

JUVENTUDE CONTEMPORÂNEA E MÍDIA: FORMAÇÃO CRÍTICA E DESAFIOS PASTORAIS

Márcio Gomes Camacho

Resumo: O presente texto analisa como os processos de comunicação têm permeado a cultura e a realidade socioeconômica da juventude contemporânea, inclusive diante das novidades advindas com as novas tecnologias de informação e de mídia, com as quais os jovens demonstram visível familiaridade. O texto também confronta esta análise com os desafios encontrados no trabalho de evangelização e formação crítica dos jovens, apresentando algumas verificações extraídas de pesquisa realizada junto a grupos, jovens militantes e assessores da Pastoral da Juventude católica, que têm como um de seus objetivos, proporcionar uma metodologia para a formação integral dos jovens, através da vivência grupal e comunitária.

Palavras-chave: juventude, cultura, comunicação e pastoral

Resumen: En esse artículo se hace una análisis acerca de los procesos de comunicación que inciden en la cultura y realidad social de la juventud contemporanea, incluso ante el advenio de las nuevas tecnologais de la información y los medias, con los cuales los jóvenes tienen familiaridad. También confronta esa analisis con desafíos en el trabajo de evangelización y formación critica de los jóvenes, presentando unas verificaciones sacadas de investigación echa junto a los grupos, militantes y asesores de la Pastoral Juvenil catolica de Brasil, pues uno de sus objetivos és proponer un método para la formación integral de los jóvenes, en la experiencia grupal y comunitaria.

Palabras-Clave: juventud, cultura, comunicación y pastoral

Introdução

O presente artigo foi extraído da dissertação de Mestrado do autor, concluída em 2006, e trata de analisar, num primeiro momento, como os processos de comunicação têm permeado a cultura e a realidade socioeconômica da juventude contemporânea, inclusive diante das novidades advindas com as novas tecnologias de informação e de mídia, com as quais os jovens demonstram visível familiaridade.

Num segundo momento, o artigo confronta esta análise com os desafios encontrados no trabalho de evangelização dos jovens, e apresenta algumas verificações extraídas de pesquisa realizada junto a grupos, jovens militantes e assessores da Pastoral da Juventude católica, que tem entre seus objetivos proporcionar uma metodologia de formação integral e crítica dos jovens, através da vivência grupal e comunitária.

Partindo dessa proposta de reflexão, as principais questões discutidas no decorrer do presente artigo são: como se constitui a cultura juvenil contemporânea? Qual o papel da mídia na configuração dessa cultura juvenil contemporânea? A juventude resiste à influência da mídia? Como se comunica politicamente: pela apatia e alienação, ou através de novas formas de agir, se expressar e se agrupar? Há alguma interface entre a necessidade ou não dos jovens em se comunicar, e o objetivo da Igreja de evangelizá-los? Que aspectos da realidade e cultura juvenis seriam oportunos para o método de evangelização e formação integral proposto pela Pastoral da Juventude, no que se refere à relação dos jovens com a mídia? Há uma metodologia que ajude os jovens a adquirirem postura crítica e resistência frente aos efeitos de manipulação pelos meios de comunicação?

Realidade social dos jovens e sociedade de consumo

Após o aparente fim das utopias, o capitalismo de mercado, “travestido” de neoliberalismo, veio se tornando ainda mais onipresente, utilizando-se de mecanismos de persuasão, dentre eles a mídia, para penetrar não só os espaços geográficos e políticos (países e governos), mas também a subjetividade dos indivíduos. Forçou-se um consenso em torno da atual ordem econômica mundial, consenso esse que já vem sendo relativizado graças à crise do mercado financeiro que eclodiu em 2008. A espetacularização do cotidiano difundido pela mídia sempre foi um dos “instrumentos” para a fabricação de referido consenso.

Os jovens contemporâneos, mergulhados nessa dinâmica da globalização do capital, se converteram em um dos seus personagens centrais. A juventude atual nasceu num tempo em que a linguagem audiovisual das mídias, das novas tecnologias, da televisão, da internet, e dos demais meios de comunicação já funcionava com pleno vigor. Para eles, a língua das imagens e não da palavra é considerada fato natural, dessa mentalidade advindo todas as conseqüências decorrentes.

A desigualdade social no Brasil desenha um quadro no qual a grande maioria dos jovens, por necessidades econômicas e de sobrevivência (por vezes, inclusive, para possibilitar o ingresso no ensino superior ou qualificação profissional), não tem

alternativa a não ser buscar entrar, mesmo que precocemente, no mercado de trabalho. Defronta-se com a crise de vagas no mercado formal e com o desemprego.

Ocorre, no Brasil, o fenômeno “onda jovem”¹: 50 milhões de jovens entre 15 e 29 anos de idade. A possibilidade de que essa multidão viva esta fase da vida exclusivamente como preparação para a vida adulta fica restrita aos jovens pertencentes às famílias de maior poder aquisitivo, ou seja, a minoria da minoria. Estes podem contar com uma educação mais aprimorada, em todos os sentidos da formação, e não somente no aspecto técnico.

