

Mídia, valores religiosos e concepções de Deus entre os estudantes da Universidade Católica de Pernambuco, Brasil*

ANTONIO RAIMUNDO SOUSA MOTA, S.J.**

LUIZ ALENCAR LIBÓRIO, MSF***

JOSÉ CARLOS COSTA MOURÃO BARBOSA****

RESUMO



Este artigo é resultante de uma pesquisa feita a 300 estudantes da UNICAP, sobre as concepções de Deus, os valores religiosos, e a maneira como estes são afetados pela Mídia. Graças a esta pesquisa pode-se dizer que as representações de Deus nos jovens é tradicional (Deus criador, Deus punidor) e sincrético (Nova Era, panteísmo e práticas religiosas ancestrais próprias do Brasil) e que os valores são menos afetados pela mídia, em frente aos valores familiares e escolares.

Palavras-chave: Ética e práticas sócio-religiosas, cristianismo e modernidade, face de Deus, valores religiosos, mídia.

* Este artigo é resultado parcial (só os valores religiosos) de um Projeto de Pesquisa (com uma Pesquisa de Campo) intitulada "A influência da mídia na mudança dos valores familiares, escolares e religiosos transmitidos aos jovens universitários da UNICAP" (Universidade Católica de Pernambuco) que durou três anos (2004-2007), sendo uma atividade acadêmica normalmente desempenhada. Código de Registro: 37.234 – TEO- 023. 2004/2. Fecha de recibo: 19 de abril de 2008. Fecha de evaluación: 10 de junio de 2008. Fecha de aprobación: 27 de noviembre de 2008.

** Professor/Pesquisador Adjunto I do Grupo de Pesquisa Religião e Cultura Urbana, Recultur, da Universidade Católica de Pernambuco, Brasil (UNICAP); Licenciatura em Filosofia e Bacharelado em Teologia; Doutor em Teologia Pastoral com ênfase em Pastoral Juvenil e Catequese pela Pontifícia Universidade Salesiana de Roma (UPS). É professor e orientador do Mestrado de Ciências da Religião e do Curso de Teologia da UNICAP e orientador de alunos do PIBIC (Programa Institucional Básico de Iniciação Científica), ministrando aulas também na Graduação; Vice-presidente da mantenedora da Unicap; assessor do Reitor da Unicap; coordenador do Núcleo de Estudos para a América Latina (NEAL); responsável pela inicianidade na Unicap. E-mail: amota@nlink.com.br

MEDIA, RELIGIOUS VALUES AND CONCEPTIONS OF GOD AMONG THE STUDENTS OF THE CATHOLIC UNIVERSITY OF PERNAMBUCO, BRAZIL

Abstract

This article shows the results of a field research randomly applied to 300 students of the Catholic University of Pernambuco, Brazil, UNICAP, inquiring their conception of God and their religious values and how they are affected by the media. It appears that the representations of God are of a traditional pattern (God Creator, Punishing God) or of a syncretistic style (New Age, Pantheism, ancestral religious practices peculiar to Brazil). The religious values that have been minimally changed by the media over the family and school values.

Key-Words: *Ethics and social religious practices, christianity and modernity, face of God, religious values, media.*

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, VALORES RELIGIOSOS Y CONCEPCIONES DE DIOS ENTRE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PERNAMBUCO, BRASIL

Resumen

Este artículo es el resultado de una investigación de campo, aplicada aleatoriamente a 300 estudiantes de la UNICAP, sobre sus concepciones de Dios y los valores religiosos, y la forma como éstos se ven afectados por los medios de comunicación. En efecto, se pudo constatar que las representaciones de Dios son de corte tradicional (Dios creador, Dios castigador) y sincrético (Nueva Era, panteísmo y prácticas religiosas ancestrales propias del Brasil), y que los valores religiosos son los menos afectados por los medios de comunicación, comparados con los valores familiares y escolares.

Palabras clave: *Ética y prácticas socio-religiosas, cristianismo y modernidad, rostro de Dios, valores religiosos, medios de comunicación.*

*** Professor/Pesquisador Adjunto I do Grupo de Pesquisa Recultur da UNICAP; Licenciado em Filosofia, Teologia e Psicologia; Especialização em Psicologia Cognitiva (UFPE), Metodologia do Ensino Superior (UNICAP) e Psicologia da Religião (UPS); Mestre e Doutor em Psicologia da Família (2001) pela Pontifícia Universidade Salesiana de Roma (UPS). É professor de Psicologia da Religião no Mestrado de Ciências da Religião da UNICAP, orientador de mestrandos e de alunos do PIBIC, ministrando aulas também na Graduação. E-mail: laliborio@terra.com.br

**** Aluno do Curso de Psicologia da UNICAP e orientando do PIBIC. E-mail: josecarlosmourao@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como título “Mídia, valores religiosos e concepções de Deus entre os jovens universitários da Católica” e visa identificar as matizes (concepções e representações) da face e do agir de Deus entre os jovens entrevistados e elencar os valores religiosos mudados ou não pela mídia e saber até que ponto e *como* a mídia influencia na mudança dos valores religiosos transmitidos aos jovens universitários da Católica pelas famílias e pelas Igrejas.

A expectativa inicial é de que as concepções e representações de Deus sejam as mais variadas possíveis já que se vive num mundo religiosamente pluralista e globalizado.

Também se espera que a mídia mude e muito os valores religiosos transmitidos pela família e pelas Igrejas aos jovens da Católica. O embasamento teórico é composto, principalmente, pela Fenomenologia (Husserl) e pela Psicologia Cognitiva (Piaget) entre outros teóricos.

A justificativa do estudo dessa problemática é a constatação de que se vive num mundo tornado uma pequena aldeia (Mc Luhan), pós-moderno, eivado de uma cultura da subjetividade, com inversão profunda de valores (individualismo, materialismo, hedonismo, domínio do efêmero, consumismo), exigindo respostas firmes e bem estabelecidas no que concerne à concepção de Deus e à percepção e vivência dos valores religiosos, principalmente, por parte da juventude, promessa de um futuro melhor para as famílias, as Igrejas e a nação brasileira.

O nosso relacionamento sadio com Deus depende do tipo de percepção e concepção que se tem d’Ele, sendo os valores religiosos, de fato, eixos para a existência humana a nortearem os jovens rumo à felicidade e realização mais plenas que almejam.

A Metodologia consta de leituras atinentes aos temas e de uma pesquisa de campo com 300 jovens da Unicap, aleatoriamente escolhidos, nos três turnos e em mais de vinte cursos. Após o fichamento das leituras, a elaboração do Questionário Misto com 50 questões (abertas e fechadas), o Pré-teste e aplicação do Questionário Misto, faz-se a análise quantitativa e qualitativa dos resultados obtidos com a Pesquisa de Campo.

As questões sobre os valores religiosos, embasadoras desse artigo, foram as dos números 36-50, onde se pode perceber a *concepção* que os jovens têm de Deus, o seu *relacionamento* com Ele e como eles concebem o *agir de Deus* no mundo (questões: 36-39), configurando a face divina no dizer dos jovens entrevistados e os valores religiosos mudados ou não pela mídia (questões: 40-50).

Esse artigo consta essencialmente de duas partes: (1) Mídia e mudança dos valores religiosos juvenis e (2) Concepções juvenis da face de Deus.

MÍDIA E MUDANÇA DOS VALORES RELIGIOSOS JUVENIS

Propala-se muito que a mídia tem um enorme poder de mudar os esquemas mentais das pessoas¹, especialmente os dos adolescentes e jovens, sacudidos pela crise de autonomia, rompendo, muitas vezes, com a família, escola e Igrejas e com os valores transmitidos por essas Instituições, num mundo da vez mais secularizado e mergulhado numa crassa cultura da subjetividade.

Para se constatar isso, foi feita uma Pesquisa de campo com 300 jovens da Católica (UNICAP: Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE., Brasil), contendo essa parte três tópicos: (1) Análise psico-espiritual da pertença religiosa juvenil; (2) Fragilidade midiática ante os valores religiosos juvenis e (3) Mídia e percepção cognitivo-religiosa dos valores.

Análise psico-espiritual da pertença religiosa juvenil

Nos Dados sócio-demográficos da Pesquisa, analisa-se somente a pertença religiosa dos jovens, deixando de lado outros dados: sexo, raça, escolaridade, entre outros.

A maioria dos jovens (66,3%) declarou pertencer à religião católica, se fazendo seguir por 14,7% que afirmaram ser protestantes e 9% que se declararam espíritas, confirmando os dados do IBGE² (2000) e da CERIS³ (2002).

As demais denominações religiosas (Budismo, Candomblé, Judaísmo, etc.) não apareceram com expressividade numérica.

¹ De Kerckhove, *Braiframes, mente, tecnologia e mercado*, 420.

² Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Governo Brasileiro).

³ Centro de Estatística Religiosa e Investigações Sociais (CNBB)

Dois adendos são necessários, a saber: uma diminuição do contingente católico nacional (73,5% no Censo do IBGE: 2000) e um aumento nacional bastante significativo do contingente de seguidores do Protestantismo (14,7%) e do Espiritismo (1,33%) no Censo (IBGE 2000).

Tomando-se os Censos demográficos de dados de religião (2000) realizados na região Nordeste e no Estado de Pernambuco temos, praticamente, números equivalentes.

Tais constatações se encontram de acordo com o que coloca o autor católico Mário de França Miranda⁴ quando este afirma que, nas hodiernas sociedades latino-americanas, pluralistas e secularizadas, o cristianismo católico tem visto diminuir sua influência juntamente com o seu número de fiéis, ao lado do conseqüente crescimento do número de adeptos de outras religiões e/ou seitas.

Para ele, algumas causas podem ser apontadas para esse fenômeno, destacando-se, dentre elas, a condição de transbordamento de significados e conteúdos simbólicos que as sociedades contemporâneas globalizadas assumem.

Tal condição, ensejando a coexistência de diferentes religiões, fontes de sentido e valores, levou muitos católicos a deixarem de pensar a sua expressão religiosa como unívoca, passando a vê-la, antes, como apenas mais uma cosmovisão entre muitas outras.

Soma-se a isso o fato de que, muitas vezes, a práxis dos representantes da Igreja Católica se mostra dissociada do discurso propalado, o que tem levado muitos fiéis e jovens a um sentimento de desilusão e desamparo que, somado à condição ontológica de insegurança e desamparo que o mundo pós-moderno tem gerado⁵ os faz procurar refúgio em outras expressões religiosas, especialmente, nas diversas denominações protestantes e no Espiritismo, tendo crescido também muito o número dos “sem religião (9%).

Diante disso, faz-se oportuna a reflexão de J. B. Libânio⁶, em concordância perfeita com as colocações de Gianni Vattimo⁷, nas quais estes asse-

⁴ Miranda, *Um homem perplexo*, 58.

⁵ Bauman, *O mal-estar da pós-modernidade*, 10.

⁶ Libânio, *Igreja contemporânea*, 188.

⁷ Araújo e Vattimo, “Crise da modernidade”.

veram que o Cristianismo e a Igreja, inseridos num mundo globalizado e pluralista, precisam, muitas vezes, –para atender aos anseios religiosos de um ser humano perplexo e aturdido como o é o sujeito pós-moderno – encetar e manter uma postura ecumênica e de diálogo inter-religioso em relação às demais religiões que crescem em número de fiéis e que representam o modo de aproximação do “Transcendente” escolhido por cada um.

Como colocam muito bem R. Araújo e G. Vattimo, o Cristianismo –pautado, portanto, na pessoa do Cristo Jesus– fornece ao mundo contemporâneo uma proposta excelente e libertadora, mas não necessariamente porque esteja assentado numa cosmovisão unívoca –portanto, excludente de outras cosmovisões– mas porque se assenta em valores altamente desejáveis e necessários nos dias de hoje, a saber: o amor, a fraternidade e a caridade.⁸

Considerando-se as variáveis idade e pertença dos jovens entrevistados, a maioria (70,5%) possui entre 18 e 21 anos de idade, e que 59% afirmam pertencer há, no mínimo, 16 anos à sua religião (comunidade de fé) pode-se inferir que a maioria desses jovens permanece atrelada à religião em que “nasceu”, por assim dizer, querendo com isso indicar uma influência preponderante da experiência religiosa familiar o que já está mudando muito segundo novas pesquisas⁹ aqui na UNICAP.

Tais dados encontram-se em pleno acordo com os resultados advindos da pesquisa “Mídia e Valores Familiares: abordagem psicossocial”¹⁰, apontando para uma clara prevalência da instituição familiar enquanto fonte e instância reguladora de conteúdos axiológicos e religiosos para os jovens, sobrepondo-se os resultados do quesito 37 do Questionário¹¹ à influência dos meios de comunicação de massa.

Some-se a isso o fato de que, para 37,7% dos jovens participantes da entrevista, a concepção de “Deus” (quesito 36) é proveniente, sobretudo da

⁸ Cfr. Araújo e Vattimo, “Crise da modernidade”, 58-70.

⁹ Cfr. Maristela, “Os mecanismos psicossociais e religiosos da mudança de religião entre os adolescentes e jovens católicos do Liceu de Artes e Ofícios Unicap”.

¹⁰ Pesquisa realizada no exercício de Iniciação Científica (PIBIC: 2004-2007) dentro do projeto maior intitulado “Influência da mídia na mudança dos valores familiares, escolares e religiosos transmitidos aos jovens universitários da Unicap”, sendo orientadores os professores Dr. Antonio Raimundo Sousa Mota e Dr. Luiz Alencar Libório.

¹¹ Quem lhe transmitiu essa concepção de Deus? (1) A família; (2) A escola; (3) A sua Igreja; (4) Outro.

família, tendo ficado as Igrejas com menos porcentagem, ou seja, a de 33,3% nesse quesito.

Tudo isso demonstra a importância da experiência familiar, enquanto estruturante do psiquismo juvenil, para a vivência religiosa (religiosidade/ espiritualidade) subjetiva, pelo menos num primeiro momento do processo de maturação psicológico-existencial-espiritual dos jovens.

Aliás, tal constatação encontra ressonância na obra de Sigmund Freud¹², quando este afirma que a religião corresponderia, na verdade, a uma forma de neurose transferencial na qual o sujeito transmite à figura de Deus os sentimentos –bem ou mal-elaborados– remanescentes das relações primeiras com as figuras parentais, sobretudo a do pai.

Encontrar-se-ia nessas considerações freudianas a explicação para o relacionamento imaturo que muitos jovens mantêm com a religião, vivendo-a de maneira pouco consciente, exatamente porque condicionada por conteúdos inconscientes.

Tais conteúdos - encontrados, entre outros, naquilo que Carl Gustav Jung¹³ designou como “sombra psicológica” do jovem o impedem, enquanto permanecem inconscientes, de estabelecer uma relação de maior lucidez com a religião, com Deus, consigo mesmo –fruto direto do desconhecimento de si mesmo–, com os outros e com o mundo natural, decorrências inevitáveis dos fatores anteriores.

Tal condição de imaturidade religiosa juvenil pode ser pensada como estando no cerne da “insegurança ontológica” característica do jovem pós-moderno conforme descrito não apenas pelo sociólogo Bauman¹⁴, mas também por muitos outros autores atuais provenientes de âmbitos diversos, tais como os teólogos Mário de França Miranda, S.J., e Leonardo Boff e os psicanalistas Gilberto Safra, Mario Eduardo Costa Pereira, Joel Birman e Luis Cláudio Figueiredo, entre outros.

Em contraposição a tal condição de imaturidade religiosa juvenil – fomentada e fomentadora do materialismo, do individualismo e de sofrimentos psíquicos (transtornos neuróticos, fóbicos, ansiedade generalizada, anorexia,

¹² Freud *apud* Libano, *Igreja contemporânea*, 24.

¹³ Jung, *O eu e o inconsciente*, 16.

¹⁴ Bauman, *O mal-estar da pós-modernidade*, 10.

bulimia, depressão, etc.)– surge uma gama de misérias sociais: desemprego, fome, desigualdade social, altos índices de violência e de ameaças ecológicas ao nosso lar terrestre que agora tanto ocupam o centro das atenções dos governos em nível global.¹⁵

Diante do acima colocado, conclui-se sugerindo aos jovens ações libertadoras, convidando-os à reflexão e ao amadurecimento psicológico-existencial-espiritual que se encontram expressos em diversas fontes religiosas e não-religiosas, especialmente, no conceito de “individuação” de Jung¹⁶, na estrutura conceitual de “amizade” desenvolvida por Hanna Arendt enquanto abertura para a alteridade¹⁷ ou nas concepções de “caridade” e de “respeito à alteridade” proposta por Gianni Vattimo¹⁸, um dos mais aclamados hermeneutas da atualidade, posicionando-se, muitas vezes, a mídia de modo omissivo, ambíguo e frágil ante esses valores religiosos juvenis acima aludidos.

Fragilidades midiáticas ante os valores religiosos juvenis

No âmbito das religiões, a proposição das ações e valores juvenis é constante, desde a proposta cristã (mais conhecida no Ocidente) –que conclama os fiéis a atingirem a maturidade psico-espiritual, através de afirmações como as encontradas em Mateus 10, 37-38 e Lucas 14, 26-27¹⁹, nas quais se assevera a importância de se “desapegar” de “pai e mãe” (figuras parentais) para se tornar seguidor do Cristo– até as proposições budistas orientais que enfatizam o desapego e o amor à criação toda como princípios fundamentais da espiritualidade.²⁰

Contudo, importa explicar que, tanto nos postulados religiosos ocidentais como nos orientais, o “desapego” referendado não corresponde –como muitos erroneamente o compreendem– a uma insensibilidade em relação às coisas ou aos entes queridos.

