

# **CENTROS DE PREPARAÇÃO PARA O MATRIMÓNIO**

**FORMAÇÃO NACIONAL**

**Fátima 5 de Novembro 2011**

# AGENDA

1. O CONCEITO
2. CPM ENQUANTO “PRODUTO”
3. MAXIMIZANDO O IMPACTO DAS “VIDAS REAIS”
4. A RELEVÂNCIA DE UM “PRODUTO EXTENDIDO”

PARTE 1

---

# O CONCEITO

## Natureza e Objectivos

“O CPM tem como finalidade principal a promoção de sessões de preparação para o matrimónio, através de uma pedagogia e metodologias próprias, baseadas na revisão de vida e no **TESTEMUNHO VIVENCIAL** de casais católicos assistidos por sacerdotes, e apoiados na reflexão e diálogo conjugais”

## Natureza e Objectivos

O CPM destina-se a ajudar os noivos a **PREPARAR** o seu matrimónio, a **COMPREENDER** e a viver esse sacramento:

- **PERSPECTIVANDO-LHES** um amor autêntico e gratificante dentro do matrimónio
- **CONSCIENCIALIZANDO-OS** sobre os dons do sacramento e ajudando-os a assumir os compromissos pessoais, familiares e sociais inerentes
- **LEVANDO-OS À REDESCOBERTA** do ser cristão adulto, e a tomar opções correctas na vida conjugal e familiar “

## Duas ideias centrais que pautam a visão externa

### Curso

- série de lições sobre uma matéria
- matérias tratadas numa aula
- conjunto de disciplinas que habilitam para algo

### Preparação

- organização e preparativos que tornam possível que algo aconteça
- acção de preparar alguém ou de se preparar; formação; treino

## O Desafio de Abordar a Vida no Matrimónio em 6 temas

#1 – Uma Comunidade de Amor

#2 – Matrimónio Sacramento

#3 – Diálogo e Gestos de Amor

#4 – A Fecundidade do Casal

#5 – Nova Situação... Novas Exigências

#6 – Amor ao Longo da Vida

PARTE 2

---

# CPM ENQUANTO “PRODUTO”

## Um Produto / Serviço Complexo (na óptica de quem o oferece)

Os Noivos definem  
mercados  
profundamente  
**SEGMENTADOS** e  
distintos

A dimensão de  
“formação humana e  
religiosa” tem que ser a  
**CENTRALIDADE** não  
sacrificada

O **MOMENTO** em que  
os Noivos fazem o CPM  
não é muitas vezes o  
ideal

A noção de  
“**OBRIGATORIEDADE**”  
tende a encerrar um  
conjunto de factores  
negativos

## A Ambição de ser Produto / Serviço Relevante

(o que define) **A PROPOSTA DE VALOR** do CPM

**Conteúdo**

**Programa**

**Experiência**

**Mecânica**

**Grupo**

**Formato**

**Logística**

**Dinâmica de  
Participação**

## A Ambição de ser Produto / Serviço Relevante

# (o que define) A PROPOSTA DE VALOR do CPM

## Relação Humana

**Partilha**

**Diálogo**

**Envolvimento**

**Predisposição**



São as **PESSOAS** que fazem o CPM... os **CLIENTES** (Noivos) e os **FORNECEDORES** (Casais + Sacerdote), a capacidade de interagirem, de partilharem experiências de criarem a cumplicidade que permite “conversas sérias”

## A Ambição de ser Produto / Serviço Relevante



Como se pode melhorar estas vertentes?

Pensando no conceito de  
**“MOMENTO”**

Pensando num desafio de  
**“LINGUAGEM”**

Pensando como se mede o  
**“SUCESSO”**

## Pensando o CPM de forma lateral para o tornar mais relevante

Pensando no  
conceito de  
**MOMENTO**

- É um MOMENTO
  - ...de PARAGEM
  - ...de DIÁLOGO “FORÇADO”
  - ...de interpelação por TEMAS AINDA NÃO REFLECTIDOS
  - ...de interpelação por ESTRANHOS
- É um contexto que assim pode e deve ter “RESULTADOS EXTREMOS”
- É necessariamente um PRINCIPIO mais do que um fim

## Pensando o CPM de forma lateral para o tornar mais relevante

Pensando num  
desafio de  
**LINGUAGEM**



São os Jovens Noivos de hoje, diferentes dos de há 5 anos? E dos de há 10? E como mudou o CPM e a abordagem dos Casais em função dessa evolução?