Os jovens, porém, principalmente das classes baixas, vivem ainda outros dilemas.

Mergulhados na cultura do consumo e seduzidos pela indústria do entretenimento e da mídia, os jovens pobres têm novas necessidades, a maioria delas “inventadas” pelo mercado: para se sentirem socialmente aceitos, valorizados, precisam consumir os produtos do mercado, apresentados pela mídia, que divulga os valores da sociedade de consumo como inerentes à condição juvenil. Como vivem sem segurança, saúde e educação, as possibilidades de construir um futuro estão muito distantes. Nesse contexto, o consumo ligado à aparência, por exemplo, traz resultados mais rápidos e evidentes².

Essas “novas necessidades” levam também os jovens das classes médias a procurarem associar estudo com trabalho ou qualquer outra atividade remunerada. Assim, a maioria dos jovens busca algum tipo de remuneração que lhes garanta a sobrevivência e inserção social.

A Indústria Cultural³ e juventude

Uma das responsáveis pela criação dessas novas necessidades é a Indústria Cultural, que trabalha fabricando necessidades e a promessa prévia de satisfazê-las.

¹ Alargamento da pirâmide etária brasileira nas faixas entre 15 e 29 anos de idade, em decorrência da dinâmica demográfica passada, pela combinação de três fatores: fecundidade, mortalidade e migrações.

² Conforme pesquisa realizada pela cientista social Paula Nascimento Silva, veiculada no site de internet: <http://www.cruzeirodosul.inf.br/matéria.php?editoria=79&id=181976>, acessado aos 15/05/2009.

³ Conceito de Theodor Adorno (1985), elaborado a partir da constatação dos efeitos “perversos” da mídia e da produção cultural de sua época, que a seu ver segue os mesmos padrões de produção do mundo industrial capitalista, sendo que seu produto principal é a mensagem publicitária, a informação, a imagem. Considera que sua atuação “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”.

Diz-nos o que precisamos e como podemos satisfazer tais necessidades. Estabelece, assim, uma relação de dependência com o receptor de suas mensagens, o que garante a manutenção de seus padrões de produção, sempre voltada para a subjetividade, para o sensório, o desejo.

As informações transmitidas pela mídia são habitualmente fluidas, inconsistentes, transitórias. E como atuam mais no campo sensório e emocional do que no racional, intelectual dos “usuários”, proporcionam uma experiência “virtual” da realidade. No âmbito das subjetividades, porém, tal experiência ganha “vida”, concretude, ensejando posturas, comportamentos, conclusões, visões de mundo e novas necessidades subjetivas, que nos levam ao consumismo, ao “ter para ser”: ser considerado, ser valorizado, ser alguém, ter uma identidade.

É a lógica cultural do capitalismo contemporâneo que atinge a todos – ricos e pobres, moradores do centro ou da periferia, incluídos ou excluídos digitais. Os pobres sofrem mais, pois além das necessidades primárias para a sua sobrevivência física e o mínimo de bem estar, “descobrem” necessidades subjetivas: estar incluído, participar, consumir, se sentir pertencente dessa nova realidade de pseudo-possibilidades que nos cercam. Ainda que os jovens vivam imersos nessa lógica da produção cultural capitalista atual, chocam-se cotidianamente com o mundo real (às vezes “real” até demais) e enfrentam dificuldades particularizadas de exclusão e precariedade.

Tribos juvenis e movimentos de resistência

A cultura de massa, do consumo e da mídia tende a estabelecer, cristalizar e divulgar comportamentos que são reproduzidos pela massa dos jovens. Os grupos ou tribos urbanas são terrenos férteis para o exercício dessa dinâmica. Com seus comportamentos peculiares, vestuário, estética, estilo de vida e valores típicos, nessas tribos o jovem encontra o lugar de “seus iguais”, ao mesmo tempo em que procura se diferenciar da massa. São os grupos de identidade, as várias caras da juventude, ou melhor, a cara das várias “juventudes”.

Quando olhamos a cidade, vemos nela estampada várias “faces” dessa diversidade: os muros grafitados; as rebeliões da Febem (hoje, Fundação CASA); a música contestatária dos *rappers* da periferia (HIP-HOP); o visual alternativo dos antigos hippies; as manifestações dos ativistas de ONG’S (Organizações não-governamentais) ambientalistas, de solidariedade ou resgate da cidadania; o movimento estudantil que já não agrega a massa dos estudantes secundários ou universitários, mas ainda tem a sua atuação visível; a manifestação da fé dos jovens de diferentes tendências religiosas: cristãs (tradicionalistas, pentecostais ou mais

politizadas), esotéricas, orientais, afro-brasileiras, espíritas; a inusitada irreverência dos GLBT (gays, lésbicas, bissexuais e transexuais) reivindicando direitos e tolerância no campo da orientação sexual; as manifestações artísticas dos grupos teatrais, das bandas de rock e de todos os outros gêneros musicais; os jovens universitários... para citar só algumas. Quase todo jovem tem seu grupo, ao menos um restrito grupo de amigos. E hoje, até os antigos “solitários” podem encontrar seus grupos nas salas de bate-papo da internet.

