, é ponto fundamental para todo comunicador católico.

Nesse sentido, conhecer e aplicar a Lei nº 13.709/2018, intitulada Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), assim como questões atinentes ao Direito de Imagem e aos Direitos Autorais se torna de crucial importância. Iniciemos pela Lei nº 13.709/2018. A LGPD tem como principal objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, padronizando regulamentos e práticas para promover a proteção dos **dados pessoais**. Isso





significa que, a partir dessa lei, sempre que formos ter acesso a algum dado pessoal, mas não somente o acesso, sempre que formos coletar, receber, classificar, utilizar, reproduzir, transmitir, processar, armazenar, e até mesmo eliminar um dado pessoal armazenado em um banco de dados, nós teremos que observar o que a LGPD determina, sob pena de estarmos sujeitos às penalidades da lei.

As pessoas naturais, os indivíduos, são os titulares dos dados pessoais, ou seja, cada um de nós é “dono” dos dados pessoais a nós relacionados. Portanto, o fato de uma pessoa fornecer dados pessoais para, por exemplo, um formulário de cadastro, não significa que essa pessoa esteja renunciando aos seus dados pessoais, ou mesmo os doando. Ela continuará sendo a titular dos dados, e quem





está acessando, armazenando, utilizando esses dados deverá tomar diversas cautelas para protegê-los.

O artigo 5º da LGPD traz o conceito de dado pessoal, como sendo qualquer informação relacionada a um indivíduo, uma pessoa natural, identificada ou identificável. Noutras palavras, trata-se de uma informação que permite identificar, direta ou indiretamente, um indivíduo. Assim, informações óbvias que permitem identificar um indivíduo, como o nome, o sobrenome, a data de nascimento, o CPF, o RG, a CNH, a CTPS, o passaporte, o título de eleitor, um retrato, o endereço, o e-mail e o número de telefone são dados pessoais, mas também informações menos óbvias, como o gênero, o cartão bancário, o endereço de IP, *cookies*, o prontuário de saúde, a biometria, a renda, a localização via GPS, os





hábitos de consumo e as preferências de lazer, também são dados pessoais.

Alguns desses dados pessoais a LGPD chama de **dados sensíveis**. São dados que revelam aspectos da vida de um indivíduo que poderão expô-lo, se vazados, a constrangimentos, atos discriminatórios e lesivos, mais que os dados não sensíveis, cabendo a quem acessar esse tipo de dado pessoal ter cautela ainda maior, tanto no momento da coleta, quanto no armazenamento e eliminação. Segundo a LGPD, são dados sensíveis os que se referem à origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico.





Nossa atuação como pasconeiros e pasconeiras, no que se refere ao acesso, utilização, armazenamento, até a eliminação do dado pessoal, será muito norteadada pelos princípios previstos no artigo 6º da LGPD. Muitos dos porquês que surgirão poderão ser respondidos após a análise desses princípios. Dentre eles, os princípios previstos nos incisos I, II e III do artigo 6º merecerão maior atenção do comunicador católico. São os princípios da **finalidade**, da **adequação**, e da **necessidade**.

O primeiro deles, da finalidade, prescreve que nós temos que informar ao titular dos dados pessoais qual a finalidade da coleta do dado pessoal. E mais: somente poderemos utilizar o dado pessoal coletado para a finalidade que foi informada ao titular, vedada a utilização para qualquer outra finalidade. Portanto, se coletar dados





peçoais para um encontro da Pascom, deverei utilizá-los somente para essa finalidade.

Os outros dois princípios, da adequação e da necessidade, caminham juntos. A adequação diz respeito à compatibilidade dos dados pessoais coletados com a finalidade informada ao titular. Já a necessidade prescreve que deveremos coletar somente os dados pessoais estritamente necessários para a realização da finalidade informada ao titular. Assim, utilizando o mesmo exemplo acima, para um encontro da Pascom, deverei coletar somente dados adequados e necessários à realização do evento. Dados sobre orientação sexual, por exemplo, não serão adequados ou necessários à efetivação do encontro. Por outro lado, dados pessoais como nome e sobrenome, e-mail, data de nascimento e, eventualmente, dados sobre





saúde, como a informação sobre alergias ou intolerâncias alimentares, poderão ser adequados e necessários.

Ainda sobre os princípios, há que se destacar outros dois, que também deverão ser observados na atuação da Pascom: os princípios da **segurança** e da **prevenção**. O princípio da segurança impõe a adoção de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de perda, alteração ou difusão. Já o princípio da prevenção impõe a adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos.