¹⁵ Capra, *O ponto de mutação*, 19-23.

¹⁶ Jung, *O eu e o inconsciente*, 47-115.

¹⁷ Velloso, *Razão e sensibilidade*, 2006.

¹⁸ Araújo e Vattimo, “Crise da modernidade”.

¹⁹ Leloup, *O Evangelho de Tomé*, 137.

²⁰ Chodron, *O que é budismo?* 33, 52.

Ao contrário, esse “desapego” significa apenas amá-los a partir de uma plataforma psicológico-existencial-espiritual amadurecida e lúcida.

Em outras palavras, significa amar em plenitude, a partir de si mesmo, sem as projeções neuróticas que moldam os relacionamentos de grande contingente de pessoas, trazendo-lhes atropelos e dissabores os mais diversos e reclamando o concurso valioso e eficaz de terapeutas de denominações diversas, a saber: psicanalistas, terapeutas familiares, psicólogos existenciais e psiquiatras, entre outros, que ajudariam muito mais na saúde global das famílias, esteios da sociedade e das Igrejas.

De fato, em nossa Pesquisa de Campo com os jovens da Unicap, a família aparece como a Instituição Social mais importante na transmissão da concepção de “Deus” do que as Igrejas, pois, mais da metade deles afirmou que estas –as Igrejas (religião)– foram a principal fonte de seus valores existenciais e espirituais.

Assim, parece-nos pertinente indagar qual seria a relação entre a concepção (representação) de “Deus” e esses valores existenciais e espirituais, posto que enquanto aquela provém principalmente da família, estes provém principalmente da Instituição religiosa.

Além disso, sabe-se que a concepção de “Deus” (“Divino”, “Transcendente”), representado como Causa Primeira de todas as coisas –nas grandes tradições teológicas ocidentais e orientais– é o eixo central sobre o qual se apóiam todos os seus preceitos e postulados.

De fato, outro ponto importante na análise dos dados da Pesquisa é que os jovens entrevistados afirmaram que as Igrejas (religião), consideradas enquanto Instituições propriamente ditas –sem levar em consideração a utilização de mecanismos midiáticos– foram a principal responsável pela aquisição dos valores espirituais e existenciais juvenis, ficando descaracterizada a colocação de Sá Martino²¹ que afirma que, para uma instituição religiosa subsistir e se perpetuar nas sociedades hodiernas, faz-se indispensável que ela lance mão dos expedientes midiáticos.

Essa evidência põe igualmente em questão a afirmativa de J. B. Libânio²² na qual este assevera que a linguagem utilizada pelas Igrejas contemporâneas

²¹ Martino, *Mídia e poder simbólico*, 7.

²² Libânio, *Igreja contemporânea*, 187.

encontra-se envelhecida –enfraquecida–, entre outras razões, pelo fato de estas (Igrejas) não saberem manejar a cultura da imagem no contexto sociocultural da atualidade, cuja característica tem sido a assunção de uma condição que John B. Thompson²³ denominou como “cultura mediada”.

Em tal conjuntura macrosocial, na qual se processa com inusitada velocidade (embora não mais tanto!) uma série de revoluções e desenvolvimentos extraordinários –no âmbito da comunicação (informática, telemática, robótica, microeletrônica, etc.)– que produzem, por sua vez, transformações nos modos de subjetivação e conseqüentemente na mentalidade social.

Portanto, é necessário que as Igrejas se apropriarem e utilizarem os novos modos de transmissão e/ou interações simbólicas a fim de se adequarem às necessidades que os tempos de agora impõem.

Nossa intenção contributiva se centra na chamada de atenção, para além dos postulados pós-modernos que superestimam o poder da mídia –embora estes estejam, no mínimo, parcialmente corretos– para a importância das interações simbólicas não-mediadas no processo de construção, aquisição e manutenção dos valores juvenis (religiosos ou não) que circulam nas Igrejas e na sociedade.

Noutras palavras, os resultados empíricos obtidos através da aplicação de nossa Pesquisa de Campo com os jovens universitários –durante o exercício de Iniciação Científica (PIBIC) 2004-2007– nos permitem deduzir que embora os meios de comunicação apresentem considerável poder (igualmente ou mais) no que se refere aos processos macrosociais de natureza axiológica o têm também as interações sociais diretas –“face a face”–, seja no âmbito familiar, escolar ou no das Instituições religiosas.

Ao discorrerem acerca da influência da mídia na mudança dos valores religiosos juvenis, os jovens revelaram a seguinte situação: ao se referirem aos seus próprios valores religiosos, a maioria (80%) afirmou que a mídia não os mudou, mas, ao falarem da influência da mídia na mudança dos valores religiosos, em geral, esse número caiu para 60,3%, caracterizando um contraste entre o ideal e o real (convencionalidade) bem típico da idade juvenil.

Assim, dos 39,7% que afirmaram que a mídia mudou os valores religiosos de uma maneira geral, uma boa parte (15,7%) apontou para uma

²³ Thompson, apud Guareschi, *Os construtores da informação*, 39.

influência negativa da mídia, predominando as referências ao fomento do individualismo, do consumismo, do desrespeito e da banalização da violência.

Entre aqueles jovens da Pesquisa que identificaram uma influência mais positiva por parte da mídia (6,3%) no que diz respeito aos valores, fizeram-se menções ao estímulo do desenvolvimento da consciência crítica, à expansão dos “horizontes” a partir da riqueza –qualitativa e quantitativa– das informações e a um estímulo da solidariedade humana.

Destarte, tomando como referência teórica o trabalho de Meunier²⁴ podemos pensar os tempos modernos como tempos que se caracterizam –entre muitos outros aspectos– por céleres ou mesmo vertiginosas mudanças nas estruturas representacionais socialmente circulantes, conteúdos simbólicos de âmbito macrossocial que, por sua vez, provocam mudanças correspondentes nos modos de subjetivação e conseqüentemente nas estruturas cognitivas dos indivíduos.

É evidente a influência do projeto neoliberal e dos valores a ele agregados –individualismo, hedonismo, consumismo, narcisismo, etc.– nessas mudanças, de maneira tal que se têm observado o seguinte panorama como bem afirma Meunier que há:

Uma crise e inversão na vivência dos valores com o domínio do efêmero sobre o duradouro, a ênfase do individualismo sobre a dimensão social e a supremacia do hedonismo sobre um equilíbrio responsável da vida afetivo-sexual.²⁵

Assim, considerando-se que as detecção e análise de tal “inversão de valores” –dada a sua carência de comprovação empírica ao lado de uma vultosa produção teórica– eram objetivos de grande importância para a presente pesquisa, pôde-se constatar o seguinte fenômeno: a “inversão de valores” assinalada por Presvelou –além de muitos outros autores, nacionais e estrangeiros– se caracterizou apenas nos momentos nos quais os participantes foram chamados a falar de maneira impessoal.

Em outras palavras, ao se referirem aos próprios valores, os participantes revelaram um universo axiológico que, a nosso ver, pode ser concebido como “ideal”, no sentido de “desejável”, quer dizer, um universo composto fundamentalmente por valores positivos.

²⁴ Meunier *apud* Presvelou e Rauget, *Chaînes de télévision et usagers familiaux*, 17-27.

²⁵ *Ibid.*

Contudo, ao se referirem aos quadros axiológicos sociais –portanto, dos outros!– e, sobretudo à influência da mídia na mudança dos valores, revelaram um quadro precisamente ajustado às assertivas exaradas por Presvelou e Rauget, as quais, aliás, correspondem às observações de muitos outros autores de variados âmbitos –cientistas sociais, psicólogos, pedagogos, etc.–, tais como Fritjof Capra, José Roque Junges, S.J. e Charles Melman, para citar apenas alguns.

Também Piaget²⁶ em seu artigo *Commentaire sur les remarques critiques de Vygotsky* fala do alto poder de “descentração” que o jovem tem diante da mídia, ao veicular os valores, especialmente, os afetivos (religiosos).

Também Piaget com Inhelder²⁷ fala desse período de “descentração” que consiste essencialmente em ser crítico e sair de si mesmo para reformar a sociedade com ideais e valores políticos e religiosos.

Tal fenômeno fica claro quando os participantes, ao arrolarem os seus principais valores existenciais/espirituais, citam com significativa expressividade numérica valores como: “Amor a Deus” (41%), “Solidariedade” (29%), “Amor ao próximo” (25,7%) e “Tolerância” (21,7%).