Este “tribalismo” juvenil, porém, não escapa do apelo ao consumo. O professor Cláudio Coelho (1998) faz uma interessante reflexão, em seu texto intitulado: “A cultura juvenil de consumo e as identidades sociais alternativas”⁴.

Ali, referido autor ressalta o papel da cultura de consumo globalizado como elemento em torno do qual são construídas as identidades sociais contemporâneas, avaliando que, inclusive as tidas como alternativas, podem ser incorporadas pelo mercado capitalista.

Explica o autor que, outrora, a “cultura jovem alternativa” (os hippies e demais movimentos de “contra-cultura” dos anos 60/70) nasceu com uma marca de contestação e rejeição aos padrões comportamentais e às visões políticas conservadoras dos jovens integrados à sociedade capitalista. Teve, porém, seus símbolos também apropriados pelo capitalismo.

Eric Hobsbawn (2000:323), a respeito da cultura jovem alternativa, descreve que “todo mundo tinha de ‘estar na sua’, com o mínimo de restrição externa, embora na prática a pressão dos pares e a moda impusessem tanta uniformidade quanto antes, pelo menos dentro dos grupos de pares e subculturas”.

Assim, a cultura juvenil rebelde também cede aos apelos de consumo. A idéia de rebeldia associada como imagem única de “juventude” sofreu uma mudança: “hoje é possível ser jovem, conservador e aberto às novidades dos shopping-centers, basta aderir ao estilo de vida de mauricinhos e patricinhas. Mas se você prefere a velha imagem de rebeldia não há problema, o mercado lhe oferece vários estilos de vida: punk, clubber, rapper, metaleiro, funkeiro, neohippie, etc.”⁵

Segundo Cláudio Coelho (1998:28), trata-se da dinâmica de apropriação da cultura juvenil pelo capitalismo, e se dá pelo próprio desenvolvimento histórico desse sistema, nos últimos tempos. Nos anos 60/70, o capitalismo estava ideologicamente na

⁴ Revista Líbero – “Revista Acadêmica de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero” – ano 1, nº 2, pág. 27.

⁵ Idem 6, pág. 29

defensiva, sendo muito questionado pelos intelectuais da época e pelo fracasso do “estado de bem estar social”⁶.

Na ofensiva, o capitalismo impõe-se ideologicamente e entra em conflito com o moderno, que supõe mudanças, novidades; e com a juventude, associada à idéia de novidade e mudança, ou seja, contra o sistema: anti-capitalista.

Por outro lado, quando o capitalismo está na defensiva, se mostra capaz de estar em sintonia com a modernidade, com as mudanças, tornando-se o promotor de inovações, entrando, assim, em sintonia com a juventude, mas utilizando-se dessa característica para impor-se como inevitável e necessário.

Mas, podemos questionar: a juventude não resiste a isso tudo? Fica inerte, manipulada? Onde está a juventude “revolucionária”? Por que não se manifesta da mesma forma como fazia nos anos 60/70?

A juventude “revolucionária”

Os movimentos contestatórios dos estudantes nos anos 60 e o movimento da contra-cultura dos anos 60/70 ganharam a cena social em razão da força com que atuavam e se manifestavam contra os regimes repressores da época e contra os valores tradicionais da sociedade capitalista. A juventude foi considerada, na época, como o principal agente das transformações sociais e históricas. Nessa época, principalmente, a juventude ganhou o estigma estereotipado de que ser jovem é ser revolucionário, contestador, inconformado com ordens pré-estabelecidas.

No Brasil, merece destaque a atuação, naquela época, do movimento estudantil, tendo à frente a UNE (União Nacional dos Estudantes), seguida de outras agremiações estudantis, ligados a grupos ideológicos, principalmente de esquerda.

Há que se considerar, porém, que o percentual dos contemporâneos de mesma idade destes jovens que participavam e contribuíam para as transformações sociais nas décadas de sessenta e setenta não é absoluto. Ou melhor, não se pode afirmar que toda a juventude, ou parte significativa desta, participava politicamente na sociedade daqueles anos.

As comparações feitas entre uma juventude “revolucionária” dos anos 60 e uma juventude “alienada e massificada” na atualidade acabam funcionando como um mecanismo “simplificador” da compreensão a respeito da condição juvenil na atualidade,

⁶ A idéia de que era possível a convivência entre a economia capitalista e um sistema social equilibrado (com garantias sociais para trabalhadores, por exemplo).

deixando de se levar em conta mudanças culturais, políticas e sociais ocorridas nestas últimas décadas, como a queda dos regimes ditatoriais na América Latina, a globalização, a implantação de medidas neoliberais na economia dos países, a Revolução Tecnológica, entre muitos outros. Se a sociedade atual é resultado desses processos históricos e conjunturais, os jovens certamente sofrem as conseqüências dessas mudanças tão significativas.