No dia a dia da atuação da Pascom, esses princípios serão observados sempre que forem adotadas medidas tais como processos de blindagem de bancos de dados, restrição e controle de acesso de pessoas aos bancos de





dados, adoção de softwares de antivírus, criação de política de senhas (senhas fortes), adoção de multifatores de autenticação (em conjunto com a senha, é possível ativar outros métodos de autenticação, como *tokens* e biometria) e, ainda, treinar pessoas que tenham acesso aos dados contra técnicas de engenharia social (*spear phishing, baiting, whaling* etc.).

A LGPD determina que sempre que formos coletar dados pessoais para uma finalidade específica, nós somente poderemos fazê-lo nas hipóteses previstas no seu artigo 7º. Isso significa que coletar dados sem estar fundamentado numa das hipóteses legais configura violação à LGPD, ou seja, irá configurar coleta ilegal de dados. Entre as hipóteses legais, o **consentimento do titular** será a mais utilizada pela Pascom. Trata-se da autorização





do titular dos dados pessoais. Segundo o artigo 5º, XII, da LGPD, o consentimento é a “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada”.

São requisitos do consentimento a manifestação livre, ou seja, o titular deve escolher se deseja ou não consentir. Por outro lado, as informações sobre como os dados serão utilizados devem ser claras e não deixar margem para dúvidas. A finalidade da coleta e utilização dos dados deve ser apontada de maneira clara, não podendo haver autorizações genéricas. **O consentimento deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.** Isso é muito importante, porque caberá a nós provar que o titular consentiu, concordou. Logo, os termos de consentimento





ou o outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular deverão ser arquivados para servir como meio de prova caso necessário.

Cuidado especial deverá ser tomado quando for necessário coletar, utilizar, armazenar dados pessoais de crianças e adolescentes. A LGPD prevê que a coleta e a utilização de dados pessoais de crianças e de adolescentes deverão ser realizadas em seu melhor interesse. Isso significa que sempre será necessário verificar o que será melhor para a criança e para o adolescente, prezando sempre pelo cuidado, proteção e segurança deles. A coleta de dados de crianças e de adolescentes deverá ser realizada com o **consentimento específico e em destaque** dado por **pelo menos um dos pais** ou **pelo responsável**





legal. Será preciso, ainda, verificar que o consentimento foi dado realmente pelo responsável pela criança.

Por fim, precisamos saber que não poderemos utilizar os dados para sempre. Portanto, quando houver o término da utilização do dado pessoal, **ele deverá ser eliminado.** Isso mesmo. O término da utilização poderá ocorrer nos seguintes casos: quando a finalidade para a qual o dado pessoal foi coletado for alcançada; quando os dados deixarem de ser necessários ou pertinentes ao alcance da finalidade específica almejada; quando houver o fim do período de utilização (o encerramento do encontro da Pascom, por exemplo); ou quando houver comunicação do titular, solicitando a eliminação. A LGPD prevê algumas hipóteses em que o dado pessoal poderá ser conservado (artigo 16), mesmo após o término de utilização, mas são





hipóteses, em regra, mais específicas e fora do âmbito de atuação da Pascom, o que deverá ser analisado caso a caso. De uma maneira geral, esses são pontos importantes que todos devem saber sobre a LGPD.

Feita essa breve abordagem da Lei Geral de Proteção de Dados, nossa atenção deve ser direcionada agora a outros dois assuntos também muito importantes: **Direito de Imagem** e **Direitos Autorais**. Eles aparentam semelhança, mas Direito de Imagem e Direitos Autorais são assuntos diferentes. O **Direito de Imagem** é um direito da personalidade, protegido pelo artigo 5º, inciso X da Constituição Federal, que o inseriu no rol dos direitos e garantias fundamentais, e previsto, também, no artigo 20 do Código Civil, que veda a exposição ou a utilização da imagem de alguém sem permissão, prevendo indenização





caso o uso indevido atinja sua honra, boa fama, respeitabilidade ou se se destinar a fins comerciais. Mas o que efetivamente vem a ser o Direito de Imagem? São os atributos de cada pessoa, próprios, únicos de cada indivíduo, que permitem que esse indivíduo possa ser individualizado, como sua forma plástica, sua conformação facial (rosto, olhos, nariz, boca, orelhas), o busto, as pernas, os braços, mas também a voz, os gestos. É como que o resultado da criação divina. Cada um de nós possui características próprias, únicas, que compõem nossas imagens.

Como afirmado acima, em regra, para utilizar a imagem de alguém é preciso autorização. Mais importante ainda será tomar precauções para que o uso não atinja a honra, a boa fama e a respeitabilidade do indivíduo, impondo-se a





cada agente da Pastoral da Comunicação criteriosa análise do que será publicado ou não pela paróquia ou comunidade.

