

“SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO”, “GERAÇÃO Y” E A PREGAÇÃO BÍBLICA: NOVAS COMPETÊNCIAS

Alessandro Ezequiel*

Resumo

O presente artigo tem como principal temática identificar as principais características inerentes à sociedade do século XXI, conhecida também como “Sociedade da Informação”, o comportamento observado na “Geração Y”, presente nesta sociedade, e a receptividade à pregação bíblica por esta geração específica. A metodologia adotada é a exploração bibliográfica, que remonte a um arcabouço teórico necessário a esta reflexão. O artigo conclui que novas competências, a partir de observações e análises comportamentais da sociedade em questão, são de grande relevância ao docente a fim de inferir a diferença em meio a cenários desafiadores.

Palavras-chave: Sociedade da Informação, Geração Y, Novas Competências, Pregação Bíblica.

Abstract

This article has as its main theme identify the main features inherent in the society of the twenty-first century, also known as "Information Society", the behavior observed in the "Generation Y", present in this society, and responsiveness to biblical preaching this particular generation. The methodology adopted is to explore literature, going back to a theoretical framework appropriate to this discussion. The paper concludes that new skills from behavioral observations and analysis the society in question, are of great importance to teachers in order to infer the difference in the midst of challenging scenarios.

Keywords: Information Society, Generation Y, New Skills, Biblical Preaching.

Introdução

A proposta deste artigo tem por objetivo, conduzir o leitor à reflexão sobre a identidade da “Geração Y” e suas principais características comportamentais, dentro do cenário “Sociedade da Informação” e a receptividade da pregação bíblica dos jovens desta geração. Nossa meta é a de proporcionar ao leitor uma visão sistêmica sobre os pontos pesquisados com o intuito de apontar caminhos na busca por novas

* Alessandro Ezequiel, graduado em Administração de empresas, especialização lato sensu em Marketing e vendas e aluno de Teologia pela Universidade Metodista, São Bernardo do Campo, SP – e-mail: aezequiel@terra.com.br

competências acadêmicas, como uma das muitas respostas aos conflitos verificados entre emissor e receptor e o meio mais adequado para a transmissão da mensagem com o fim único de produção de conhecimento. Comportamento, educação e experiências surgem como fatores fundamentais para reflexão e posteriores mudanças que convirjam em soluções práticas por intermédio de pastores e/ou professores acadêmicos. Segundo o sociólogo Manuel Castells, “cada vez mais as pessoas organizam seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que elas são ou acreditam que são.”¹

Sociedade da Informação

Segundo Marshall McLuhan, “os pressupostos tácitos e até mesmo subliminares de qualquer padrão de associação humana são ditados pelos meios disponíveis de experiência codificadora e pela informação instigadora.”²

Em nossa investigação pelo “padrão de associação humana”, que hoje conhecemos como “sociedade da informação”, remeteu-nos a uma busca apurada por uma definição que melhor se enquadrasse no contexto a que nos propusemos refletir, para tanto deparamo-nos com Castells, que faz uma importante observação, uma vez que aponta para a necessidade de diferenciar “Sociedade da informação” e “Sociedade informacional”:

O termo “sociedade da informação” enfatiza o papel da informação na sociedade. Mas afirmo que informação, em seu sentido mais amplo, por exemplo, como comunicação de conhecimentos [...]. Ao contrário, o termo informacional indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processo e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico.³

McLuhan, em meio a uma palestra pública, na Universidade do Sul da Flórida, em 1974,

explica o que ele entende por seu famoso aforismo “o meio é a mensagem”: Significa um ambiente de serviços criado por uma inovação, e o ambiente

¹ CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, volume 1. 6ª. Edição, São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 41.

² MCLUHAN, Marshall. *McLuhan por McLuhan: conferencias e entrevistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005, p. 39, 40.

³ CASTELLS, 1999, p. 64, 65.

de serviços é o que muda as pessoas. É o ambiente que muda as pessoas, e não a tecnologia.⁴

Portanto, partindo do pressuposto que informação, conhecimento e avanços tecnológicos são indissociáveis, somando-se as colaborações de Castells e McLuhan, somos instigados a alguns questionamentos, que deverão ser respondidos em momento oportuno, porém, é de vital relevância que levantemos esses pontos, até mesmo como forma de argumentação. Seguindo a linha de pensamento de McLuhan que afirma ser “o ambiente que muda as pessoas, e não a tecnologia”, as definições de Castells sobre “sociedade da informação” e “sociedade informacional” e o período histórico que estamos inseridos, com incontestáveis avanços tecnológicos – “uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado”⁵ – remete-nos a indagações, tais como: o modelo de sociedade que vivenciamos hoje, enfatiza o papel da informação, como comunicação de conhecimento, ou o processo e transmissão da informação, devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico?

Castells afirma que, “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”⁶, apontando ainda para as contribuições do que ele define por “desenvolvimento de informacional, constituído pelo surgimento de um novo paradigma tecnológico baseado na tecnologia da informação”.⁷ O que nos induz a conclusão de que vivemos em uma “sociedade da informação”, porém com a predominância de fortes atributos, específicos de uma “sociedade informacional”.