Um dos motivos que podem ser considerados quando se fala da invisibilidade dos jovens no mundo da política, é o contraste com a saturação da visibilidade da juventude na mídia, ali apresentada ora como consumidora por excelência, ora em situação de delinqüência, se está em conflito com a lei e, por esses motivos, se torna notícia na grande mídia. Mais uma vez, repete-se a tendência simplificadora e estereotipada da condição juvenil.

Mas há pesquisas que mostram contrapontos à essa visão. A obra “Retratos da Juventude Brasileira”, baseada na pesquisa realizada em 2004 pelo Instituto de Cidadania, em todo o Brasil⁷, revela que embora não seja significativa a porcentagem dos jovens que participam de atividades políticas convencionais (partidárias, eleitorais, entre outros), a maioria deles considera a política muito importante.

A mesma pesquisa constata, ainda, que é significativo o número dos jovens que participam de grupos não ligados a instituições políticas ou partidos: grupos culturais, de defesa ambiental, de lutas por direitos humanos, ou outras formas de atuação social e política não convencionais. Os grupos da Pastoral da Juventude católica, e outros grupos de caráter religioso, encontram-se citados como um desses grupos atuantes na sociedade brasileira, nas últimas décadas, e atualmente. Podemos lembrar, por exemplo, a participação de jovens de todo mundo e de vários movimentos, “tribos” e ideologias no Fórum Social Mundial, para propor alternativas ao modelo neoliberal e mudanças para “um outro mundo possível”, lema de referido fórum. Outro exemplo: a crítica social que se vê nas letras das músicas (“rap´s”) do movimento HIP HOP parece adequada às novas necessidades dos jovens, e às peculiaridades da dramática situação destes nas periferias das grandes cidades, onde são vítimas da violência, do descaso das autoridades públicas e da ausência de políticas públicas que atendam às suas demandas específicas. Trata-se, por isso mesmo, de manifestação política, ainda que em forma de arte e ritmos populares.

Enfim, podemos concluir que “a *apatia da juventude é um mito*”, como diz Helena Abramo (2000:16). O que há, segundo ela, é um grande número de atores

⁷ Pesquisa “Perfil da Juventude brasileira”.

coletivos juvenis muito diferentes entre si, encontrando novas formas de agir politicamente: “la política se sale de sus discursos y escenarios formales para reencontrarse en los de la cultura, desde el graffiti callejero a las estridencias del rock” (BARBERO, 1999:35).

Evidentemente, pelos motivos já expostos, são significativas as diferenças entre esses movimentos contemporâneos e os movimentos contestatórios dos anos 60/70, dos quais são saudosos os que consideram que aquela juventude, sim, era a “verdadeira juventude”, diferente da juventude atual que consideram apática e alienada. O momento é outro, as demandas sociais são outras, e a organização da sociedade é diferente: globalizada, neoliberal, tecnologicamente desenvolvida, e assolada por antigos problemas que ainda assolam a humanidade, como a fome, as guerras, a intolerância religiosa...

De que juventude, então, estamos falando?

Assim, podemos concluir que a juventude não é **necessariamente** rebelde, nem necessariamente alienada ou passível de alienação, ou apática, ou criativa, ou instável... Ou seja, fica difícil qualificá-la apenas por sua atitude política. Por essa razão é que as pesquisas e estudos atuais acerca da temática “juventude”, e ao tratar das atividades políticas desenvolvidas pelos jovens, levam em consideração a diversidade de expressões políticas e culturais, além dos vários estilos de vida, dos vários grupos que fazem parte do universo juvenil, quando buscam conceituá-la ou encontrar características próprias.

A sociedade atual é marcada pela heterogeneidade e complexidade. A ambigüidade e a indefinição sobre o conceito de jovem são características dessa situação de complexidade. E tratamos de complexidade não apenas como algo complicado, disperso, mas na perspectiva considerada por Edgar Morin (1986), que a sugere como “chave de leitura” das sociedades atuais, e o faz sugerindo a idéia de “trama”, que une fios, entrelaçando-os, formando um tecido. Ou seja, as sociedades contemporâneas são infinitamente heterogêneas, mas há uma complementaridade nas relações entre elas e em seu interior, que merece ser desvendada, estudada, para serem melhor compreendidas.

Assim como se multiplicam as formas de manifestação da juventude, também são múltiplas as concepções a respeito dela. Podemos falar em juventudes, ou identidades múltiplas de juventude, ou tribos juvenis, entre outros. Quando usamos, no presente artigo, as expressões “juventude”, ou “juvenil”, ou “jovem”, o fazemos para fins didáticos, mas lembrando que tais expressões estarão imbuídas da reflexão até aqui realizada.

Jovens, recepção das mensagens e mediações

Numa outra perspectiva, há pesquisadores que afirmam que os indivíduos não são mero receptáculos das mensagens midiáticas, mas confrontam as mensagens que recebem da mídia com as experiências reais, com os saberes adquiridos (ou a ignorância), com as referências e valores herdados das instituições tradicionais (família, escola, igreja, estado) ou sociais (grupos de amigos, tribos, movimentos sociais), no interior das relações com estas. Ou seja, com sua experiência cotidiana do viver e se relacionar, o receptor não se deixa influenciar passivamente, mas imprime sua marca pessoal e coletiva na decodificação das mensagens recebidas. Dessa reflexão se ocupam os estudiosos da teoria da recepção e das mediações.

