

Fall 2019

## Comunicação Multimédia e Missão Espiritana Hoje

Jean-Michel Gelmetti

Follow this and additional works at: <https://dsc.duq.edu/horizontes-espiritanos>

---

### Recommended Citation

Gelmetti, J. (2019). Comunicação Multimédia e Missão Espiritana Hoje. *Horizontes Espiritanos*, 14 (14). Retrieved from <https://dsc.duq.edu/horizontes-espiritanos/vol14/iss14/10>

This Wellsprings is brought to you for free and open access by Duquesne Scholarship Collection. It has been accepted for inclusion in Horizontes Espiritanos by an authorized editor of Duquesne Scholarship Collection.

## COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA E MISSÃO ESPÍRITANA HOJE



Jean-Michel Gelmetti, C.S.Sp.  
Jean-Michel Gelmetti, C.S.Sp., fez um mestrado em estudos multimídia na Universidade de Duquesne (2005-2008). Antes disse ele já tinha uma licença de Letras, Literatura e Ciências Humanas (1973) em Metz antes de entrar nos Espiritanos em 1980. Depois de fazer licença em estudos de filosofia e teologia em Sèvres ele foi ordenado padre no dia 28 de agosto 1988. Missionário em Angola de 1988-96, ele era redator de *Pentecote sur le Monde* de 1996-2005. Pároco em Lorraine France, diocese de Metz (2008-11) ele se juntou a equipe de formação em Tanzânia (2011-12). Ele trabalhou em Duquesne na produção de vídeos para a província dos Estados Unidos (2013-2019).

*Traduzido pelo autor, revisto pelo P. Tony Neves, C.S.Sp.*

*A comunicação contribui para dar forma à vocação missionária de toda a Igreja*

### Introdução

O Vigésimo Segundo Capítulo Geral de Bagamoyo, em 2012, *Sede fervorosos no Espírito* (1.10), insiste: “As novas tecnologias de informação terão que ser usadas mais não tanto para nosso conforto pessoal, mas como um meio de nos tornarmos conhecidos e como ferramentas de evangelização”<sup>1</sup>.

E o P. John Fogarty, Superior Geral, fez este comentário em 2016:

Novos compromissos missionários foram assumidos em 24 países diferentes; a organização interna da Congregação mudou radicalmente. As novas tecnologias revolucionaram os nossos meios de comunicação e entendemos mais claramente que o nosso testemunho comunitário - nossa maneira de viver juntos como família internacional e intercultural - é parte integrante da nossa missão, se quisermos que o sonho de Jesus se torne realidade para com uma humanidade nova<sup>2</sup>.

Isso faz eco à insistência do Papa Francisco no uso dos média para a missão da Igreja: “A comunicação contribui para dar forma à vocação missionária de toda a Igreja ... a revolução nos meios de comunicação e de informação é um grande e apaixonante desafio, que requer energias renovadas e imaginação nova para transmitir aos outros a beleza de Deus”<sup>3</sup>.

### A ideia principal deste artigo

Este artigo aceita o desafio proposto pelo Papa Francisco sobre a comunicação. Quer advogar que, nos nossos esforços para evangelizar e conscientizar o testemunho da comunidade espiritana, seja dada maior atenção às tendências atuais da tecnologia da informação como resposta aos estilos de apreensão do nosso mundo em evolução. O artigo descreve esses estilos em evolução, a mudança radical de paradigma na maneira como consumimos as informações e suas implicações para a nossa missão evangelizadora. Refletindo sobre como as mídias atuais estão-se adaptando à mudança de paradigma.

Ele destaca as capacidades da tecnologia audiovisual e pede a formação de jovens Espiritanos neste campo em constante mudança. Postula-se que um funcionamento em equipe de pessoas treinadas em vários aspectos complementares dessa tecnologia de comunicação fica como a melhor garantia de sucesso.