Por sua vez, os **Direitos Autorais** são os direitos que todo criador de uma obra intelectual tem sobre a sua criação. É o direito do *autor* da obra, por isso Direito *Autoral*. O autor da obra poderá ser o escritor, o fotógrafo, o pintor, o desenhista, o compositor musical, o escultor, e as obras intelectuais (que resultam do intelecto humano) desses autores poderão ser o poema, o romance, a fotografia, a pintura, o desenho, uma canção, uma escultura. Se o Direito de Imagem é como que o resultado da criação divina, o Direito Autoral é criação do homem. Cada autor tem direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, como está garantido no artigo





5º, XXVII, da Constituição Federal e regulado de maneira pormenorizada na Lei Federal nº 9.610/1998. Portanto, para utilizar, publicar ou reproduzir qualquer obra intelectual em sites, revistas ou redes sociais é preciso, antes, obter a autorização do autor ou verificar se ele já consentiu com a utilização da obra, ou, ainda, se a obra já caiu em domínio público, caso em que não será necessária a autorização. Em qualquer hipótese, sempre deverá ser dado o devido crédito, indicando o nome do autor da obra.

É preciso muito cuidado, pois utilizar imagens (Direito de Imagem) ou obras (Direito Autoral) sem a devida autorização poderá configura ato ilícito, fazendo surgir a obrigação de indenizar o detentor da imagem ou o criador da obra. Quanto à LGPD, resta evidente que as exigências da lei impactam na atuação da Pascom. Contudo, a





despite de causarem algum transtorno inicial para adequação, são exigências que todos devemos e podemos atender, não consistindo em algo impossível ou muito difícil. São regras importantes que trazem segurança jurídica e protegem a todos, a nossa Arquidiocese de Montes Claros, inclusive.

PARA SABER MAIS SOBRE A LGPD,

CONFIRA O MATERIAL DA PASCOM AQUI

OU PELO QR CODE A SEGUIR





SECRETARIADO PARA A COMUNICAÇÃO





SECRETARIADO PARA A COMUNICAÇÃO

A **IV Assembleia Arquidiocesana de Pastoral** foi um bonito caminho sinodal trilhado por nossa Igreja Particular de Montes Claros, mesmo diante do desafiante panorama pandêmico. No seu documento final, quando trata das prioridades e ações a serem realizadas, especificamente no pilar da missão, se encontra como indicação a criação do Vicariato para a Comunicação. Isso se justifica devido a comunicação ser um dos desafios constatados pelas escutas feitas aos fiéis, bem como a toda a sociedade civil.

O Vicariato para a Comunicação possui a função de *cuidar da comunicação institucional, promover uma rede de comunicadores articulada pela Pascom e estreitar o relacionamento da Igreja com os meios de comunicação* (DCIB n. 264). Ainda se encontra nas suas atribuições a





promoção de espaços para a reflexão sobre estratégias comunicativas e de linguagem, bem como sobre a adaptação e enculturação da mensagem evangélica, de modo que esta chegue a todos indistintamente.

A criação de um organismo como o Vicariato para a Comunicação demanda a união de todos os envolvidos, tendo sempre como horizonte o Reino de Deus. Por conseguinte, alguns passos precisam ser dados para a efetivação desse projeto proposto pelas Diretrizes de nossa Arquidiocese. Desse modo, optou-se pela instalação do Secretariado para a Comunicação, que, por hora, irá suprir as demandas da Arquidiocese, não excluindo em definitivo a criação futura de um Vicariato para a Comunicação. No organograma arquidiocesano, o Secretariado para a Comunicação se insere na base de toda a organização





arquidiocesana. Isso para indicar o trabalho transversal da comunicação em viabilizar e tornar visível todo o trabalho pastoral evangelizador e social realizado.

O Secretariado para a Comunicação possuirá um assessor como os demais secretariados e terá em sua composição a Pastoral da Comunicação, a Assessoria de Comunicação e, futuramente, a ECOAR (Escola de Comunicação Arquidiocesana), bem como a revista e web-TV/rádio que levam o nome de Clarão do Norte. Será implantado, também, uma Equipe de Reflexão sobre comunicação. À frente do secretariado estará uma comissão composta de membros de cada organismo. Essa comissão terá como objetivo dar visibilidade e publicidade a toda ação pastoral evangelizadora e social da Arquidiocese, desde as comunidades até as instâncias





maiores e proporcionar um bom andamento para os projetos comunicativos na Arquidiocese, bem como estabelecer um planejamento de acordo com o Guia Arquidiocesano de Pastoral e as Diretrizes vigentes. Além disso, serão organizados grupos de trabalho em quatro eixos: espiritualidade, formação, articulação e produção.

