

opusdei.org

# Une web “story” pour réfléchir sur le Synode des jeunes

«‘Invited’ : Ta place est réservée  
» est un produit multimédia  
destiné à accompagner les  
jeunes sur le chemin intérieur  
du discernement vocationnel,  
axe central de l’assemblée des  
évêques qui se tient en ce  
moment à Rome.

20/10/2018

Le site web de l'Opus Dei a publié  
début octobre un reportage

multimédia spécial à l'occasion du début du Synode des évêques, convoqué par le Pape François sous le titre "Les jeunes, la foi et le discernement vocationnel". Ce reportage, sous format Google AMP Stories, encouragera les jeunes à réfléchir sur l'importance de trouver leur place dans le monde.

Intégrant du matériel pour la prière et la réflexion, ce montage livre des citations de l'Évangile, des textes du Pape François et d'autres auteurs, ainsi que des vidéos, des chants et quelques témoignages de plusieurs jeunes qui évoquent leur expérience du discernement et la découverte de leur vocation.

*« L'ensemble de ce multimédia pivote autour de l'essentiel : la vocation est une invitation, un appel que chacun est en mesure d'écouter et de suivre librement. D'où l'intitulé choisi pour ce rapport, "Invité". Tout le monde*

*est à même de se sentir  
intérieurement invité, et ce  
programme est conçu pour  
l'accompagnement dans ce voyage »*  
explique Maria Villarino,  
coordinatrice en charge de la  
réalisation et du lancement de ce  
produit.

Le processus de préparation de ce reportage a démarré il y a quatre mois, lorsque l'équipe du site web de l'Opus Dei a commencé à envisager un produit en mesure de sensibiliser les jeunes au thème du Synode des évêques.

### **« Stories » sur le web**

Face à la variété des possibilités créatives, l'équipe de création a misé sur le format Google AMP Stories, avec une réplique dans le compte de l'Opus Dei d'Instagram, réseau social qui a connu une croissance significative ces dernières années, pour devenir, avec Youtube, l'un des

plus utilisés par la jeune génération Z (16-23 ans) et la génération milléniale (24-38 ans).

*« Il s'agissait de créer dès le départ des contenus conçus pour eux : dans leur langue, avec leur façon de penser. C'est pourquoi nous utilisons une narration horizontale semblable à celle d'Instagram et un ton amusant et décontracté »,* explique Amaya Sánchez-Ostiz, designer de "Invited".

Nous avons par ailleurs tenté d'articuler les idées du reportage autour du message évangélique, d'où les chapitres *Debout, Marche et Suis-moi*, qui représentent les étapes du processus consistant à suivre Jésus-Christ. .

## **Le référent du Washington Post**

Une fois le format défini, nous nous sommes mis en quête des références esthétiques pour les slides du

reportage. *« Après avoir longtemps cherché, nous avons fini par en trouver quelques-unes d'AMP stories publiées par le 'Washington Post' sur son site Web et sur son compte Instagram. Le soin apporté à la photographie, à la typographie et à la combinaison de l'audio et de la vidéo nous a ravi, et nous avons décidé de faire quelque chose de semblable »*, explique Sanchez Ostiz.

L'étape suivante a consisté à traduire cette approche créative dans la réalité. Nous avons confié ce travail à une équipe informatique qui a conçu les slides de ce reportage.