As inter-relações e negociações que o indivíduo faz entre as mensagens que recebe e as referências que ele tem na vida cotidiana, é o que autores como Barbero (1987) chamam de “mediação”. Orozco (1997:113/123) aprofunda esse conceito e classifica cinco grupos de mediações: individuais, institucionais, situacionais, referenciais e tecnológicas. As individuais relacionam-se com as características próprias da personalidade de cada receptor; as institucionais referem-se às instituições que atuam no momento da recepção; as situacionais dizem respeito à conjuntura do momento, e as tecnológicas são próprias das relações entre o receptor e os “aparelhos” da mídia: televisão, computador, cinema, entre outros.

No meio desse emaranhado, dessa rede de múltiplas relações (e mediações) institucionais, alternativas e híbridas, é que se define, por um lado, como os meios impõem suas mensagens, e como os receptores se apropriam, negociam ou resistem a elas, ou usam para seu proveito. E assim, tanto na intenção que estava impressa por detrás da produção da mensagem midiática, quanto naquilo que a mensagem traz explicitado, quanto no sentido atribuído pelo receptor a partir do complexo caminho de múltiplas mediações, é que se produz a comunicação e seu sentido final para o receptor.

Assim, entre conformações e atitudes de resistência, a juventude trava, ainda que inconscientemente, uma batalha com a mídia, com as novas tecnologias, e com as reais condições sociais e culturais nas quais está inserido. E no confronto entre esses novos referenciais, os que recebeu das instituições tradicionais e de seus grupos sociais, a juventude vai redesenhando, ora com os olhos (contemplando, apenas), ora com as mãos (atitudes), o mundo que a rodeia. E por esse processo vai descobrindo e construindo, conscientemente ou não, sentidos e traços de sua identidade, com a interferência direta dos meios midiáticos e de todos os outros referenciais que lhe servem de mediação.

Jovens produtores de comunicação

Parte significativa dos jovens tem procurado resistir a toda essa lógica que os envolve através do empoderamento de seu direito de comunicar produzindo comunicação, ou seja, passando de meros receptores para produtores: pela produção artística alternativa (música, ritmos e literatura periférica); quando elabora boletins ou pequenos escritos e poesias; quando atua em rádios comunitárias; quando alimenta o seu “blog” (diário virtual, na internet), ou páginas pessoais, entre outras iniciativas que vão da produção de uma comunicação alternativa à dos grandes meios.

E quando uma gama enorme de grupos culturais se proliferam na periferia, não se trata apenas de jovens fazendo “música” ou protesto. Trata-se de expressão, de comunicação como experiência vital, de resposta à exclusão. Eis aí o modo que estão encontrando para adquirir “visibilidade social”. Janice Sousa (1999:22) afirma que a lógica de criatividade e invenção sociais não é mais discursiva, mas visual (ou audiovisual), e “suas referências não são utopias revolucionárias e sua organização política é reinventada como nova tribalização”, como já discutimos acima.

A “febre” das páginas pessoais em redes sociais na internet, como o “orkut”, “facebook”, e “twitter”, que proporcionam a interação entre “mini-blogs” alimentados diariamente (ou até mesmo a cada instante) pelos usuários, não significa igualmente a manifestação explícita da necessidade e capacidade de comunicação dos jovens?

Em face deste contexto é que surge o questionamento que introduz a segunda parte deste artigo: o que se pode entender como “evangelização de jovens” nesse contexto? Há alguma interface entre a necessidade dos jovens em se comunicar, e a intenção da Igreja Católica em evangelizá-los?

Juventude x Mídia: Preocupações da igreja

A Igreja Católica ora demonstra preocupação, ora apresenta as novas tecnologias como oportunas e benéficas, mas ainda parece desconhecer o como isso tudo interfere na vida cotidiana dos jovens, e as implicações para a evangelização e formação crítica dos jovens.

Na mensagem que dirigiu em preparação à Jornada Mundial da Juventude realizada na Alemanha, o Papa (ainda João Paulo II) fez uma referência explícita ao consumismo estimulado pela mídia:

“Jovens, não cedais a falsas ilusões nem a modas efêmeras, que muitas vezes deixam um trágico vazio espiritual! Recusai as soluções do dinheiro, do consumismo e da violência dissimulada que por vezes os meios de comunicação propõem”.

E acrescenta, na recente Carta Apostólica “O rápido desenvolvimento”⁸, a necessidade de orientação aos jovens quanto ao uso dos meios de comunicação e novas tecnologias:

“Os meios de comunicação social assumiram tal importância que são, para muitos, o principal instrumento de guia e de inspiração para os comportamentos individuais, familiares, sociais (...) em primeiro lugar, é preciso uma obra formativa para fazer com que os meios de comunicação sejam conhecidos e usados consciente e devidamente. As novas linguagens por ele introduzidas modificam os processos de aprendizagem e a qualidade das relações humanas, e, por isso, sem uma formação adequada corre-se o risco de que eles, em vez de estarem a serviço das pessoas, cheguem a instrumentalizá-las e condicioná-las inadequadamente. Isso vale de modo especial para os jovens que manifestam uma propensão natural para as inovações tecnológicas, e também por isso têm necessidade ainda maior de serem educados para a utilização responsável e crítica dos meios de comunicação”.