Esse primeiro passo visa a integração da comunicação no território diocesano que, por vezes, se dá de modo fragmentado. Nesse sentido, para se ocupar os espaços e ter uma evangelização efetiva, urge uma comunicação menos ruidosa e que demonstre a comunhão e a sinodalidade de nossa Igreja Particular. Vale ressaltar o diálogo necessário entre o profissional e a pastoral. Ambos são faces da mesma moeda, que é a comunicação na Arquidiocese. Nesse sentido, a Assessoria de





Comunicação será constituída de profissionais com o acompanhamento de um clérigo, que servirá de porta-voz do arcebispado, compondo o Secretariado para a Comunicação.

Evangelizar é comunicar. Com efeito, os investimentos em comunicação devem ser constantes. A Pascom é um forte importante componente da ação evangelizadora das paróquias e da nossa Igreja Particular. Não há dúvidas de que é uma pastoral facilitadora para a vida sinodal da Igreja. Por isso, a união de profissionais da comunicação com os muitos agentes da Pascom no Secretariado para a Comunicação irá gerar bons frutos, auxiliando a superar desafios que ainda hoje nos interpelam.







*ECOAR:
ESCOLA DE
COMUNICAÇÃO
ARQUIDIOCESANA*





ECOAR: ESCOLA DE COMUNICAÇÃO ARQUIDIOCESANA

Visando colaborar na missão evangelizadora da Igreja de Montes Claros, propõe-se a fundação da Escola de Comunicação Arquidiocesana (ECOAR) como um dos passos a serem dados para a efetivação do Vicariato para a Comunicação proposto pelas Diretrizes da Arquidiocese. Será parte dos trabalhos realizados pelo Secretariado para a Comunicação. Ela estará a serviço de todo o projeto de evangelização, sendo um lugar de onde todas os membros da Arquidiocese poderão ouvir, na busca de melhorar o anúncio. Não se resumirá, desse modo, à Pascom, mas estará a serviço todos os organismos, pastorais, movimentos e associações que compõem o grande mosaico da Igreja montesclarenses. Tal escola se norteará





por todos os eixos indicados pelo Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, visando uma comunicação efetiva e frutuosa.

Sua ação se dividirá basicamente em dois pontos: formação inicial e permanente. A formação permanente será empreendida com a retomada de temáticas da formação inicial e de abordagens que forem julgadas necessárias a partir do que se apresentar como demanda. Poderá ser desenvolvida de modo itinerante ou como unificado, de acordo com a necessidade constatada. A formação inicial será pensada em módulos, à luz do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, partindo do arcabouço teológico da comunicação à prática pastoral, enfatizando os meios e técnicas para que a comunicação aconteça. Será produzido um conteúdo permanente, que





será disponibilizado como curso de formação inicial no site da Arquidiocese. Este material eventualmente passará por atualizações.

A Escola de Comunicação Arquidiocesana também será um instrumento para a formação do clero, seja em caráter inicial ou permanente. Poderá ser um auxílio para as casas de formação, propondo meios para a inserção da temática da comunicação, formando pastores sensíveis para esta realidade. A mensagem do Evangelho precisa ir além e alcançar os novos rincões como a própria internet. Para isso é preciso um clero capaz de lidar com essas realidades, guiando os fiéis neste processo. É importante ressaltar a importância deste organismo na formação dos que já se encontram no ministério ordenado, servindo de auxílio aos que necessitarem, bem como promovendo





formações para todo clero. O auxílio na formação presbiteral, seja inicial ou permanente, se mostra necessário frente à realidade de estranhamento apontado pela análise de nosso contexto.

A sua organização contará com um quadro de responsáveis para cada disciplina a ser ministrada. Haverá um coordenador, que será responsável pelo andamento da Escola de Comunicação, possivelmente algum leigo indicado pelo arcebispo. Terá como assessor eclesialístico o mesmo que estiver acompanhando a Pascom na Arquidiocese. As decisões de grande importância para a ECOAR serão tomadas pela Comissão Executiva da Pascom Arquidiocesana, e levadas pelo assessor ao arcebispo, que dará, ou não, o seu consentimento, com possíveis acréscimos e correções.