### **Comunicação interna e comunicação externa: necessidade de qualidade**

Geralmente, faz-se uma distinção entre comunicação externa e interna. A comunicação externa com a finalidade de evangelização é dirigida a pessoas e grupos do mundo exterior. A comunicação interna é direcionada aos membros da Congregação para fortalecer seu Ethos e moral missionários. Focalizo a comunicação externa, que, por afectar o público em geral, deve ser de alta qualidade, tanto na forma como no conteúdo. Mas o que é dito aqui se aplica de maneira secundária à comunicação interna. No campo audiovisual, a Internet não distingue entre comunicação interna e externa. De qualquer forma, um vídeo publicado num site com acesso limitado e para fins de comunicação interna é publicado numa das plataformas principais, como o *YouTube*. Por definição, essas plataformas são redes abertas e os vídeos publicados são continuamente indexados por robôs dos motores de pesquisa. Com o tempo, eles acabam por serem encontrados nas pesquisas na Internet. Assim, uma produção de qualidade se aplica, de certo modo, à comunicação externa como também à interna.

*uma produção de  
qualidade se aplica,  
de certo modo,  
à comunicação  
externa como  
também à interna*

As nossas Províncias tradicionalmente usam papéis impressos (especialmente revistas). Uma revista procura atrair um público externo e esse público é a sua razão de ser. As revistas se adaptam às tendências atuais para despertar interesse e capturar a atenção dos leitores. É dada mais atenção ao design, à apresentação e à aparência dos itens; vigiamos seu comprimento e o das frases que o compõem, colocamos ilustrações e gráficos de acordo com regras estéticas e eficazes cuidadosamente aplicadas. No entanto, as assinaturas de revistas continuam em declínio. Para alcançar mais efetivamente aqueles que visamos em nossos esforços evangelizadores, precisamos tentar algo novo, ao lado ou até no lugar da média impressa. A tecnologia audiovisual nos dá a oportunidade de entregar a mensagem diretamente em suas casas. Suas produções podem ser usadas para preencher e atualizar o website e o conteúdo das mídias sociais das Províncias.

*Os Espiritanos  
devem se aventurar  
neste "outro  
mundo" e neste  
contexto com o qual  
os jovens se sentem  
mais à vontade*

## **Comunicação: Impresso versus Não Impresso**

As gerações mais jovens percebem o mundo de maneira diferente daquelas que as precedem. Dois tipos diferentes de percepção influenciam a nossa compreensão e apreensão do mundo. Estamos mais ou menos familiarizados com um ou outro, dependendo da nossa idade, do nosso treinamento e dos nossos hábitos cognitivos. Não se trata aqui fazer um julgamento de valor ou delinear uma maneira melhor ou pior de se comunicar. É apenas uma questão de considerar duas realidades relacionadas às diferentes médias utilizadas. E uma dessas médias é de particular interesse para as pessoas mais jovens. Os Espiritanos devem se aventurar neste “outro mundo” e neste contexto com o qual os jovens se sentem mais à vontade.

## **Livro versus tela, lógica versus emoção**

Uma outra maneira de dizer a mesma coisa é contrastar papel impresso e tela, lógica e emoção. Numa civilização baseada no verbo escrito, a arquitetura da fala tem começo, meio e fim, ou seja, obedece à lógica da frase. Aprendemos a pensar, a pregar e até a nos divertir numa base estrutural de pensamento que é aproximadamente a seguinte: “sujeito-verbo-complemento”, “tese-antítese-síntese”, “introdução-desenvolvimento-conclusão”. Essa é a “Lógica do Livro” ou “Lógica do Discurso”. Essa já não habita a intuição espontânea das gerações mais jovens com os seus narizes colados nas telas. Para eles, a “Lógica da Tela” está funcionando, com sua linguagem audiovisual e navegação intuitiva, livre da necessidade de seguir um modelo fortemente predeterminado como é o caso da “Lógica do Livro”. Essa lógica da tela representa uma volta de 180° em relação à cultura da escrita, onde a função lógica intervém no início. A cultura da tela, cultura da era digital, é uma cultura na qual a função lógica intervém no final, enquanto a emoção reina desde o princípio e deve ser “digerida” para produzir a função lógica, ela própria tendo múltipla escolha.