Exemplo típico nessa perspectiva, a Conferência dos Bispos da França publicou, em 2004, um portal de Internet com o objetivo de evangelizar a juventude. O Papa João Paulo II manifestou-se a respeito dessa iniciativa:

“É complexo e difícil o contexto no qual os jovens vivem. Seu universo cultural está marcado pelas novas tecnologias da comunicação, que tocam sua relação com o mundo, com o tempo e com os demais, e que modelam seus comportamentos. Isto cria uma cultura do efêmero e do imediato, que nem sempre é favorável ao aprofundamento, nem ao amadurecimento interior ou ao discernimento moral (...) Agora, o uso dos novos meios de comunicação tem um interesse que ninguém pode negar. Vossa conferência e numerosas dioceses compreenderam bem o caráter positivo desta mudança, propondo sites na Internet, particularmente dirigidos aos jovens, nos quais é possível informar-se, formar-se e descobrir as diferentes propostas da Igreja. Não posso deixar de alentar o desenvolvimento destes instrumentos para servir ao Evangelho e para fortalecer o diálogo e a comunicação”⁹.

⁸ Carta Apóstolica “O rápido desenvolvimento”, do Sumo Pontífice João Paulo II, aos responsáveis pelos meios de comunicação social. São Paulo: Paulinas, 2005.

⁹ Declaração do papa João Paulo II durante visita “ad limina” de um grupo de bispos franceses, conforme notícia veiculada no site: <http://ati.catolico.org.br>, seção “notícias do ATI”, site de responsabilidade da CNBB Região Sul I (Estado de São Paulo).

Também o atual Papa Bento XVI demonstrou interesse e preocupações quanto à relação dos jovens com os meios de comunicação e novas tecnologias. Destaca-se, nesse sentido, seu pronunciamento: “Mensagem do Papa Bento XVI para o 43º Dia Mundial das Comunicações sociais”, aos 24 de maio de 2009.

O Papa escolhe os jovens como principais destinatários desta sua mensagem, e diz¹⁰: “as novas tecnologias digitais estão a provocar mudanças fundamentais nos modelos de comunicação e nas relações humanas. Estas mudanças são particularmente evidentes **entre os jovens** que cresceram em estreito contacto com estas novas técnicas de comunicação e, conseqüentemente, sentem-se à vontade num mundo digital que entretanto para nós, adultos que tivemos de aprender a compreender e apreciar as oportunidades por ele oferecidas à comunicação, muitas vezes parece estranho. Por isso, na mensagem deste ano, o meu pensamento dirige-se de modo particular a quem faz parte da chamada *geração digital*” (grifo nosso).

Porém, na mesma mensagem, o Papa faz advertências: “Se as novas tecnologias devem servir o bem dos indivíduos e da sociedade, então aqueles que as usam devem evitar a partilha de palavras e imagens degradantes para o ser humano e, conseqüentemente, excluir aquilo que alimenta o ódio e a intolerância, envilece a beleza e a intimidade da sexualidade humana, explora os débeis e os inermes”, e acrescenta que: “é preciso não se deixar enganar por aqueles que andam simplesmente à procura de consumidores num mercado de possibilidades indiscriminadas, onde a escolha em si mesma se torna o bem, a novidade se contrabandeia por beleza, a experiência subjetiva sobrepõem-se à verdade”. E a mensagem é concluída com uma exortação: “Quero concluir esta mensagem dirigindo-me especialmente aos *jovens católicos*, para os exortar a levarem para o mundo digital o testemunho da sua fé. Caríssimos, senti-vos comprometidos a introduzir na cultura deste novo ambiente comunicador e informativo os valores sobre os quais assenta a vossa vida (...) a vós, jovens, que vos encontráis quase espontaneamente em sintonia com estes novos meios de comunicação, compete de modo particular a tarefa da evangelização deste ‘continente digital’.”

O cerne da questão é: na vida prática, como os jovens incorporam (se incorporam) essas orientações da Igreja?

¹⁰ Consulta feita ao site: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications, aos 05 de junho de 2009.

Dados de uma verificação

Para a elaboração de dissertação do mestrado finalizado em 2006¹¹, em que se analisou em que medida a formação integral proporcionada pela Pastoral da Juventude (PJ) ajuda os jovens a ter um posicionamento crítico diante das mensagens midiáticas, foi realizada pesquisa através de entrevistas a assessores e três debates, no estilo de “grupo focal”, com grupos de PJ e assessores.

Segundo consta do Marco Referencial da Pastoral da Juventude do Brasil¹², a PJ propõe, como objetivos principais, a “formação integral do jovem”, a “evangelização dos jovens pelos próprios jovens”, a “renovação da Igreja”, e a “transformação da realidade social” a partir de uma análise crítica e teológica a respeito da sociedade atual.