WEB TV

CLARÃO DO NORTE





WEB TV CLARÃO DO NORTE

A sociedade contemporânea se encontra imersa nos avanços tecnológicos em níveis exponenciais. Vive-se hoje, tendo como ponto de partida a década de 1970, a chamada cibercultura ou cultura digital. Esta consiste em uma nova forma de cultura marcada pelo surgimento e avanços da microinformática. Em outras palavras, consiste no novo jeito de ser influenciado pelas ferramentas eletrônicas de comunicação, que abriu para a humanidade um espaço de infinitas possibilidades, um novo jeito de se relacionar e se posicionar na sociedade. Neste contexto encontra-se inserida a Igreja, que, por vezes, também faz uso dos benefícios do tempo presente para a evangelização. Bento XVI chamou a própria internet de novo areópago da evangelização. Vale ressaltar que o caminho de diálogo





com a modernidade tem seu divisor de águas no Concílio Ecumênico Vaticano II, acontecido entre 1962 e 1965.

Nessa via se insere o decreto conciliar *Inter Mirifica*, que trata dos meios de comunicação social, tais como imprensa, cinema, rádio, televisão e outros meios semelhantes. Aqui os padres conciliares afirmaram ser direito e dever da Igreja utilizar os meios de comunicação a serviço da evangelização. Com efeito, a Web TV Clarão do Norte surge com o desejo de bem ocupar, como chamou o papa Bento XVI, os novos areópagos da evangelização. De fato, tem-se o desejo de fazer um trabalho concomitante ao já prestado pela Arquidiocese em instigar os fiéis a crescerem na fé e adquirir um conhecimento concreto acerca da Igreja Católica, juntamente com programas que também proporcionarão conhecimento, lazer, formação.





Seu objetivo primeiro é fomentar a integração de todo processo comunicativo de nossa Igreja Particular de Montes Claros, servindo de canal para que o Evangelho alcance ainda mais pessoas. Urge recordar que, como Igreja que ainda peregrina neste mundo, somos sacramento de um Deus afetuoso, que escuta com amor os clamores de seu povo. Devemos testemunhar essa verdade em todos ambientes, inclusive nos meios virtuais e usando os instrumentos das comunicações sociais. Levar a todos o calor da proximidade, superando a frieza que o mundo contemporâneo encontra-se imerso. Para que isso se efetive, é necessário a conversão de todo um *modus vivendi*, que promova uma mudança de paradigma em nossa sociedade pós-moderna.





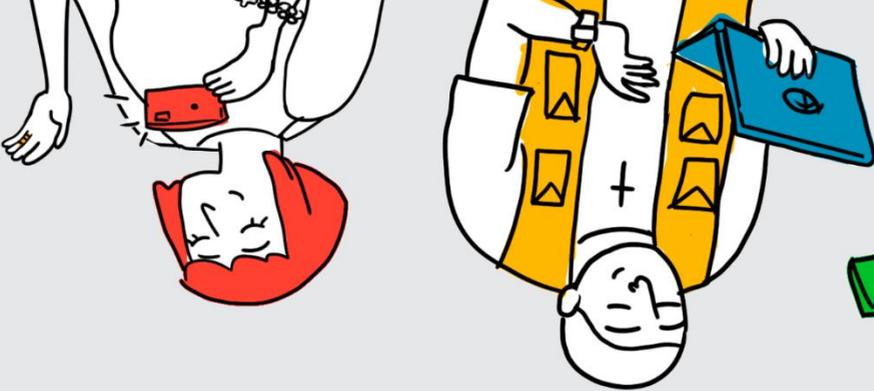
Nossa norma maior é o evangelho. Nesse sentido, Web TV Clarão do Norte será um veículo de comunicação comprometido com os valores éticos e humanistas, uma TV que trabalha para levar ao público um conteúdo de qualidade, se diferenciando pela promoção da cultura, da educação, à luz dos valores evangélicos. Com efeito, a mesma contará com programação voltada para evangelização em nossa realidade norte-mineira, podendo promover, também, em sua grade, programas abordando: saúde, formação religiosa, músicas, alimentação, espaço kids e algo mais que seja significativo para nosso contexto. É preciso dizer que a Web TV Clarão do Norte estará a serviço de todos os organismos e serviços de nossa Arquidiocese de Montes Claros, além de sua comunicação institucional.





A Web TV Clarão do Norte tem como proposta uma grade de programação eminentemente formativa, que compreende a vida do público nas mais diferentes esferas de convívio social de nossa Igreja Particular. O alcance será de milhares de espectadores é um canal em língua portuguesa, voltado para o público católico, porém não excludente. Por ser on-line, poderá manter conteúdos arquivados. Desse modo, o telespectador poderá retomar a hora que lhe for conveniente, além de compartilhar o link para outras pessoas, permitindo, assim, que vários indivíduos sejam alcançados. Vale enfatizar que a internet não tem fronteiras, o acesso poderá ser de um continente até a alguém que esteja em outro país.