No entanto, quando convidados a falarem sobre a influência da mídia sobre a mudança dos valores religiosos, bem como sobre a maneira como vivenciam e representam (descrevem) essa mudança, predominaram as referências ao fomento e à prevalência social do individualismo, do consumismo, do hedonismo e do materialismo, além das referências à falta de solidariedade e de fé em Deus.

Portanto, conclui-se que a mídia idealisticamente não muda tanto os valores religiosos transmitidos pelas Instituições pesquisadas, porém, ao se tratar de foro mais individual e íntimo (sexualidade, hábitos religiosos) a mídia já tem um grande poder de mudança dos valores religiosos entre os jovens da pesquisa, não levando muito em conta o que as Igrejas dizem no campo da afetividade e da sexualidade adolescente e juvenil, especialmente, entre os jovens entrevistados nessa pesquisa.

²⁶ Piaget in Scheuwly e Bronckart, *Vygotsky aujourd'hui*, 120-137.

²⁷ Inhelder e Piaget, *Da lógica da criança à lógica do adolescente*, 253.

Mídia e percepção cognitivo-religiosa dos jovens

Antes de chegar à juventude, a pessoa humana vivência a infância, pré-adolescência e adolescência, períodos de profundas transformações biopsíquicas e axiológico-espirituais.

A família, como grupo primordial da sociedade, é a primeira grande responsável pela transmissão teórica e vivencial da concepção de Deus, sendo seguida pela escola e Igrejas.

Em nossa Pesquisa, de fato, a família aparece como *a mais poderosa instituição axiológica* (94,0%), sendo seguida pela escola (61,0%) e pelas Igrejas (51,7%) que diante do poder informador da mídia passam a ser vistas de modo diferente.

Sobre a relação mídia, ética e religião afirma o teólogo moralista e perito em comunicação Fr. Josaphat:

Em sua função de informar, a mídia se depara constantemente a religião, qual campo imenso de eventos, de concentrações, de celebrações, interessando grandemente o público ao menos pelo aspecto da curiosidade, de espetáculo grandioso e exótico. O que é o lado mais vistoso e atraente para a mídia, e menos relevante para a religião e a marcha da humanidade.²⁸

Na *transmissão dos valores religiosos* que forjam a concepção de Deus, os jovens entrevistados apontam como mais poderosa a família (37,7%), vindo depois as Igrejas (33,5%), outras pessoas (16,0%) e a seguir, por último, confirmando a sua fragilidade na transmissão dos valores religiosos a escola (13,7%), percebendo-se assim várias variáveis intervenientes na formação das concepções de Deus e de muitos valores religiosos.

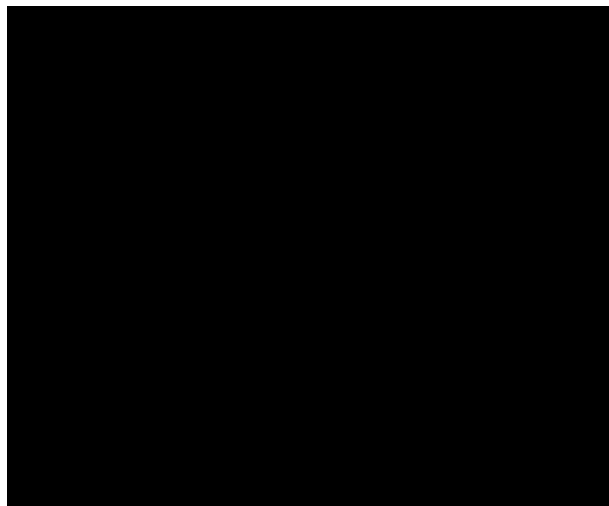
Mas as Igrejas ainda são percebidas pelos jovens da Pesquisa como a principal fonte de transmissão dos valores religiosos (51,7%), confirmando o poder que as Igrejas ainda têm nesse campo, no Brasil e talvez na América Latina.

Os 300 jovens perceberam e elencaram os sete valores religiosos mais transmitidos pelas Igrejas, a saber: Amor a Deus (258); Amor ao próximo (250); Solidariedade (233); Orações (232); Ajuda aos pobres (223); Respeito aos outros (216) e os 10 Mandamentos (195).

O gráfico a seguir mostra melhor os dados acima colocados.

²⁸ Josaphat, *Ética e mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*, 190.

GRÁFICO I. OS SETE VALORES RELIGIOSOS MAIS TRANSMITIDOS PELAS IGREJAS

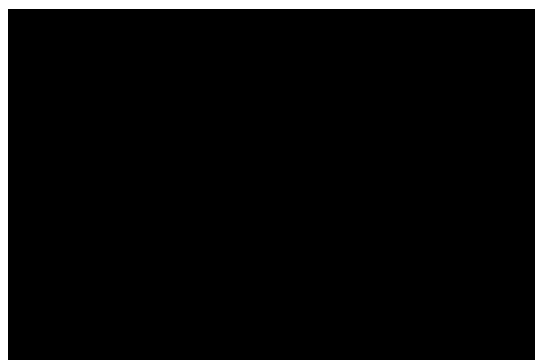


Fonte: Pesquisa na UNICAP (2004-2007)

Também foram citados os sete valores religiosos percebidos como menos transmitidos e vividos pelas Igrejas, a saber: Coerência doutrinal (94); Contemplação (95); Amor às Escrituras Sagradas (97); Participação comunitária (102); Diálogo ecumênico (103); Partilha dos bens (112) e Política comunitária (126).

O Gráfico II torna mais compreensível o acima colocado.

GRÁFICO II. OS SETE VALORES MENOS TRANSMITIDOS PELAS IGREJAS



Fonte: Pesquisa na UNICAP (2004-2007).

É interessante notar que só 4,3% afirmam que as Igrejas transmitiram valores espirituais (contemplação, meditação, místicos!) e 1,7% os valores da justiça e paz.

A *fé verdadeira*, nesta pesquisa, é concebida como sendo vivida *individual* e *socialmente* porque essas duas dimensões são complementares (98,0%).

Isso é uma percepção muito boa por parte dos sujeitos da amostra que não caíram num alienado intimismo individual ou numa pura e exacerbada ação social. A vivência do equilíbrio certamente será mais realizadora.

Diante dessas percepções de Deus e das Igrejas, o jovem vai plasmando um relacionamento com Deus que depende de suas concepções formadas.

Na Pesquisa, a *relação com Deus* aparece permeada de muito *sentimento* (39,0%) e *afeto* (34,0%), perfazendo ambos um total de 73,0%. Somente 24,0% afirmam ter um relacionamento com Deus de peso mais *racional*.

Assim é confirmado que a religião mais popular é essencialmente “sentimento” que razão, mais entre as jovens que entre os jovens.²⁹

Muito bem afirma Libânio em relação ao modo juvenil de se relacionar com Deus:

No concreto da vida, acontece com a geração jovem pós-moderna uma privatização e individualização da religião a modo de *kit* religioso preparado com as práticas religiosas oferecidas no gigantesco supermercado de religiões da pós-modernidade. Presencia-se um *pot-pourri* religioso com ingredientes cristãos, orientais, africanos, indígenas, esotéricos, evangélicos, etc.³⁰

A *ação de Deus no mundo* acontece através das pessoas, das coisas e da natureza.

Na Pesquisa do CERIS³¹ (2002), também os valores religiosos de “sentir Deus diante da beleza da natureza” e de “sentir Deus em todos os momentos da vida” estão em consonância com a percepção de Deus dos jovens de nossa amostra que sentem Deus em tudo e em todos, especialmente em a natureza.

²⁹ Pollo, *Il volto giovanile della ricerca di Dio*, 21.

³⁰ Libânio, *Jovens em tempo de pós-modernidade*, 117.

³¹ Centro de Estatística Religiosa e Investigações Sociais (CNBB).

Na Itália, em Pesquisa feita entre os adolescentes e jovens, em 2003, constatou-se de modo menos acentuado essa representação de Deus como Criador dos céus e da Terra, mais entre as jovens que entre os jovens³², talvez devida a toda uma visão científica que para muitos ainda contrasta com a visão religiosa antiga (criacionismo fixista e mágico).

O uso da mídia por parte das Instituições pesquisadas confirma os dados do IBGE, no último Censo de 2000.

O uso da mídia (0-10 horas) pelas Igrejas é de 82,6%. É bem parecido com o uso da mídia por parte das famílias (81,6%) e pela Escola (92,7%).

Comparando com os valores familiares, é interessante observar que 79,0% disseram que a mídia *não mudou* os valores transmitidos pela Família por causa da formação sólida (coerência) e transmissão desses valores pela Família, confirmando mais uma vez o poder da família da formação do cristão e cidadão.