No âmbito da dimensão sócio/política, da formação integral proposta pela PJ, um dos temas que costuma ser tratado é o da influência dos meios de comunicação social. Especificamente com relação aos meios de comunicação, o documento 76, já citado, quando fala da tendência pós-moderna ao individualismo, alerta que: *“à difusão do individualismo não são estranhos os meios de comunicação social, particularmente a televisão. Ela gera um crescente número de espectadores e consumidores de imagens, que dedicam sempre menos tempo à vida social e comunitária, mesmo dentro de casa. Os espectadores estão expostos a maciços fenômenos de manipulação política, como se viu no Brasil e em outros países, sobretudo onde os meios de comunicação estão concentrados nas mãos de poucos e faltam condições para a democratização da informação”*; e continua, sugerindo que os meios de comunicação são responsáveis por aspectos negativos da globalização, pois: *“contribuem também para a difusão e o consumo dos mesmos bens materiais e culturais nos diferentes países, criando as condições de uma cultura global de massa, sem fronteiras, que abafa as culturas locais ou regionais”* (p.49/50).

Sobressaiu, nas entrevistas realizadas, a diversidade de opiniões por um lado, e a superficialidade da análise, por outro, demonstrando uma constatação de que “a mídia manipula”, e que “há algo de errado aí”. Foram poucos, porém, os que souberam aprofundar o assunto, chegando às causas.

¹¹ “Os jovens e a mídia: a formação crítica da pastoral da juventude”, dissertação apresentada na conclusão do curso de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero, em 2006. Autor: Márcio Gomes Camacho

¹² As informações a respeito da Pastoral da Juventude aqui colocadas foram retiradas, principalmente, do Documento 76 de Estudos da CNBB intitulado: “Marco Referencial da Pastoral da Juventude do Brasil”.

Quando a reflexão saiu da superficialidade, transpareceu a convergência de outras mediações: o curso superior, a militância e participação em outros movimentos e grupos sociais, maturidade de quem é “menos adolescente” que os demais, entre outros.

Porém, ainda que os jovens tenham demonstrado uma falta de clareza sobre o como se pode “desconstruir” esse mecanismo que influencia as mentalidades, por outro lado constatou-se que eles não estão alheios à influência da mídia, nem totalmente ignorantes quanto à sua utilização. Ou seja, não são meros receptores “passivos”.

Da pesquisa realizada, parece sobressair que a postura crítica, seja em que medida for, dos jovens dos grupos de PJ, não está exclusivamente ligada à formação teórica e sistêmica que receberam (ou não) na PJ, mas também, ao espírito de pertencimento do grupo. Mesmo os jovens que disseram, nos debates, ter menos tempo de participação, demonstram saber que ser “pejoteiro” (participar dos grupos da PJ), é ter um “senso crítico” diante da mídia, da política, da sociedade capitalista, ainda que esse discurso seja apenas uma repetição do que eles ouviram dos líderes.

Ainda que se conclua que o discurso “politizado” e a compreensão do mundo a partir de uma crítica social que fala da “opressão dos poderosos” e da “manipulação da mídia” não sejam suficientes para que os jovens compreendam com maior clareza as causas dos problemas sociais e da realidade em que vivem, e com isso tenham instrumentos que lhe permitam resistir e intervir na realidade social, o fato é que há um ponto de partida de reflexão. Não que essa problemática seja de fácil compreensão, mas parece ser necessário encontrar outras “chaves de leitura” que, embora não fujam da dimensão política contemporânea, nela não se esgotam: a dimensão cultural, principalmente.

Questão que se coloca: Em que aspectos o processo de formação integral proposto pela Pastoral da Juventude deve considerar todos esses dados e reflexões acima apresentados?

Considerações finais

Para se pensar, hoje, em processos de formação que proporcionem o posicionamento crítico e autônomo das audiências jovens diante da mídia, é necessário compreender que sua visão de mundo, seu sensório, sua mentalidade, vão sendo constituídos a partir de várias mediações, não só das instituições tradicionais, como a família, a Igreja (e aí entram a catequese, a formação religiosa familiar e a própria Pastoral da Juventude) ou a escola, com seus programas, conceitos, doutrinas e dogmas, cujos valores os jovens relativizam, embora possam ainda também levá-los em consideração como mediação.

Mas outras mediações entram em jogo: o fluxo infinito de imagens que os bombardeiam cotidianamente, e os valores difundidos e vividos nos grupos sociais, e hoje em dia, inclusive, nos grupos ou comunidades virtuais. As reais condições de vida e precariedade, tanto em termos de necessidades materiais, quanto na perspectiva dos direitos fundamentais negados, também entram no rol das mediações consideradas. Faz-se necessário perceber como se articulam todas essas mediações na formulação da consciência dos jovens, e quais as formas de resistência à manipulação e dependência da cultura midiática que eles próprios têm “inventado” e experimentado, como as tantas apresentadas nesse artigo e todas as outras quando se reúnem, virtual ou presencialmente, para trocar informações e conviver.