POR UMA
CULTURA
VOCACIONAL





POR UMA CULTURA VOCACIONAL

O Papa Francisco afirma que “Toda a pastoral é vocacional, toda a formação é vocacional e toda a espiritualidade é vocacional” (ChV, n. 254). Desse modo, o Serviço de Animação Vocacional (SAV) é manifesto não apenas nos próprios agentes do SAV ou a partir de informações diretamente ligadas à promoção vocacional na Arquidiocese de Montes Claros, mas, o convite vocacional é a expressão da boa vivência da ministerialidade da Igreja: cada batizado que vive a sua missão evangelizadora é a melhor animação vocacional que motivará outros a também se disporem no processo de resposta a Deus, dentro e fora da comunidade eclesial, nos seus mais variados serviços e ministérios.





Por isso, faz-se necessário que haja em nossas pastorais, grupos e movimentos uma cultura vocacional, que possibilite que todo cristão sinta-se motivado para dedicar sua vida ao Reino de Deus, no estado de vida para o qual é chamado por Deus a servir em sua comunidade de fé. Para tanto, é preciso que todos das comunidades se empenhem no conhecimento dos mais variados processos vocacionais existentes na Igreja. É preciso uma visão holística da ministerialidade da Igreja, das casas de formação presentes na Arquidiocese que abrangem a vida secular e a vida religiosa. Das congregações e ordens religiosas que, juntamente com as comunidades de vida e aliança, desempenham um bonito apostolado em nossa Igreja Particular.





Assim, a comunicação faz-se elementar para promover o conhecimento da realidade vocacional da Igreja, promovendo uma cultura e uma consciência vocacionais. Hoje em dia, com o avanço da globalização e das mídias de informação e interação social, o convite vocacional deve ecoar fortemente no areópago do mundo digital, onde muitas pessoas buscam o conhecimento da fé e o aprofundamento na experiência eclesial, a partir de expressões dessa mesma experiência partilhadas e compartilhadas nos meios de comunicação.

Como principal via da animação vocacional das nossas comunidades, a Igreja nos propõe a constituição de Equipes Vocacionais Paroquiais (EVPs), para que promovam em suas paróquias espaços de oração pelas vocações, de discernimento vocacional e os devidos





encaminhamentos de vocacionados a quem é de competência, para que tenham um acompanhamento personalizado e possam responder generosamente ao chamado de Deus em suas vidas. Desse modo, faz-se necessário o trabalho em conjunto com o SAV para que todas as formações, encontros e outros eventos sejam conhecidos por todas as lideranças da nossa Arquidiocese, para que haja a consolidação dessa cultura vocacional que almejamos.

Com a constituição das EVPs há o desejo de que toda a ação se dê nos níveis de comunidade, paróquia, forania e Arquidiocese, a partir de encontros promovidos pelo SAV ou mesmo visitas que as EVPs farão aos grupos e movimentos de cada paróquia. Destarte, a realidade vocacional seja amplamente conhecida pelos





comunicadores que ajudam nessa bonita missão de evangelização e que tanto tem surtido efeito em nossa Igreja. Nesse sentido, é importante que todas as paróquias mantenham espaço permanente para a promoção vocacional com material próprio, bem como reproduzindo o conteúdo elaborado pelo SAV. Outro aspecto importante se encontra no trabalho vocacional a ser realizado com os próprios agentes da pastoral. É preciso que seja reservado espaço nas reuniões da pastoral para se refletir sobre vocação. Enfim, é de especial importância o trabalho em conjunto, SAV e Pascom, para uma fecunda promoção vocacional em nossa Igreja Particular de Montes Claros.





*COMUNICAÇÃO
E MISSÃO:
CAMINHOS PARA
A ANIMAÇÃO
MISSIONÁRIA*





COMUNICAÇÃO E MISSÃO: caminhos para a animação missionária

Missão é uma palavra muito usada, sobretudo em tempos de Francisco. Contudo, é também polissêmica, pois ganhou contornos e visões diferentes ao longo da História da Salvação. Sendo assim, corremos o risco de usá-la supondo uma carga teológica diferente da compreensão uns dos outros. Entendemos, na escola da reflexão teológica mais recente, que a missão é de Deus, e que é, em síntese, transbordamento de amor e autocomunicação de Deus. Nas palavras de Dom Hélder Câmara, *missão é sempre partir*, saindo de si e indo ao encontro dos outros, vivendo a Boa Notícia do Encontro.





Jesus, no final dos evangelhos, impele aos discípulos que, indo pelo mundo, isto é, enquanto caminham e vivem, se tornem anunciadores da Boa Notícia, levando outros, pelo testemunho e mensagem, a se encantarem com essa nova proposta de vida (cf. Mt 28,19-20). Compreendemos, assim, a exortação do Papa Francisco quando afirmou que *a missão no coração do povo não é uma parte da minha vida, ou um ornamento que posso pôr de lado; não é um apêndice ou um momento entre tantos outros da minha vida* (EG n.273). Em outros termos, ou se é missionário ou não se é cristão (cf. Doc 100, n.157).