*uma mudança  
de paradigma  
no campo da  
comunicação*

Estamos lidando com uma mudança de paradigma no campo da comunicação. Telas e monitores tornaram-se onnipresentes com o desenvolvimento de telefones celulares, telas sensíveis ao toque, tabletes e computadores, sejam esses laptops ou não. A lacuna tornou-se um abismo entre algumas formas de discurso da Igreja e as dos jovens. Eles se relacionam melhor com uma nova forma de discurso iluminada por fluxos de informações múltiplos e em constante evolução, baseados na emoção e no ritmo. Tentamos envolvê-los através de uma “lógica do livro” que

lhes parece arcaica e aborrecida e que eles tendem a rejeitar intuitivamente para regressarem à sua mais familiar “lógica da tela”. Isso significa que, do ponto de vista da comunicação, os Espiritanos e a Igreja, por um lado, e as gerações mais jovens, por outro, coexistem em duas realidades diferentes de absorção do conhecimento. Os Espiritanos e a Igreja estão mais geralmente na “Lógica do Livro / Discurso”, enquanto os mais jovens passaram da cultura da escrita para a da era digital com a sua “Lógica da Tela”.

### **Mudança de paradigma e porque tentar uma resposta**

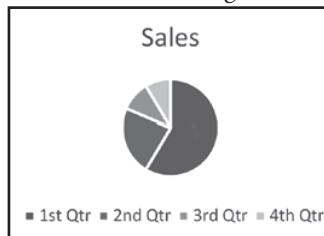
Cento e cinquenta anos de cinema e setenta e cinco anos de televisão acostumaram os espectadores a esperar por um certo tipo de transmissão de notícias. O cinema e a televisão afetam o coração antes da cabeça, a emoção antes do cérebro. Dissemos que essa nova era digital se baseava num estímulo visual e sonoro rítmico e multifacetado. Isso significa que muitas vezes vários fios de informações são experimentados simultaneamente. A transmissão de notícias modernas é um exemplo. A mesma tela pode conter um vídeo, uma rolagem de texto e uma narração, enquanto um apresentador comenta um dos itens de notícias. Também estamos entrando numa nova era na qual informações imersas numa realidade virtual já podem ser acessíveis em certos setores, como a educação para deficientes, a medicina, visitas a museus, a reconstrução de sítios arqueológicos ou históricos, ou mesmo a venda de itens em lojas, etc. Essa realidade virtual certamente será cada vez mais acessível à medida que a tecnologia evoluir e o hábito de estar em “Emoção em direção à Lógica” vs. “Lógica em direção à emoção” se tornará ainda mais culturalmente significativo.

*Para nós, Espiritanos,  
é menos uma questão  
de encontrarmos uma  
ponte para o mundo  
informado pela tela do  
que falarmos e agirmos  
a partir do mesmo*

Para nós, Espiritanos, é menos uma questão de encontrarmos uma ponte para o mundo informado pela tela do que falarmos e agirmos a partir do mesmo. Para fazer isso, temos realmente que nos empenhar em estar presentes nos ecrãs.

## Várias Formas de Atender as Novas Exigências da Comunicação

A maioria das escolas, paróquias e instituições têm agora um website. Os editores de revistas, de websites e os apresentadores que usam *Powerpoint*, como acima referido, estão a fazer o seu melhor para responder às novas exigências ao contrariar o tédio de textos longos. Os websites têm menos textos extensos, são apresentados com títulos em negrito, com subtítulos e parágrafos curtos, com um botão “*Ler mais*” que permite ao utilizador clicar e obter mais detalhes em parágrafos bastante longos. Esses sítios Web menos diretivos e mais atraentes enfatizam o design gráfico, o uso de imagens, de gráficos e de vídeo. O mesmo vale para outras mídias como *Facebook*. Programas de edição de fotos como *Photoshop* permitem que um usuário comum e habilidoso sobreponha imagens de arquivos. O uso de efeitos sonoros e animações (de textos, imagens múltiplas, iconográficos) melhoram a experiência do leitor. Fotos dos arquivos podem receber nova vida através de tais métodos. Comentários em voz-off podem suscitar a emoção apropriada, música de fundo pode criar a atmosfera apropriada.