A convivência nos grupos de base da PJ, sem dúvida, mostrou-se um espaço de mediação: os jovens ali partilham experiências e, na confrontação de idéias e situações de convivência, constroem sentidos que contribuirão para definir aspectos de sua identidade. O grupo, nesse caso, atua como mediação do tipo “comunidades de interpretação”, ou mediação “institucional”, conforme denominação de Orozco (1997:113-123).

Os jovens contemporâneos constroem a sua percepção do mundo através de linguagens que vão além da escrita e da linearidade. Barbero (2002:02) diz que os jovens vivem num mundo cuja complexa heterogeneidade não se demonstra nas seqüências lineares que ditava a palavra escrita, mas estão sujeitos a uma aprendizagem fundada “menos en la dependencia de los adultos que em la propia exploración que los habitantes del nuevo mundo tecno-cultural hacen de la imagen y la sonoridad, del tacto y la velocidad”.

Assim, para o trabalho de “formação integral” e educação na fé dos jovens (ou, se preferirmos um termo mais amplo e doutrinário, a “evangelização”), ainda que se faça a opção por instrumentos metodológicos para a aquisição de consciência crítica acerca do mundo em que se vive, como o bom e velho método “ver-julgar-agir-rever”¹³ (ainda útil e necessário), há que se considerar que a linguagem e o imaginário dos jovens seguem a dinâmica do pensamento complexo, tirando conclusões e definindo posturas mais pelas mediações, sensações, imagens, e a partir da situação social em que se encontram, do que de um raciocínio puramente linear, cartesiano.

As considerações acima elencadas não são “sugestões”, mas fruto das reflexões que surgiram a partir da pesquisa mencionada, e realizada durante a elaboração da dissertação de mestrado¹⁴ do autor deste artigo. O que surge como indicativo, numa primeira

¹³ Método proposto nos tempos da Ação Católica, e reutilizado pelas organizações pastorais no pós-Concílio Vaticano II e até nos dias de hoje.

¹⁴ Vide nota 10.

análise, é a necessidade, por parte de quem pretende estar apto a colaborar na formação e emancipação dos jovens para uma vida autônoma, de se compreender esses mecanismos de formação de sentido para os jovens, em interface com a sua realidade concreta e cotidiana. Como diz Orozco (1997), como um estímulo no enfrentamento desta tarefa: “la emancipación de las audiencias, via su formación crítica y la diversificación de la oferta mediática con la que interactúan, son, como la democracia, objetivos siempre alcanzables”.

Referências Bibliográficas:

ABRAMO, Helena W. **Cenas juvenis - punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1994.

_____. (organizadora) **Juventude em Debate**. São Paulo: Cortez, 2000.

_____. **Condição Juvenil no Brasil Contemporâneo**. in Retratos da juventude brasileira - Análises de uma pesquisa nacional, São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

_____. **A apatia da juventude é um mito**. In Revista Mundo Jovem, edição 306, PUCRS. Porto Alegre, 2000.

ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.

BARROS, Laan M. **Juventude em sons e tons diversos**. In: O jovem e a comunicação. São Paulo: Loyola, 1992.

BOSI, Ecléa. **Entre a opinião e o estereótipo**. *Novos estudos CEBRAP*, n.32, março 1992.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**. São Paulo : Boitempo, 2004.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

CARRANO, Paulo César Rodrigues. **Juventudes: as identidades são múltiplas**. Revista Movimento. Faculdade de Educação/UFF. Rio de Janeiro: DP&A 2000.

COELHO, Cláudio N. P. **A cultura juvenil de consumo e as identidades sociais alternativas**. Revista Líbero – “Revista Acadêmica de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero” – ano 1, nº 2, pág. 27.

HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo: A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. São Paulo: Ática, 1996.

KELLNER, Douglas. **Cultura da Midia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LIBÂNIO, João Batista. **A religião no início do milênio**. São Paulo: Loyola, 2002

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. **Jóvenes: comunicación y identidad**. in Revista de Cultura Pensar Iberoamérica, número 0, pág. 02. Ciudad de México, 2002.

NOVAES, Regina. **Juventude, percepções e comportamentos: a religião faz diferença?**, in Retratos da juventude brasileira - Análises de uma pesquisa nacional, São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

OROZCO, Guillermo Gomes. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C. 1997, p. 113-123.

ORTIZ, Renato. **Um outro território**, São Paulo: Olho D'água, 1996.

RIBEIRO, Jorge C. **Os universitários e a transcendência**. Revista de Estudos da Religião-PUC/SP, São Paulo, nº 02, ANO 4, 2004.

_____. **João Paulo, Bento e a Juventude** (no prelo).

_____. **Mundialização da Cultura e Religiosidade da Juventude**. Disponível no site: http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista_11/forum. acessado em 14.05.2006.

SOUSA, Janice Tirelli P. **Reinvenções da utopia: a militância política de jovens nos anos 90**. São Paulo: Hacker, 1999.