Missão e comunicação estão, assim, intrinsecamente ligadas, uma vez que a experiência de fé nos impulsiona à partilha com outros. A tal anúncio, há um conseqüente convite à experiência, a ponto de afirmarem: *Já não cremos*





por causa das tuas palavras, pois nós mesmos ouvimos e sabemos que este é verdadeiramente o salvador do mundo (Jo 4,42b). Não há, então, missão sem anúncio, nem esse sem testemunho. Vale ainda indicar que a finalidade deles não é para autopromoção, senão *para que o mundo creia* (cf. Jo 17,21).

Nesse sentido, os Conselhos Missionários Paroquiais (COMIPAs) surgem como um verdadeiro *pentecostes missionário*, um abrir as janelas para que o sopro do Espírito reascenda o ardor e o testemunho de nossas comunidades eclesiais missionárias. Eles têm a missão de olhar para dentro de nossas pastorais, movimentos e comunidades, fazendo-lhes trilhar um verdadeiro caminho de conversão pastoral, desinstalando a porção do povo de Deus de uma estrutura de manutenção, e promovendo as





instâncias de participação e responsabilidade.

Simultaneamente, volta os nossos olhares para as realidades ambientais em que estamos inseridos, fazendo ouvir o clamor dos povos que chega a Deus. A tais situações, buscam responder à luz da fé, e de maneira pessoal, comunitária e social.

O trabalho em conjunto da Pascom com as instâncias missionárias de nossa Arquidiocese ajudará na renovação de nossa vida cristã e pastoral. Pode-se pensar que essa é uma ousada meta, e que o que fazemos pode parecer pouco. A isso, Santa Teresa de Calcutá responde dizendo que *o que fazemos pode ser uma gota no oceano, mas sem ela, o oceano seria menor*. Não podemos nos esquecer dessa verdade fundamental de nossa fé: somos discípulos-missionários, chamados a *dar sempre de nossa pobreza*





(Doc. Puebla, n. 368), testemunhando o Senhor em cada instante, consagrando o mundo e impregnando-o com o Espírito de Cristo (cf. LG, n. 33-34).





*UM HORIZONTE
A SER ALCANÇADO:
PLANEJAMENTO
ARQUIDIOCESANO
2024-2026*





UM HORIZONTE A SER ALCANÇADO

Planejamento Arquidiocesano 2024-2026

Eixo	Metas	Ações	Prazo
Espiritualidade	Estimular a vida de oração dos membros da PASCOM.	1) Encontros locais, por forania e arquidiocesano com as PASCOMs e os diretores espirituais. 2) Romaria anual ao Santuário Arquidiocesano.	Primeiro semestre de 2024
	Desenvolver exercícios espirituais que fomentem e aproximem os membros da PASCOM da vivência da fé, à luz da espiritualidade do comunicador.	1) Produção de material arquidiocesano para o aprofundamento na espiritualidade do comunicador. 2) Promoção de retiros para cada grupo paroquial.	Segundo semestre de 2024





Formação	<p>Formação litúrgica (ritos e símbolos), conforme orientado pelos documentos da Igreja, para os membros da PASCOM.</p>	<p>Aulas ministradas nas paróquias, foranias e Arquidiocese por instrutor capacitado.</p>	<p>Encontros: mensais - local trimestrais - forania semestral - arquidiocesano</p>
	<p>Formação técnico/operativa (fotografia, transmissão e gerenciamento das redes sociais) para os membros da PASCOM.</p>	<p>Aulas ministradas nas paróquias, foranias e Arquidiocese por instrutor capacitado.</p>	<p>Encontros: mensais - local trimestrais - forania semestral- arquidiocesano</p>





Articulação	<p>Melhorar a relação interna entre os membros das PASCOMs e a relação com os diretores espirituais</p>	<p>Estabelecer previamente o calendário de eventos.</p> <p>Definir a atribuição de cada membro.</p> <p>Incentivar a participação do diretor nos encontros de convivência e planejamento.</p>	<p>Calendário mensal; Encontros bimestrais.</p>
	<p>Estabelecer um canal de comunicação direta com as PASCOMs da Arquidiocese.</p>	<p>E-mail, grupo de whatsapp, link google drive, agenda google drive compartilhada.</p>	<p>Primeiro semestre de 2024</p>
	<p>Disponibilizar para as PASCOMs o cronograma/agenda das ações/eventos fixos que sejam de interesse de todas as paróquias.</p>	<p>E-mail, grupo de whatsapp, link google drive, agenda google drive compartilhada.</p>	<p>Semestral, com atualizações mensais</p>