### Realizar vídeos de curta duração

Como os sítios Web podem ser criados por qualquer pessoa utilizando um website CMS (*Content Management System*) como o *WordPress* e muitos outros, os vídeos curtos destacam-se na informação multimédia moderna. A formação multimédia espiritana devia ser orientada para a produção de tais vídeos curtos. O que ainda constitui um problema é a actualização regular de websites com novos conteúdos, e qualquer website não actualizado regularmente vai ser logo abandonado. Assim, a realização de vídeos curtos é apenas um primeiro passo para um melhor uso da “última tecnologia da informação”. Um segundo e talvez mais importante passo é a actualização constante. Vídeos são muito boas maneiras de fazer essas actualizações, além de fornecerem conteúdo sempre novo que é acessível à tela e, portanto, à geração impulsionada pela emoção. Os audiovisuais ajudam os sítios Web a fazer a transição do texto para o ecrã, da lógica para a emoção.

*a realização de videos curtos é apenas um primeiro passo para um melhor uso da "última tecnologia da informação"*

## Qualidade audiovisual

*A cooperação de  
diferentes profissionais  
permite melhores efeitos*

Como vimos acima, qualquer vídeo, seja qual for o seu destino, seja *ad intra* ou *ad extra*, será acessível a partir de sua plataforma de distribuição. Daí a ênfase na qualidade (som, imagem, enquadramento, edição) de qualquer vídeo publicado online. A qualidade da forma atrai, a má qualidade repele. Ao visualizar informações, o texto de rolagem não cativa, mesmo que o conteúdo das informações e a música escolhida sejam excelentes. O conteúdo do texto de rolagem seria cem vezes melhor do que aquele proposto por uma equipe de profissionais de notícias de TV; as pessoas preferem a qualidade da apresentação à qual estão acostumadas. A cooperação de diferentes profissionais permite melhores efeitos - estúdios bem iluminados com vários cinegrafistas que apanham vistas sob diferentes ângulos, várias misturas, efeitos sonoros etc. É isso que escolhemos inconscientemente, porque o cinema e a TV moldaram gostos e expectativas em termos de qualidade da forma. E o que faz a qualidade acontecer é o trabalho em equipe. A produção multimedia deixada a um único indivíduo dificilmente pode atingir o nível mínimo de qualidade exigido pelo público. Pelas razões explicadas acima, essa produção pode ser rejeitada e essa recusa, geralmente não relacionada ao conteúdo, é uma recusa por defeitos de forma. Será difícil alcançarmos o nível de tecnologia e habilidade necessárias para produzir documentários, filmes ou programas de notícias, mas um certo nível de qualidade é obrigatório em nossa comunicação multimedia externa. Assim, os Espiritanos que trabalham em multimédia precisariam de um bom treinamento profissional. Uma coisa que pode nos fazer hesitar é o custo do equipamento, mas o custo do equipamento de filmagem, de outrora proibitivamente caro, democratizou-se claramente. Sem dúvida, treinar Espiritanos em produção multimedia com suas técnicas narrativas poderia realmente ser um vetor para promover a missão espiritana de diferentes maneiras, ajudando a conscientizar sobre a Congregação e suas atividades.

### **Algumas estatísticas**

Em 2019, no *You Tube*, a gente assistiu a um bilhão de vídeos por dia. Isso mostra uma clara predominância de média de vídeo na rede. Os seguintes dados estatísticos do uso do marketing de vídeo ilustram essa predominância:

- Em média, os franceses assistiram a 190 vídeos em janeiro de 2014 (mais de 16 horas).
- Em 2008, 59,7% dos vídeos foram visualizados online. Esse número subiu para 78% em 2014.
- 85% dos usuários franceses da Internet assistiram pelo menos um vídeo na Internet durante o mês de janeiro de 2014 (40,5 milhões, ou 66% da população).
- O VideonDemand (VOD) triplicou em 2016.
- são necessários 6 milhões de anos para assistir a todos os vídeos baixados em um mês em 2016.
- se alguém pesquisar seu nome na Internet, ele preferirá clicar num vídeo: as hipóteses de assistir a um vídeo em comparação à leitura de um conteúdo escrito são duas vezes maiores.
- 36% dos vídeos visualizados na Internet são anúncios.
- Em 2019, 80% do tráfego de dados do mundo será vinculado ao vídeo<sup>4</sup>.