Para a grande maioria dessa amostra (240: 80,0%), a mídia não mudou os valores religiosos transmitidos pelas Igrejas. Portanto, a mídia *não é tão poderosa para mudar* os valores familiares, escolares e religiosos.

De fato, noutras pesquisas feitas no Brasil (CERIS, PERSEU ABRAMO), a família, a Igreja e universidade estão entre as entidades mais respeitáveis pelo cidadão e uma das menos respeitadas é a classe política.

O *como* da influência da mídia na mudança dos valores estudados foi um dos objetivos da pesquisa e os resultados são os seguintes:

Só aproximadamente 13,3% afirmam a *mudança* dos valores religiosos pela mídia.

Esta mudança aconteceu nos campos: sexualidade (virgindade, relacionamentos pré-matrimoniais, celibato), sentido da vida, mudança de religião, sincretismo religioso, solidariedade e outros.

Certamente, a mudança pela mídia no campo da sexualidade dos jovens não deixa de ser uma reação à puritanização fortemente pregada pelas Igrejas cristãs e que levou Wilhelm Reich e os intelectuais europeus a deflagrarem a revolução sexual que hoje se alastra rapidamente.

³² Pollo, *Il volto giovanile della ricerca di Dio*, 31.

A mídia *mudou* os valores religiosos *negativamente* (15,7%), *positivamente* (6,3%) e *ambos* (17,7%). A mídia tem o poder para mudar os valores positivamente e negativamente por muitas razões: base sólida ou não na formação religiosa, solidez ou não dos valores religiosos, consciência crítica, a fé é mais importante e outras.

Por exemplo, a Igreja é vista como tendo *mais poder para mudar* os valores religiosos (53,3%) que a mídia (39,7%).

Os *canais* de TV, vistos como *mais positivos e importantes* na transmissão e manutenção dos valores religiosos, são: Rede Vida, Canção Nova, canais da Igreja Católica, e TV Cultura (Ligada às Universidades).

Os *programas* percebidos como *menos positivos* nesse campo são: Programas de fofocas, Programas de auditório (Gugu, Faustão, Super Pop, João Kléber, Ratinho, Malhação, etc.), Novelas, Programas das Igrejas evangélicas e outros.

Os *valores negativos* que prejudicam as religiões no Brasil de hoje são: intolerância religiosa (84) falta de solidariedade (77), falta de participação de comunitária (68), falta de fé em Deus (63) e falta de amor (47), entre outros.

Sobre o poder sedutor da mídia assim se expressa Frei Josaphat:

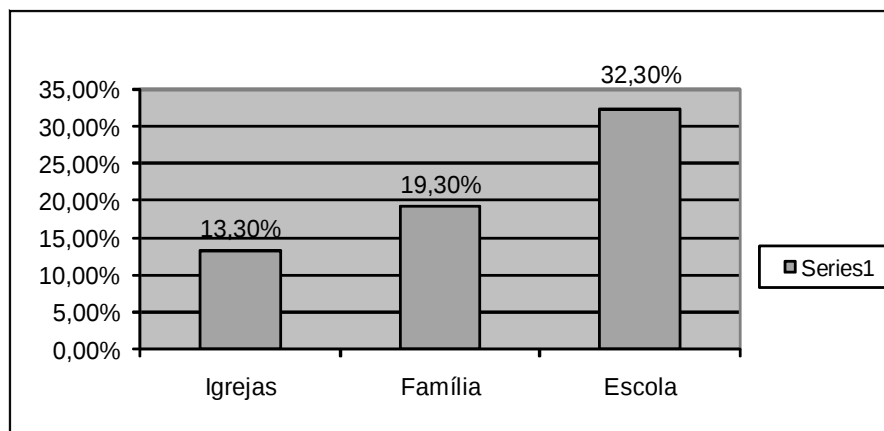
Na mídia, os elementos de sedução, de pressão, de encantamento exercem um papel importante. (...) Esses elementos afetivos e imaginários que impregnam a comunicação social fazem parte de seu dinamismo. (...) A comunicação social é uma linguagem total, atingindo o homem todo em sua consciência e em seu inconsciente. Daí o necessário discernimento de que precisamente se ocupa a ética da comunicação social.³³

Mas, em nossa Pesquisa, como se conservaram segundo os jovens entrevistados os valores religiosos transmitidos (ou seja, a mídia não mudou os valores)?

Em relação à *conservação dos valores transmitidos* (a mídia não mudou os valores), as Igrejas ainda aparecem como a Instituição que tem os valores religiosos menos mudados pela mídia (13,3%), sendo seguida pela Família (19,3%) e finalmente pela Escola (32,3%). O gráfico a seguir mostra melhor o que se disse anteriormente.

³³ Josaphat, *Ética e mídia*, 207-208.

GRÁFICO III. INSTITUIÇÕES CUJOS VALORES TRANSMITIDOS
FORAM OS MENOS MUDADOS PELA MÍDIA



Fonte: Pesquisa na UNICAP (2004-2007).

Portanto, a mídia *muda mais* os valores escolares, depois os familiares e por fim os religiosos.

A mídia muda mais *negativamente* os valores familiares (especialmente no campo da sexualidade) e mais *positivamente* os valores culturais (Programas de Cultura Geral: TV Cultura, Canais da Igreja Católica), permanecendo os valores religiosos muito mais estáveis, mudando um pouco a frequência às igrejas, vida de oração e observância de alguns mandamentos: não roubar, não matar, não adulterar, entre outros.

Com os dados acima, pode-se concluir, tendo-se uma breve visão da fraca influência da mídia na mudança dos valores religiosos, transmitidos pela família e Igrejas, nos quais são moldadas as concepções juvenis da face de Deus.

CONCEPÇÕES JUVENIS DA FACE DE DEUS

Segundo o filósofo francês Joël Roman (1993)³⁴, a autonomia do indivíduo é a grande promessa da modernidade. Mas essa liberdade do indivíduo contra as normas ditadas do exterior é muito vulnerável porque ela está inserida unicamente numa sociedade, na qual “ele-é-relação” com tudo e com todos.

³⁴ Roman, “Autonomie et vulnérabilité de l’individu moderne”, 31.

Por isso mesmo, sofre o indivíduo inquietações e angústias nesse processo de uma relativa libertação em busca de um equilíbrio sadio entre a autonomia e a heteronomia conceitual e factual.

Essa busca da liberdade equilibrada está tão condicionada pela mídia que, com suas técnicas sofisticadas, muda subliminarmente os esquemas mentais das pessoas³⁵, principalmente os dos jovens ao saírem da crise adolescente, caracterizada por um afastamento do “sagrado institucional” e um “silêncio denunciador” ante uma visão teológica sobre Deus, a pessoa e o mundo passada pelas Instituições famílias, Igrejas e sociedade.

Como muito bem reflete Trasferetti: “Os Meios de Comunicação ganham força, a família perde terreno, novos grupos, tribos, costumes se apresentam e ganham destaque.”³⁶ E continua Trasferetti:

Estamos na era das técnicas, das ciências e da competição. A autonomia do homem, modelado no pensamento racional de E. Kant, Hegel, Descartes e tantos outros, veio trazer ao homem uma liberdade superior. O homem conquistou espaços, ganhou confiança, construiu caminhos. Sua autonomia se confundiu com sua heteronomia trabalhada nos pensamentos de K. Marx, S. Freud, F. Nietzsche, C. Lévi-Strauss e em tantos outros que reconheceram os condicionamentos sociais na construção da identidade humana. Esta sociedade “pós-moderna” deixou o indivíduo perdido, produziu uma crise afetiva e espiritual, despertou a busca de novas religiosidades, banalizou a sexualidade e todo o relacionamento humano autêntico.³⁷

Falando sobre os dilemas que a juventude enfrenta, o teólogo moralista Márcio Fabri assim escreve:

Quando nos preocupamos com a crise de valores morais da juventude, estamos geralmente impactados por uma mudança de comportamento que conflitam com nossas referências de algum modo já estabelecidas. Essa mudança altera no mínimo as formas de vivenciar o que geralmente chamamos de “valores”, como a liberdade, responsabilidade, fidelidade, amizade, sexualidade, autonomia; e de outro lado, altera também a hierarquia ou ordem de importância desses valores. A mudança é chamada de “crise de valores” e a crise é entendida freqüentemente em um sentido ético negativo.³⁸

³⁵ Josaphat, *Ética e mídia*, 210.

³⁶ Trasferetti, “Comportamentos em crise. Uma visão filosófica”, in *Filosofia, ética e mídia*, 95-96.

³⁷ Trasferetti, *Filosofia, ética e mídia*, 97-98.

³⁸ *Ibid.*, 98.

Em nossa Pesquisa de campo, tudo isso acima relatado pelos diversos autores, leva os jovens a terem suas concepções de Deus quase sempre mescladas de sincretismo religioso ou do chamado hibridismo religioso-cultural.

