

***Storytelling* e a juventude católica: as possibilidades para a aproximação entre os jovens e as histórias dos santos¹**

Gabriel de Asevêdo FONTANA²

Gisele Américo SOARES³

Associação Educacional Dom Bosco, Resende, RJ

RESUMO

O desenvolvimento da tecnologia comunicacional e o advento da internet, especialmente das redes sociais, constituem um grande desafio para a Igreja Católica. Uma vez que a maior parte dos jovens se concentra nesses ambientes digitais e é influenciada por eles, a Igreja precisa se apropriar de outras formas de comunicação visando espalhar, com a maior eficácia possível, a sua mensagem. Durante a pesquisa bibliográfica que compõe parte desta pesquisa, foi compreendido que a relação entre a Igreja Católica e a comunicação passou por vários momentos delicados. Acostumada a exercer o domínio sobre o conhecimento por cerca de um milênio, a Igreja viu a invenção da imprensa ameaçar o seu monopólio ao permitir que informações e ideias circulassem com maior volume e rapidez. A reação foi censurar, perseguir e negar, mas a comunicação seguiu evoluindo tecnologicamente. Com a chegada dos meios de comunicação de massa, como o cinema, o rádio e a televisão, a Igreja Católica começou a rever seu posicionamento e a se abrir para os “tempos modernos”, fato observado em documentos oficiais como o decreto *Inter Mirifica* (1963), a instrução pastoral *Communio et Progressio* (1971) e a carta encíclica *Redemptoris Missio* (1990). Agora a corrida era por aprender a usar tais veículos para transmitir a sua doutrina, e assim a Igreja descobriu que precisava adaptar sua mensagem à nova cultura midiática que se formava. Com o contínuo desenvolvimento da tecnologia comunicacional e o advento da internet e, posteriormente, das redes sociais, a necessidade de adaptação da linguagem se tornou ainda maior. Nesse contexto surge o *storytelling*, definido por Palacios e Terenzzo (2016, p. 102) como “a habilidade de encontrar ou criar histórias fortes, com propósito estratégico, narradas com excelência”,

¹ Trabalho apresentado na II08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Graduado do curso de Comunicação Social da FCEACDB-AEDB. E-mail: gabrieldeasevedo@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Educação. Professora da FCEACDB-AEDB. E-mail: giseleamerico@hotmail.com.

e que é mais antigo que a própria Igreja Católica, mas só passou a ser estudado recentemente. O relato de narrativas é uma característica intrínseca ao ser humano (e a vantagem evolutiva que garantiu a sobrevivência da humanidade por tanto tempo), tendo surgido nos tempos mais remotos da pré-História e permanecido até hoje, tanto nas conversas de bar quanto nas produções cinematográficas multimilionárias. Contudo, a busca por fazer isso com excelência, inclusive em cenários comerciais e mercadológicos, ganhou relevância apenas há poucas décadas. Sobre os benefícios do *storytelling*, Palacios e Terenzzo (2016) listam quatro que são inerentes a qualquer história. O primeiro deles é a capacidade de entreter, chamando a atenção do público. Uma vez que esse compartilhamento de narrativas é natural para o ser humano, qualquer conto exercerá uma influência maior sobre seus ouvintes se comparado a uma explicação técnica e detalhada. Isso se dá especialmente pela linguagem usada em cada um dos contextos, o que favorece as narrativas mais simples por serem de fácil atendimento. O segundo benefício está ligado à imaginação. Histórias não necessariamente se prendem à realidade, e ao contá-las e ouvi-las geralmente se é acordado qual caminho será seguido. Dessa forma, “as narrativas permitem que o autor e todos aqueles que estão atentos à narrativa compartilhem pensamentos e sonhos” (PALACIOS e TEREZZO, 2016, p. 148). Esse poder das histórias também trazem um outro benefício, que é facilitar a aceitação de mensagens. Usar o entretenimento e a imaginação aumentam o interesse do receptor, e assim a comunicação se torna mais eficiente. Para Palacios e Terenzzo (2016, p. 149), “o mecanismo das narrativas faz com que atuem como um espelho da vida. Ao expor a intimidade das personagens, a narrativa sugere quem estiver atento a se imaginar no lugar dos protagonistas”. Dessa forma, instiga-se os interlocutores a agirem conforme os atos narrados, tornando mais simples dar ordens ou orientações. Ainda nesse contexto da relação ouvinte-personagem, há o quarto e último benefício inerente citado por Palacios e Terenzzo (2016), que é garantir relevância por meio do contexto. As narrativas têm a capacidade de nos levar a uma imersão tão absoluta que nos conduz a interpretações do que está sendo contado, sejam elas positivas ou negativas. O que mais importa nesse processo é a facilidade de as pessoas “entrarem na história” e chegarem a reflexões sobre si mesmas, o que torna tudo mais importante e faz a mensagem ficar bem gravada na mente dos espectadores. Nesse mesmo âmbito dos estudos sobre a narração de histórias há também a obra de Campbell, que identificou uma espécie de “monomito”, cuja