### **Produção multimedia no âmbito da missão da Província dos Estados Unidos**

O Provincial dos Estados Unidos e seu Conselho reconheceram a multimedia como um elemento importante da missão da Província. Fui responsável por produzir vídeos curtos ilustrando a nossa missão e os nossos trabalhos. Como a criação e manutenção do sítio Web por uma equipe em coordenação é facilitada pela escolha de uma plataforma CMS apropriada, concentrei-me desde dezembro de 2013 na produção de vídeos curtos, em colaboração com um profissional do multimídia, o Dr. Dennis Woytek, professor jubilado (2016) da Universidade de Duquesne, com vasta experiência em produção de rádio e vídeo. O Conselho



*Mais de trinta vídeos foram produzidos*

Provincial aprovou um orçamento para equipamentos, viagens e outras despesas relacionadas. Mais de trinta vídeos foram produzidos. Cerca da metade lida com obras espiritanas; a outra metade lida principalmente com eventos da Universidade de Duquesne. O primeiro exigia a longa cadeia de processos de pré-produção, produção e pós-produção; os outros não envolveram essa pesada cadeia de produção.

Os vídeos foram publicados no site da província dos EUA. Não foi possível distribuir os vídeos noutros websites onde eles poderiam ser úteis, principalmente devido à falta de tempo e escassez de pessoal, pois a nossa equipe era muito reduzida. Precisávamos de outro membro na equipa para realizar esse trabalho de difusão via media social e em ligação com os líderes de comunidades, de projetos, de websites e da comunicação nas Províncias espiritanas, e isso sem a necessidade de treinamento especializado no campo da produção de vídeo.

As ideias de produção são numerosas. Temos material para vídeos futuros sobre a vida espiritana (por exemplo, Leigos Espiritanos Associados) e para vídeos espiritanos históricos - veja, por exemplo, o vídeo em: <https://youtu.be/163vx6Dpld8>. Esses pequenos vídeos em estilo de documentário descrevem as comunidades espiritanas e seu trabalho pastoral nos Estados Unidos sobre o tema “Vejam como se amam”. Um exemplo é o vídeo *The Spiritans in Baltimore* (2015 - em: <https://youtu.be/jiwi4Y8ZqNc>), sobre duas paróquias afro-americanas servidas pelos espiritanos. Atraiu mais de 800 visualizadores e permitiu que os Espiritanos de St. Edward e St. Gregory levantassem fundos de várias fontes<sup>5</sup>.

*Vídeos curtos também podem destacar áreas como: projetos coletivos ou institucionais espiritanos*

Vídeos curtos também podem destacar áreas como: projetos coletivos ou institucionais espiritanos (escola, paróquia ou missão); projetos na fase de planeamento (construção duma escola ou duma maternidade); projetos mostrando as necessidades de uma população e as preocupações de seu pastor espiritano. As pessoas presentes no vídeo também podem beneficiar dele como recurso para suas atividades pastorais ou captação de recursos. Os vídeos podem ser usados para agradecer aos doadores ou pedir mais ajuda para concluir a construção ou compra de equipamentos ou para mostrar o quanto o projeto atende à população local. Finalmente, vídeos curtos de natureza histórica podem apresentar a vida e a história dos fundadores<sup>6</sup> e outras figuras da congregação. Estes devem ser cuidadosamente pensados, especialmente para ilustrar vários aspectos. Por exemplo, estou pensando num futuro vídeo da passagem de Libermann

em Lyon após sua estadia em Rennes, etapa da sua viagem a Roma (“A graça de Lyon”). De facto, é um momento importante na vida dele, e também um momento decisivo para a Congregação.