Esta parte tem três tópicos: (1) Tipologia da face de Deus; (2) Análise freudiana da concepção de Deus; (3) Análise bíblico-teológica da concepção de Deus.

Tipologia da face de Deus

A concepção tipológica da face de Deus segundo os jovens universitários da Unicap assume os seguintes matizes:

- Deus é o criador de tudo (40%), Deus é amor (11,3%), Deus o Ser Supremo (10,0%), Deus é tudo (9,0), Deus é energia dentro de nós (10), Deus é o Caminho (9).
- Deus é generosidade, Deus é o sem igual, Deus é o pai, inteligência, poder e justiça, clemência e fé, Deus é o um Ser iluminado que nos dá liberdade.

Os jovens concebem Deus como criador do homem e do mundo, embora haja uma crise, quando chegam ao Ensino Médio, no que concerne ao criacionismo fixista e mágico, como é relatado no Gênesis, capítulo 1.

Eles estão mais tendentes a aceitar o evolucionismo defendido pelo professores. Falta-lhes uma tentativa de síntese como fez Teilhard de Chardin, em seu famoso livro *O Fenômeno Humano*.

Apesar de terem aprendido a fazer o sinal da cruz, nomeando o nome da Trindade, os jovens tendem a um monoteísmo radical, vendo somente Jesus como o Deus do cristianismo.

Nas aulas essa concepção aparece freqüentemente. Essa concepção de um Deus ora com feição monoteísta (Jesus) ora com aparência politeísta (a Trindade) pode levar os jovens a deslocar-se para concepções múltiplas de Deus.

Apesar de a Igreja ter pregado a co-criação do homem com Deus, na realidade pouquíssimos jovens, talvez os que mais freqüentam a Igreja, aceitam essa visão. A grande maioria parece priorizar mais o agir só de Deus ou só do homem, falta essa antropologia teológica embasada também na encarnação de Jesus.

Sobre esses traços criacionais juvenis, assim sintetiza Pe. Mota:

- Eles visibilizam a face de um Deus agindo no mundo em tudo e em todos, o que reflete certa concepção de um Deus interagindo com a criação humana e a natureza, retratando uma teologia da criação, reproduzindo assim um modelo criacionista ou transcendente.³⁹
- De um modo direto (catequese) ou indireto vêem um Deus monoteísta que harmoniza a história humana dando segurança às suas criaturas. Também aparece uma visão um tanto panteísta (Nova Era: Tudo é Deus)⁴⁰ ou panenteísmo (Deus está em tudo).

É importante notar que os jovens fazem referência a uma concepção de Deus no seu imaginário simbólico, contudo não fazem referência como o vivenciam desde a dimensão de suas experiências pessoais com a proximidade do rosto pessoal do mistério de Deus.

Interpretando isso, podemos concluir que entre a concepção mental imaginária de Deus e sua relação interpessoal com Ele, evoca-se a necessidade de prática religiosa de fé que proporcione a esses jovens uma experiência de comunhão pelo diálogo de intimidade na oração, faltando muito para isso acontecer realmente entre os nossos jovens, salvo algumas exceções.

Do resultado da Pesquisa, pode-se concluir também o seguinte: Também aparece visível a concepção rara de um Deus atuante, interagindo com as criaturas numa mútua colaboração. Um Deus criador diante de sua criatura co-criadora mostrando-se uma abertura para a compreensão da concepção antropológico-teológica pela encarnação Jesus Cristo.⁴¹

Concluindo-se, pode-se afirmar que há muitas concepções da face de Deus com os mais variados matizes, não estando longe dessas tipologias os nossos jovens entrevistados e faltando uma concepção mais profunda da face de Deus, fruto de uma mística de maior intimidade e contemplação dessa face fascinante e tremenda, no dizer de Rudolf Otto, tendo isso causado um grande vazio existencial em jovens de todos os tempos e raças, mormente nessa idade das crises de sentido e de valores superiores e positivos.

³⁹ Cfr. Tonelli e Midali (a cura di), in *Dizionario di Pastorale Giovanile*, 246.

⁴⁰ Ibid., 245.

⁴¹ Ibid., 246-247.

A seguir, vejamos, sinteticamente, como Freud tenta explicar, diferentemente de Jung, como as pessoas formam suas concepções de Deus.

Análise freudiana da concepção de Deus

Com razão Freud critica essas imagens e representações de Deus quando afirma que as pessoas ainda estão muito pouco conscientes quanto ao modo como essas concepções e imagens de Deus foram formadas. Segundo Freud:

- Essas imagens e representações tradicionais de Deus que os nossos jovens têm são pré-fabricadas a partir da imagem de um *pai* castigador ou bonzinho, em lugar de surgir de uma visão própria e original e de uma decisão livre.
- Muitas vezes, as experiências da primeira infância com os adultos, que aparecem como “deuses”, são positiva ou negativamente *transferidas para Deus* (antropomorfismo), de modo que, por trás da imagem e representação de Deus que as crianças e os jovens têm, está a imagem do próprio pai apesar de já ter sido reprimida ou esquecida, ocorrendo o mesmo com a imagem da mãe na Mãe de Deus ou na Mãe-Igreja).
- O Deus pai castigador é conscientemente usado como instrumento pedagógico para disciplinar os filhos, com efeitos negativos a curto e longo prazo sobre a religiosidade dos adolescentes e jovens.
- Religião e sexualidade (esta freqüentemente reprimida pela religião) se encontram desde o início de tal sorte misturadas que os conflitos religiosos parecem não ser outra coisa senão fixações em experiências do cenário familiar.⁴²

Os nossos jovens entrevistados representam Deus, sem dúvida, de um modo tradicional, e com certeza, muitas das afirmações de Freud, resumidas por Hans Küng, são verdadeiras em suas existências, tendo sido transmitidas essas representações principalmente pela família, Igrejas e muito pouco pelas escolas.

Numa pesquisa realizada com jovens por Mario Pollo⁴³, na Itália, sobre as representações juvenis de Deus, aparecem sete categorias de representação de Deus, a saber:

⁴² Freud *apud* Küng, *Freud e a questão da religião*, 81.

⁴³ Pollo, *Il volto giovanile della ricerca di Dio*, 15-17.

1. Entidade abstrata e impessoal que se manifesta em a natureza ou na luz.
2. Amigo compreensivo que escuta e oferece conforto.
3. Pai que protege e ama o homem a ponto de sacrificar Seu próprio filho para nossa salvação.
4. Pessoa boa, caridosa e que ajuda o homem.
5. É alguém que se manifesta na beleza da natureza e da arte.
6. Deus que é amor.
7. Deus concebido como homem (imagem antropomórfica).

Como se pode perceber no acima colocado, as representações de Deus não são mais produzidas só pelas Igrejas, mas por outras fontes, especialmente a mídia com seu grande poder de transformar os esquemas mentais do homem.

Vejamos agora uma rápida análise bíblico-espiritual da concepção de Deus por parte dos jovens que vivem nesse mundo pós-moderno, tendente ao sincretismo, holismo e panteísmo.

Análise bíblico-espiritual das concepções de Deus

Uma bem resumida análise bíblico-espiritual sobre as concepções juvenis de Deus podem ser sintetizadas nos seguintes pontos:

- Aparece na pesquisa a concepção de um Deus castigador, que se insere com evidência numa concepção bíblica vétero-testamentária onde a relação de alteridade entre o divino e o humano mostra-se na disparidade de correspondência entre fidelidade da aliança e infidelidade dos eleitos dando margem para a purificação via provação e castigo. Nasce daqui a noção bíblica do pecado original como fenômeno universal que se caracteriza por uma transgressão da aliança, numa solidariedade de todos no pecado que afeta não só Israel, mas toda a humanidade (Cf. Gn 12,3). Aliás, esta questão da universalidade e origem do mal se mostra bem desenvolvida nos textos neotestamentários quando afirma o princípio de responsabilidade individual no pecado (cf. Mt 16, 27; Rm 2,6) e reconhece a responsabilidade coletiva na solidariedade no mal (cf. Mt 12,1-12); em Romanos 7, Paulo insiste na relação pecada-morte como forças que dominam a situação existencial do homem que ainda não recebeu a justificação em Cristo. em Rm 5,12-21,

reconhece-se com propriedade a fundamentação neotestamentária do pecado original quando Paulo quer especificar o modo como o pecado e a morte são transmitidos; mostrando assim a relação entre o pecado originante e o pecado originado. Por isso, como por um só homem entrou o pecado no mundo e pelo pecado a morte, assim a morte passou a todos os homens, porque todos pecaram (Rm 5,12). A força do mal se manifestou porque todos pecaram.⁴⁴

– Embora os nossos jovens não conheçam, em sua grande maioria, essa elaboração teológica, foi-lhes passado, no entanto, pelas Igrejas cristãs, especialmente a Católica, a dicotomia pecado-graça. A puritanização lançou raízes profundas em nossa cultura.