estrutura narrativa se repete em várias sociedades (e religiões). A essa construção foi dado o nome de Jornada do Herói, e sua aplicação por meio de 12 estágios em que a personagem deixa seu mundo com uma missão, vive uma grande aventura e depois retorna totalmente transformada foi se tornando cada vez mais comum. Segundo Vogler (2015), são os estágios da Jornada do Herói: 1. Mundo Comum; 2. Chamado à Aventura; 3. Recusa do Chamado; 4. Encontro com o Mentor; 5. Travessia do Primeiro Limiar; 6. Provas, Aliados e Inimigos; 7. Aproximação da Caverna Secreta; 8. Provação; 9. Recompensa (Empunhando a espada); 10. O Caminho de Volta; 11. Ressurreição; e 12. Retorno com o Elixir. Considerando tudo isso, o objetivo deste trabalho foi analisar quais técnicas de *storytelling* podem contribuir para a aproximação dos jovens católicos com as histórias dos santos e beatos da Igreja Católica. A pesquisa se trata de uma pesquisa-ação, que contém, além de uma etapa constituída por uma revisão bibliográfica de estudos acerca da relação entre a Igreja e a comunicação e do *storytelling* como recurso comunicacional, uma análise quali-quantitativa da interação e das reações ao conteúdo em vídeo que foi produzido baseando-se na Jornada do Herói e publicado posteriormente no perfil @santidadeparajovens, situado na rede social Instagram, (disponível em <<https://www.instagram.com/santidadeparajovens>>). Foram escolhidas oito biografias de santos e, verificada a adaptabilidade de cada uma à Jornada do Herói, técnica de *storytelling* escolhida para ser utilizada, quatro histórias se basearam nessa estrutura narrativa enquanto as outras quatro foram apresentadas como relatos biográficos comuns. Ao final desse período, verificou-se, quantitativamente, que os vídeos com aplicação de *storytelling* não tiveram destaque em relação aos outros. Ao contrário, oscilaram e obtiveram um desempenho mediano. Contudo, por meio da análise textual discursiva dos comentários feitos pelos usuários que assistiram ao conteúdo do perfil, foi verificado que as histórias dos vídeos baseados na Jornada do Herói foram o assunto mais citado. Sentimentos foram despertados de forma a levar quem assistia a exaltar algum fato que chamara a sua atenção ou expressar a emoção sentida. Desse jeito, apesar de não haver um retorno significativo no que tange aos resultados numéricos, o *storytelling* se mostrou uma ferramenta potente e valiosa para chamar a atenção para uma história que se quer contar. Diante dos dados analisados, o *storytelling*, com suas técnicas e processos narrativos, é uma possibilidade viável e potente para que a Igreja Católica consiga adaptar

sua linguagem e disseminar sua mensagem para os jovens que vivem, atualmente, em um mundo midiático e que têm sede por consumir um conteúdo significativo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação, *storytelling*, jovens, Igreja Católica.

REFERÊNCIAS

AROUCA, M. **O Anjo Surfista** [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: LeYa, 2013.

BASACCHI, M. **São Francisco de Assis: Novena e biografia**. 5. ed. São Paulo: Editora Paulinas, 2011.

BENTO XVI, Papa. **Mensagem do Papa Bento XVI para o 47º Dia Mundial das Comunicações Sociais**. 12 maio 2013. Disponível em: <http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2021.

CAMPBELL, J.; com MOYERS, B. **O poder do mito**. Org. por Betty Sue Flowers. Trad. de Carlos Felipe Moisés. São Paulo, Palas Athena, 1990. p. 131-174.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL (CNBB). **Evangelização da juventude**. São Paulo: Paulinas, 2007.

CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO (CELAM). **Documento de Puebla**. Puebla de los Angeles (MX), 1979.

CORIASCO, F. **25 minutos: A vida de Chiara Luce Badano** [recurso eletrônico]. Trad. de Irami B. Silva. São Paulo: Editora Cidade Nova, 2013.

GALLO, C. **Storytelling: aprenda a contar histórias com Steve Jobs, Papa Francisco, Churchill e outras lendas da liderança**. Trad. de Bruno Scartozzoni. 1ª ed. São Paulo: HSM, 2017.

SOUZA, A. D. G. A Igreja diante da cultura midiática digital: Desafios, caminhos e perspectivas. In: XII CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL (ECLESIOCOM), 2017, Campinas. **Anais** [...]. Campinas, 2017. Disponível em: <<http://portal.metodista.br/eclesiocom/2017/arquivos/AndriaGRIPP.pdf>>. Acesso em: 08 nov. 2021.

JOÃO PAULO II, Papa. **Carta encíclica Redemptoris Missio**. Cidade do Vaticano (VA), 07 dez. 1990. Disponível em: <http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html>. Acesso em: 08 nov. 2021.

MARÇAL, J. Como funciona um processo de canonização? **Notícias Canção Nova**. 28 mar. 2014. Disponível em: <<https://noticias.cancaonova.com/especiais/canonizacao-joao-paulo-ii-e-joaoxxiii/como-funciona-um-processo-de-canonizacao/>>. Acesso em: 08 nov. 2021.

MORAES, R. **Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva**. Ciência & Educação: Bauru, SP, v. 9, n. 2, p. 191-210, 2003.

PALACIOS, F.; TERENCEZZO, M. **O guia completo do storytelling** [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. 448 p.

PAULO VI, Papa. **Decreto *Inter mirifica***. Cidade do Vaticano (VA), 04 dez. 1966. Disponível em: <http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html>. Acesso em: 08 nov. 2021.

PASCHOTTE, A. **Novena de São Bento**. 1. ed. Editora Santuário, 2000.

PONTIFÍCIA COMISSÃO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. ***Communio et progressio***. Cidade do Vaticano (VA): Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais, 23 mai. 1971. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html>. Acesso em: 08 nov. 2021.

PUNTEL, J. T. A Igreja a caminho na comunicação. **Teocomunicação**, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/view/9755/6685>>. Acesso em: 08 nov. 2021.

RICCARDI, A. **João Paulo II: Santo já** [recurso eletrônico]. Trad. de José Dias Goulart. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2016.

SANTOS, E. J. DOS. **Novena ao Bem-aventurado Carlo Acutis**. 1. ed. Editora Santuário, 2021.

_____ **Novena de Santa Dulce dos Pobres**. 3. ed. Editora Santuário, 2019.

SANTOS, J. C. DOS. **São Tarcísio: Novena e biografia** 5. ed. São Paulo: Editora Paulinas, 2011.

SBARDELOTTO, M. **“E o Verbo se fez bit”**: Uma análise de sites católicos brasileiros como ambiente para a experiência religiosa. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2011. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/3293/verbo_bit.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 08 nov. 2021.

SILVA, F. G. V. **A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Mídia-tizada: Formação e Competência**. (Dissertação de Mestrado). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2010. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/02/25-a-igreja-cat%C3%B3lica-e-a-comunica%C3%A7%C3%A3o-na-sociedade-midiatizada.pdf>>. Acesso em: 08 nov. 2021.

SILVA, J. M. **Mídias sociais e evangelização das juventudes: desafios da aproximação e do diálogo entre a Igreja e o sujeito jovem**. 109 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/18156/1/Janete%20Maria%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 08 nov. 2021.

SOARES, S. S. D.; STENGEL, M. Netnografia e a pesquisa na internet. **Psicologia USP**. São Paulo, v. 32, p. 1-11, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pusp/a/W5cDdNM99Bk9btBs6ffx45G/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 08 nov. 2021.

VOGLER, C. **A jornada do escritor:** estrutura mítica para escritores [recurso eletrônico]. Ilustrado por Michele Montez. Trad. de Petê Rissati. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2015.

XAVIER, A. **O deus da criação.** Rio de Janeiro: BestSeller, 2007.

XAVIER, A. **Storytelling.** 1ª ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.