## Pensando o CPM de forma lateral para o tornar mais relevante

Pensando num  
desafio de  
**LINGUAGEM**

- Diferentes Projectos de Vida Possíveis
  - Diferentes Realidades de Namoro e de vida conjunta
  - Diferentes Vivências da Religiosidade
  - Diferentes Vivências da Sexualidade
  - Diferentes “Respeito pelo Exemplo”
- 
- *Até onde as temos que compreender, até onde as temos que aceitar? Que juízos de valor fazemos?*
  - *Como encaramos as perguntas difíceis... (sacramento + fidelidade + sexualidade)*

## Pensando o CPM de forma lateral para o tornar mais relevante

Pensando  
como se mede  
o  
**SUCESSO**

### Impactos para os Noivos...

- na Vida de Casado...
- na Preparação do Casamento...
- na Religiosidade



### Objectivos da Igreja...

- Quais as mensagens chave que quer passar?
- Quais as lições que quer partilhar?
- Como consegue captar a atenção?



PARTE 3

---

# **MAXIMIZANDO O IMPACTO DAS “VIDAS REAIS”**

## O Desafio Central para os Casais

Evoluir de  
**TESTEMUNHOS  
DE VIDA...**



para **EXEMPLOS  
MARCANTES e  
INTERPELADORES**

As Partilhas, as Reuniões com Noivos e toda a dinâmica de sociabilização tem que ser base de memórias perenes, de aprendizagens interpeladoras, de inspiração para a acção, de óbvia afinidade de histórias de vida

## O Enorme Valor do Realismo



## O Enorme Valor do Realismo

### Uma História de Vida (e uma Vida com História)

- Projectos permanentes
- Momentos e Conquistas
- Alegrias (e seu sabor)
- Dificuldades (e seus impactos)
- Fecundidade percebida noutros

### Exemplos de Deus no Matrimónio

- Oração (individual, em casal, em família)
- Deus apreciado nos outros
- Jesus na "nossa casa"
- A Igreja na "nossa casa"

### Um Vida com "Técnicas"

- Com tempos e com tempo
- Com pequenos prazeres
- Divisão de Tarefas
- Formas de Diálogo
- Imposição de Tempos
- Imposição de Espaços
- Comportamentos de Carinho

### A Igreja vista no Sacerdote

- Valorizador
- Interpretador
- Desafiador
- Catequista
- Desmistificador
- "Teorizador" de Lições

## A “Força das Técnicas”

### ... nas Apresentações Plenárias (testemunhos)

- Ter SENTIMENTOS evidenciando o que têm de “exposição do íntimo”
- Mostrar o PROCESSO de preparação...
- Assumir uma dinâmica de DIÁLOGO...
- Ser valorizada pela INTERPELAÇÃO (Interpretadora) do Sacerdote...
- Ser apoiada em APRESENTAÇÃO
- Ter “EXTRAS” de conteúdo

### ... nas Sessões de Grupo com Noivos

- Assentar numa INTERPELAÇÃO CURIOSA, etnográfica, de aprendizagem recíproca
- Extremar ENQUADRAMENTO DE NORMALIDADE dos Noivos (com exemplos passados de outros noivos) - parte fundamental de “identificação”
- Promover DIÁLOGO INTERPARES

PARTE 4

---

# **A RELEVÂNCIA DE UM “PRODUTO EXTENDIDO”**

## Uma visão provocatória... mas profundamente actual

Nos dias de hoje...

... poderá um CPM não ter expressão Digital?

... poderá um CPM não ser experiência de Rede Social?

... poderá um CPM não ser espaço de Conteúdos Gerados pelos Participantes?



Como podemos imaginar um  
**CPM EXTENDIDO**

## Viver para além do Momento



- Enriquecer a preparação dos temas
- Partilhar elementos de suporte aos diálogos
- Lógica de *teasing* para induzir preparação



- Criar espaços específicos de Q&A
- Ter momentos “memoráveis” (Missa Explicada)
- Ter contextos de “ajuda suplementar” (temas quotidianos)



- Acesso a Novos Contextos
- Facilitação do Contacto (Comunidade)
- Recomendação de Conteúdos e Partilha das “Apresentações”
- Valorização como Evento (marcante)

# Perguntas