– No entanto, para alguns jovens, Deus é visto e acolhido na sua alteridade como o eternamente mistério que produz temor a exemplo do encontro com Moisés com a sarça ardente.⁴⁵

– Deus é visto também como sendo bom para o bom e ruim para o ruim numa concepção taliônica, aparecendo também uma fragmentação da concepção de um Deus eternamente misericordioso próprio do Novo Testamento. A nomeação de Deus se dá na Escritura e na Tradição, e esta palavra se torna pregação da palavra viva e práxis conseqüente. Deus é dito em muitas formas de linguagem. A partir das várias concepções que se tem de Deus nas diversas concepções, falar de Deus é falar de sua atuação na história e na profecia que fala em seu nome.⁴⁶

– Perpassa todas as concepções juvenis de Deus, na Pesquisa de campo, o contato relacional com Deus como fonte de fé e felicidade das pessoas acentuando com propriedade a face da compaixão divina que se mostra eficaz na pessoa de Jesus Cristo. Na pessoa de Jesus Cristo encontramos um homem que, ao mesmo tempo, se sabe e se revela como Filho de Deus. Cristo é todo Deus e, contudo, chama Deus de Pai. É alguém diverso do Pai. Por outro lado, ele mesmo é a concreta proximidade de Deus que nos vem ao encontro: mediação de Deus para nós. Ele é Deus feito homem e o Deus conosco; isto significa que Deus vem ao nosso encontro como Filho e como irmão. Esta experiência relacional com Deus é inédita e segue finalmente o aconte-

⁴⁴ Ladaria, *Antropologia teológica*, 161.

⁴⁵ Libânio, *Teologia da revelação a partir da modernidade*, 319.

⁴⁶ Ibid., 325 -326.

cimento do Espírito Santo, da presença de Deus em nós. E fica claro que este Espírito não é idêntico nem ao Pai, nem ao Filho, nem representa um terceiro entre nós e Deus, mas é a maneira como o mesmo Deus se nos doa. Em Cristo podemos falar de Deus assim como ele se revelou. Isto é possível em Jesus Cristo, pela força e luz do Espírito Santo. Este falar de Deus segundo Deus como pretensão relacional na vivência de fé das pessoas, aparece aqui como o especificamente teológico-cristológico que se mostra no nível antropológico e eclesial quando é acentuado da bondade divina na dimensão humana de Jesus tal como evoca a vivência relacional com Deus no dizer dos jovens.

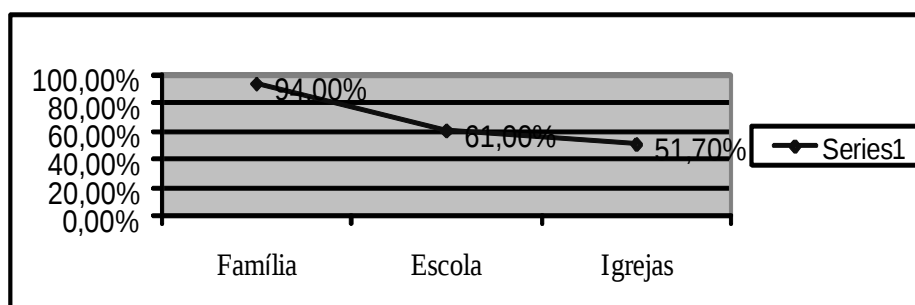
– Por tanto, resumidamente, as concepções juvenis de Deus revelam as seguintes matizes de sua face fundamentalmente encarnada na história humana, plasmada e mesclada por uma apreensão onde o divino e o humano se entram em tensão na realidade vulnerável humana que requer a necessidade de justificação pela fé e graça entre castigo e bondade, típicos da práxis religiosa da teologia da justificação.

– Essas concepções entre um Deus criador⁴⁷, fonte de felicidade, bondade, mistério e castigo, podem abrir-se à interpretação de uma visão antropológica juvenil mesclada de simbologia mítica e situada numa compreensão teológica superficial, mas referendada pela teologia tradicional tridentina, onde o dualismo entre mal e bem é apreendido como uma visão doutrinal dogmática agostiniana também presente no símbolo dos apóstolos (Credo).

Concluindo e comparando a *transmissão* dos valores juvenis familiares, escolares e religiosos, a Família é a mais forte (94,0%), vindo depois a Escola (61,0%) e por fim Igreja (51,7%). O gráfico a seguir torna mais claro a gama de informações acima colocadas.

⁴⁷ Torres Queiruga, *Recuperar a Criação. Por uma religião humanizadora*.

GRÁFICO IV. INSTITUIÇÕES E PODER DE TRANSMISSÃO
DE VALORES TAMBÉM RELIGIOSOS



Fonte: Pesquisa na UNICAP (2004-2007)

Portanto a família é mais forte que a Escola e a Igreja na transmissão dos valores (religiosos) aos jovens que têm suas próprias representações de Deus e do Seu agir no mundo como já se viu um pouco acima.

Considerando esta visão das simultâneas concepções de Deus que consta nessa pesquisa, chega-se à conclusão que a juventude atual experimenta em suas experiências religiosas sobre o imaginário simbólico da imagem de Deus, manifestações de negação das distinções clássicas sobre concepção de Deus, que no fenômeno religioso, se mostram em Deus e o homem, Deus e a natureza, entre homem, natureza e religião, que, ao final, seriam idênticas.

Essas visões de Deus, na ótica dos jovens pesquisados, traduzem, fundamentalmente, uma raiz desse sincretismo plurirreligioso pós-moderno, mostrando com isso, uma crença na experiência religiosa de uma realidade comum a todas as realidades que, com frequência, é chamada pelos jovens de energia espiritual. Portanto, levando-os a uma sintonia mais para a tendência da visão panteísta da concepção naturalista e animista da imagem de Deus. Essa crença pertence a atual moda nos confrontos do mundo dos anjos que seria um mundo paralelo invisível e real. O Deus pessoal do cristianismo transfere-se em direção a um Deus impessoal ou até mesmo, das forças e das energias impessoais.

Nesse contexto, desaparece também cada forma de alteridade, não existe mais o diálogo entre Eu e Tu, mas somente a busca interior do próprio "si", único lugar no qual se manifesta a verdade e mesmo Deus. Nessa concepção religiosa da imagem de Deus, a espiritualidade refere-se exclu-

sivamente à interioridade da pessoa, embora se refira ao superamento do Eu ou, ao contrário, refira-se ao seu aprofundamento. Aqui, todas as religiões se apresentam idênticas, com as suas próprias tradições místicas, garantindo essa via da interioridade.

A consequência dessa atitude atual é a relativização das formas históricas com as quais manifestam a concepção de Deus nas religiões em favor dos seus aspectos esotéricos e místicos. Basta pensar a tentativa de reavaliação, por exemplo, do Evangelho apócrifo de Tomé com respeito aos Evangelhos canônicos.

Concluindo: a crise da experiência religiosa juvenil hoje, se apresenta como alerta para uma nova postura da Igreja. Não há como continuar o debate e esclarecimento das questões fundamentalistas da concepção de Deus na Escritura Sagrada. É inevitável também que se continue com os ensinamentos de valores morais e religiosos de uma tradição refletida e articulada com a vida moderna da juventude atual. Necessário se faz, hoje, ajudar os jovens no esclarecimento e no apoio para que eles possam vivenciar a capacidade de experiência plural e distinta da concepção de Deus porque a experiência de Deus tem como lugar afetivo o humano também juvenil.

CONCLUSÃO

O poder da mídia em mudar os valores religiosos e as concepções e representações de Deus por parte dos jovens da Católica - que vivem também numa cultura da subjetividade e num mundo secularizado - não poderiam ser outras senão aquelas que lhes foram transmitidas por suas famílias, Igrejas e escolas, embora eivadas também de visões panteístas, panenteístas e sincréticas bem típicas das raças miscigenadas desse país.

A concepção da face de Deus apresenta-se, pois, com variados matizes desde a de criador até a de punidor, passando pela concepção de energia, luz, bondade, não concebível, ilusão e mentira.

As representações de Deus são de cunho também antropomórfico (Criador, Amor, Ser Supremo, Pai, Ser iluminado, Inteligência, Deus é o sem igual, Generosidade, Doador de liberdade e forças para lutar, Poder e Justiça, Clemência e Fé), mas também concebido como: Caminho, Natureza, Tudo, As coisas, Energia dentro de nós, etc., demonstrando talvez a fraqueza da

catequese (se a tiveram!) e a falta de um conhecimento profundo de Deus a partir da Bíblia Sagrada e das Tradições cristãs.