### **Uma equipe de produção de vídeo**

Como eu disse antes, tudo isso seria melhor feito por uma equipe de produção de vídeo baseada numa comunidade. Vincular vários membros com conhecimentos de informática espalhados pelo mundo através de videoconferência virtual não é suficiente. A unidade de tempo e lugar é ideal nessa questão. Conectar colegas espalhados pelo mundo pode ser uma coisa boa para empresas desenhadas e para agendas específicas, mas como religiosos, precisamos da vida comunitária com a partilha diária de oração e trabalho que somente a unidade de lugar e tempo pode oferecer. A unidade do local facilita a coleta de dados para determinadas produções, geralmente sujeitas a um cronograma muito curto de pré e pós-produção. Facilita a integração adequada de capacitações, conhecimentos e interações necessárias para a produção de vídeos de qualidade. Naturalmente, uns serviços de teleconferência podem ser usados para entrar em contato, por exemplo, com arquivistas ou colegas especializados na história da Congregação, ou para discutir um ponto específico com membros de outras comunidades antes de enviar alguém no local para coletar imagens filmadas e fotos essenciais para a produção, e.t.c.

### **Conclusão**

A imprensa escrita sempre pode comunicar efetivamente sobre a nossa Congregação, enfatizando sua força e originalidade na Igreja, sua internacionalidade e sua escolha prioritária para os mais abandonados e rejeitados da sociedade. Porém, numa época em que a comunicação sobreecrá, baseada principalmente na emoção, é onnipresente e moldou as gerações mais jovens, a comunicação deve se adaptar à maneira como o público em geral recebe a maior parte das suas notícias diárias. Deve-se observar a mudança de paradigma descrita acima, passando da lógica da emoção-rainha do discurso e do livro para a emoção-rainha do audiovisual e da tela. E uma das melhores maneiras de fazer isso é usar vídeos curtos. Para participar efetivamente da missão moderna, a Congregação deve treinar alguns de seus membros a usar a “linguagem” que hoje agrada as pessoas. Essa linguagem abrange o uso efetivo de imagens e sons no contexto de médias em constante mudança. O desenvolvimento da fotografia, rádio, cinema e televisão, com sua distribuição em massa, gradualmente começou

*a comunicação deve se adaptar à maneira como o público em geral recebe a maior parte das suas notícias diárias*

a tomar forma em meados do século XIX, assim como nossa Congregação estava experimentando seu crescimento libermanniano. Como Espiritanos, devemos continuar a crescer e desenvolver a nossa capacidade de comunicar com eficiência.

Somos chamados ao mesmo tipo de humilde aprendizado do que qualquer missionário. Os missionários devem aprender novas línguas como se fossem crianças, reviver todos os estágios frustrantes da dependência de outras pessoas e aprender a refinar sua compreensão dessas novas línguas. E isso, muitas vezes sem a ajuda de manuais ou dicionários! Tudo isso faz parte do esforço de se tornar “*Negros com os Negros*”<sup>7</sup> e de compartilhar a história dos povos cuja cultura e destino abraçamos pelo amor de Cristo. Essa é a mesma demanda que é feita hoje pelas novas tecnologias da informação multimédia.

*Jean-Michel Gelmetti, C.S.Sp.  
Duquesne University*

### **Notas de Rodapé**

<sup>1</sup> Traduzido pelo autor, revisto pelo P. Tony Neves, C.S.Sp.

<sup>2</sup> Roma, Celebração Espiritana do 50º aniversário da Casa Geral em Roma.

<sup>3</sup> Mensagem do Papa Francisco para o 48º Dia Mundial da Comunicação de 2014.

<sup>4</sup> Veja por exemplo: <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> ou ainda: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/08/video-marketing-statistics>.

<sup>5</sup> De acordo com P. Honest Munishi, C.S.Sp. (Tanzaniano), pastor de St Edward’s, o embaixador da Tanzânia nos Estados Unidos (2015), que viu o vídeo, atribuiu fundos à paróquia; o Pe. mencionou também outras doações.

<sup>6</sup> Produzi um vídeo parecido sobre o Claude François Poullart desPlaces, em: <https://youtu.be/5J6dAal0wQg>

<sup>7</sup> François Libermann, numa carta aos seus confrades de Dakar e do Gabão, em 19 de novembro de 1847. Ver *Anthologie Spiritaine*, 276.