Produção	Atualizar as diretrizes da PASCOM	Encontro Arquidiocesano da Pascom, após publicação das novas diretrizes Arquidiocesanas.	Conforme planejamento
	Aquisição de equipamentos básicos para o desenvolvimento das ações da PASCOM	Destinar uma porcentagem do valor arrecadado com os eventos paroquiais para a aquisição dos equipamentos, tendo em vista que a PASCOM realiza a cobertura de todos os eventos locais.	Conforme definição local e calendário paroquial.





	Evento	Local	Prazo/duração
Eventos anuais	Semana da Comunicação	Propostas de eventos para serem realizados em nível de foranias e paróquias.	Semana que antecede o DMCS.
	Dia Mundial das Comunicações Sociais	Evento itinerante. A cada ano se celebra em âmbito arquidiocesano em uma paróquia.	Domingo em que se celebra a Ascensão do Senhor.
	Romaria da Comunicação	Santuário Arquidiocesano Senhor do Bonfim, em Bocaiúva.	Último final de semana do mês de julho.
	Encontro Arquidiocesano da Pascom	Casa de Pastoral Santo Antônio.	Mês de novembro.





Cronograma Geral de aplicação do Guia de Comunicação

2023
-
2024

- Criação do Secretariado para a Comunicação;
- Publicação do Guia de Comunicação no Encontro Arquidiocesano da Pascom;
- Trabalho em conjunto com o Serviço de Animação Vocacional (SAV), para a promoção vocacional nas bases, e com o COMIDI para uma contínua animação missionária da Arquidiocese.

2024
-
2025

- Estudo do Guia de Comunicação por Forania;
- Início da organização para a implantação da ECOAR e da Web TV Clarão do Norte;
- Formação da Equipe de reflexão sobre comunicação.
- Início dos trabalhos da ECOAR;

2025
-
2026

- Implantação da Web TV Clarão do Norte (Segundo semestre);
- Retomada da Revista Clarão do Norte;
- Implantação da Pascom em todo território diocesano.
- Realização do Mutirão de Comunicação Arquidiocesano.





A ESPERANÇA NOS MOVE





A ESPERANÇA NOS MOVE

O capítulo 21 do Evangelho escrito por São Lucas traz-nos o peculiar relato dos discípulos de Emaús. Após vivenciarem os acontecimentos da paixão e morte do Divino Mestre, retornam desanimados para casa. Tomados por um espírito de derrota, não percebem que o Senhor caminhava com eles. Nessa caminhada pastoral, corremos o risco de ser tomados por esse mesmo espírito, ao nos depararmos com os desafios da messe. Vale lembrar, que é na comensalidade da mesa, lugar de compromisso e comunhão, que os discípulos reconhecem o Ressuscitado e retornam para a comunidade. O amplo horizonte de significados dessa cena nos permite dizer que no nosso sim dado, devemos reconhecer o Senhor que nos chama, forma e envia.





Possuímos o comum desejo de dar passos na caminhada da Pastoral da Comunicação. Queremos os corações ardentes para dar novo ritmo à nossa marcha. Com efeito, anunciar exige convicção, que só é alcançada por quem fez a experiência com o conteúdo pessoal do anúncio. Sem a relação com o Senhor, o anúncio se reduz a discursos vazios, em nada capazes de levar aos outros o convencimento da verdade anunciada. Aquele que anuncia deve ser capaz de traduzir a realidade em que se encontra na Palavra que prega. É preciso fazer da própria vida, da sua realidade, uma via de experiência com Deus. Até mesmo o silêncio se torna oração, diante daquele que se abre à graça.

Para conseguirmos vislumbrar um horizonte em que nossos sonhos para a comunicação arquidiocesana se





concretizem na história eclesial é imprescindível o empenho de todos na aplicação do presente Guia. Este documento poderá receber atualizações após a publicação de novas diretrizes arquidiocesanas, e adequações necessárias a cada tempo. Muitos são os desafios a serem superados. Sabemos que, ao longo do percurso, outros surgirão à medida que ultrapassarmos os atuais. Nesse sentido, lançamos nosso olhar filial a Maria, Mãe da Igreja, padroeira de nossa Igreja Particular e pedimos a sua intercessão para nossos trabalhos de comunicadores junto a seu filho Jesus Cristo.





pascom

ARQUIDIOCESE DE MONTES CLAROS (MG)



ARQUIDIOCESE DE
Montes Claros