Um não conhecimento mais profundo da identidade de Deus, ao menos teologicamente concebido, só pode levar esses jovens a um relacionamento não realizador com esse Pai, muitas vezes, projeção do pai da terra nem sempre uma figura tão positiva como afirmou Freud (Feuerbach).

A Pesquisa de campo nos revela, pois, uma riqueza de dados sobre os quais devemos nos debruçar para preparar um futuro melhor para a humanidade a partir da juventude, futuro de um país, pela vivência da solidariedade e de valores duradouros.

De um lado, no entanto, vemo-nos obrigados a reconhecer que a riqueza fornecida pelos dados desta pesquisa permanece ainda não explorada totalmente.

De outro lado, podemos dizer que, numa cultura na qual se têm assistido a predominância de valores inadequados à promoção de saúde, bem-estar e realização humanos, o fomento de valores mais adequados a esses desideratos –tais como fraternidade, priorização do duradouro ao invés do efêmero, amor e a não-violência, entre outros– faz-se urgentemente premente.

E a mídia, enquanto poderoso instrumento –embora sem a “onipotência” que às vezes se lhe atribui– no processo de formação, transformação, transmissão e manutenção de valores - pode e deve, a nosso ver, ser compreendida como portadora de valiosas possibilidades iluminadoras do espírito humano hoje e no futuro.

Em suma, como se pode observar, os jovens, nesta fase formal, têm uma percepção crítica da realidade e do fenômeno estudado: o poder da Família e das Igrejas *versus* Mídia.

As percepções, vivências e representações nas mentes (fenomenologia) dos jovens parecem ser muito verdadeiras, em nível cognitivo, especialmente como estudantes da classe econômica média e alta da sociedade recifense.

Os jovens, diante de um mundo pluralista, também no campo religioso, e da inversão de valores (hedonismo, domínio do efêmero, individualismo, etc.) ainda conservam bastante fidelidade aos valores religiosos transmitidos

pelas famílias e Igrejas e uma boa adesão, no modo típico juvenil, à sua Igreja, cujos valores foram muito pouco mudados entre os sujeitos dessa amostra universitária.

Na formação de sua personalidade, na fase das abstrações, um grande poder de “descentração”, no que diz respeito ao fenômeno religioso, tem acontecido com os jovens entrevistados não se deixando levar tanto pelas ondas midiáticas nem sempre favoráveis à dimensão religiosa dos jovens e do homem atual.

Esses resultados concretizam os Objetivos Gerais e Específicos que visavam *identificar* e *elencar* os valores religiosos, mudados ou não pela mídia, bem como o *poder de mudança* desses valores pela mídia e o *como* dessa *mudança* ou *conservação* dos valores.

A expectativa inicial era a de que a mídia mudasse muito mais esses valores.

Sinteticamente, a Família é a grande Instituição da sociedade a transmitir (1º lugar) e conservar (2º lugar) os valores transmitidos, tendo os seus valores familiares mudados mais no campo da sexualidade e religiosidade.

A Escola, apesar de ser a segunda Instituição da sociedade a transmitir valores educacionais e culturais, é a que teve seus valores mais mudados negativamente pela mídia, sendo positiva a dimensão cultural que a mídia veicula.

A Igreja é a terceira Instituição da sociedade a transmitir valores e é a que menos teve seus valores religiosos mudados, sendo seguida pela Família e pela Escola.

A Igreja e a Família aparecem como as grandes Instituições que sustentam, em nível axiológico, a nossa sociedade recifense, nordestina e brasileira.

De um modo geral, o *poder da mídia* é visto como mais *destruidor* que *construtor* dos valores da Família, das Igrejas e da Escola.

É gratificante saber que, *fenomenológica e espiritualmente*, às mentes dos jovens entrevistados, a Família, as Igrejas e a Escola ainda são muito importantes na transmissão e conservação dos valores que norteiam os nossos jovens da UNICAP e certamente do Brasil de hoje.

Do ponto de vista *psicológico-cognitivo*, os jovens da amostra têm um alto poder de crítica (*décentration*), evidenciando a vivência, mais plena possível, da fase formal piagetiana, em excelente nível de maturação biopsíquica.

Possa esta pesquisa incentivar as Igrejas a elaborarem estratégias mais realistas no trato com seus clientes jovens, contribuindo para a construção de uma nova sociedade psicossocial e eticamente mais realizadora e libertadora!

REFERÊNCIAS

- Abramo, Helena Wendel, e Branco, Pedro Paulo Martoni. *Retratos da juventude brasileira: Análises de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Instituto Cidadania, Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.
- Araújo, R., e Vattimo, G. "Crise da modernidade: o significado da religião e da ré." *Revista de Ética: Phrónesis*, Campinas: PUC Campinas 5 (2003): 58-70.
- Bíblia Sagrada. Português. São Paulo: Paulinas, 1997. 1695pp.
- Bauman, Z. *O mal-estar da pós-modernidade* (1a. ed.). Rio de Janeiro: Zahar, 1998. 272 pp.
- Capra, F. *O ponto de mutação* (1a. ed.). São Paulo: Cultrix, 1982. 447pp.
- CERIS (CNBB). *Desafios do catolicismo na cidade: pesquisas em regiões metropolitanas brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2002. 290pp.
- Chodron, T. *O que é budismo*. Rio de Janeiro: Nova Era, 2004. 225pp.
- De Kerckhove, D. *Braiframes, mente, technologie e mercato*. Bologna: Baker-ville, 1993.
- Guareschi, Pedrinho A. *Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- IBGE. *Síntese de indicadores sociais*. Rio de Janeiro: IBGE, 2001. 365pp.
- Inhelder, B., e Piaget, J. *Da lógica da criança à lógica do adolescente*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1976. 260pp.
- Josaphat, Carlos. *Ética e mídia: Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006. 294pp.

- Jung, C. G. *O eu e o inconsciente* (17a. ed.). Petrópolis: Vozes, 2003. 166pp.
- Küng, Hans. *Freud e questão da religião*. Campinas: Verus Editora, 2005. 149pp.
- Ladaria, Luis. *Antropologia teológica*. Roma: Università Gregoriana, 1986. 161pp.
- Leloup, J. Y. *O Evangelho de Tomé* (7a. ed.). Petrópolis: Vozes, 2002. 222pp.
- Libânio, J. B. *Igreja contemporânea: Encontro com a modernidade* (1a. ed.). São Paulo: Loyola, 2000. 194 p.
- _____. *Jovens em tempo de pós-modernidade: considerações socioculturais e pastorais*. São Paulo: Loyola, 2004. 242p.
- _____. *Teologia da revelação a partir da modernidade*. São Paulo: Loyola, 1992. 319 pp.
- Maristela. "Os mecanismos psicossociais e religiosos da mudança de religião entre os adolescentes e jovens católicos do Liceu de Artes e Ofícios/Unicap." Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião, UNICAP, 2007.
- Martino, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico: Um ensaio sobre comunicação e campo religioso*. São Paulo: Paulus, 2003 (comunicação).
- Miranda, M. F. *Um homem perplexo: o cristão na atual sociedade*. São Paulo: Loyola, 1989. 70 pp.
- Pollo, M. *Il volto giovanile della ricerca di Dio*. Casale Monferrato: Edizioni Piemme Spa, 2003. 415pp.
- Presvelou, C., e Rauget, A. *Chaînes de télévision et usagers familiaux*. Louvain-la-Neuve/Paris: Recherches Sociologiques, 1995. 143pp.
- Roman, Joël. "Autonomie et Vulnérabilité de l'individu moderne." In *La société en quête de Valeurs pour sortir de l'alternative entre scepticisme et dogmatisme*, por Laurent du Mesnil. Paris: Máxima, 1996. 235pp.
- Scheuwly, B. e Bronckart, J.-P., orgs. *Vygotsky aujourd'hui*. Paris/Neuchâtel: Delachaux et Niestlé, 1985.
- Thompson, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia* (6a. ed.). Petrópolis: Vozes, 2004.
- Tonelli, R., e Midali, M. (a cura di). In *Dizionario di Pastorale Giovanile*. Leumann (Torino): Editrice Elle di Ci, 1992. p. 246.

Torres Queiruga, Andrés. *Recuperar a criação. Por uma religião humanizadora* (1a. ed.). São Paulo: Paulus, 1999. 345pp.

Trasferetti, José, org. *Filosofia, ética e mídia*. Campinas: Editora Alínea, 2001. 255pp.

Velloso, M. P. "Razão e sensibilidade: o tema da amizade na escrita modernista." *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, Número 6 (2006), *mis en ligne le 16 mars 2006, référence du 3 décembre 2006. Disponible sur:* <http://nuevomundo.revues.org/document1919.html> (acesso em 20 jan. 2007).

Yarce, Jorge. *Televisión y familia*. Madrid: Ediciones Palabra S.A., 1993. 244pp.