Geração Y

Definir e apontar características comportamentais pertinentes à “Geração Y”, foco de nosso estudo, faz-se necessário uma análise histórico-bibliográfica sobre as gerações anteriores, a fim de lançarmos luzes ao tema central proposto por esta reflexão.

⁴ MCLUHAN, 2005, p. 267.

⁵ CASTELLS, 1999, p. 39.

⁶ CASTELLS, 1999, p. 46.

⁷ CASTELLS, 1999, p. 54.

De acordo com Sidnei Oliveira, a busca por reflexões sobre as gerações, inevitavelmente passa pelo pressuposto do “conceito de geração reconhecido e aceito pela sociedade moderna que estabelece o período de vinte anos como marco de separação entre as gerações.”⁸

Estabelecido um marco como ponto de partida, nosso referencial histórico-bibliográfico estabelecerá como foco de nossa pesquisa as quatro últimas principais gerações do século XX (Belle Époque, Baby Boomers, Geração X e Geração Y), que incidirão diretamente no processo de formação desta última.

A busca por respostas a questionamentos, tais como, quem são e quais as principais características comportamentais que dão forma à identidade “Geração Y”, segundo Oliveira, faz-se necessário considerar as “características que formaram as gerações anteriores”⁹, porém, não nos aprofundaremos neste ponto pormenorizadamente, pois entendemos que tal perscrutação, daria vazão a um novo e exaustivo estudo que conseqüentemente nos conduziria a novos caminhos incidindo diretamente na perda do foco a que nos propusemos no início.

A primeira geração *Belle Époque* (1920-1940), tem em seu cenário as influências causadas pelas I e II Guerras Mundiais, onde as principais características comportamentais observadas entre os jovens desta geração estão valores como “compaixão e solidariedade”¹⁰. Oliveira afirma ainda que, “o empenho dessa geração em restaurar o mundo perfeito”, faz aflorar entre os jovens o “resgate dos valores familiares, dos bons costumes”, onde os conceitos de “fidelidade ao trabalho e fidelidade matrimonial” tornam-se dogmas sociais.¹¹

Os “Anos Dourados”, influenciados diretamente pela geração anterior, apresentam comportamentos tais como, “disciplina, honra, respeito e organização”¹², fundamentando as bases da geração “Baby Boomers” (1940-1960). O período histórico destaca o final da II Guerra Mundial e o nascimento do *rock and roll* (Beatles, Rolling Stones etc). Uma sociedade predominantemente marcada pela

⁸ OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes*. 2ª. edição. São Paulo: Integrare, 2010, p. 40.

⁹ OLIVEIRA, 2010, p. 46.

¹⁰ OLIVEIRA, 2010, p. 48.

¹¹ OLIVEIRA, 2010, p. 49.

¹² OLIVEIRA, 2010, p. 49.

observação de regras e princípios estimula o surgimento de uma geração de jovens rebeldes e contestadores.¹³

A transição dos “Anos Dourados” para os “Anos Rebeldes”, foi o período marcado pela “Geração X” (1960-1980). “Sentimento como ceticismo e vulnerabilidade das autoridades”¹⁴, suscitam um levante de

revoluções políticas extremamente agressivas, com perseguições a líderes políticos, jornalistas, professores, religiosos e qualquer pessoa que decidisse criticar as decisões impostas pelos governos.¹⁵

Em contrapartida, verificam-se nesta geração grandes inovações tecnológicas, como o surgimento da TV, que afeta diretamente o comportamento familiar e passa a exercer um papel fundamental como “auxiliar” na educação dos filhos¹⁶. A música, segundo Oliveira, passa a exercer forte influência entre os jovens, na comunicação e na identificação entre seus pares, conseqüentemente produtos como o *Walkman* e o *iPod*, impulsionados pelas influências musicais, viabilizaram-se comercialmente.¹⁷

Videogames mais sofisticados, facilidade de acesso aos computadores, – com a popularização dos computadores pessoais (*personal computer, notebook, netbook, tablet, iPad, smartphones*) – somado ao avanço da tecnologia e disponibilidade ao acesso à informação, possibilitaram o cenário ideal para os jovens da “Geração Y” (1980-1999). Os nascidos nesta geração chegam à vida adulta com características comportamentais peculiares. A quebra de paradigmas é evidente na transição comportamental das gerações, defendida por Oliveira como “as fases do processo de mudança”¹⁸, advindos da ruptura de rotinas e do estado de conforto, passando inevitavelmente por etapas do comportamento (“negação, resistência, exploração, aceitação, envolvimento e comprometimento”) até a mudança de fato.

Nicole Lipkin e April Perrymore compartilham da mesma linha de pensamento apresentada por Oliveira, e acrescentam:

¹³ OLIVEIRA, 2010, p. 51.

¹⁴ OLIVEIRA, 2010, p. 52.

¹⁵ OLIVEIRA, 2010, p. 53.

¹⁶ OLIVEIRA, 2010, p. 53.

¹⁷ OLIVEIRA, 2010, p. 55.

¹⁸ OLIVEIRA, 2010, p. 34.

Toda geração tem um que de ceticismo geracional, ou o que chamamos de “geracentrismo”: a crença de que sua geração é única, mais original, avançada e competente do que todas as gerações anteriores. Toda geração se queixa das imperfeições da geração anterior e da geração posterior à sua. No entanto, toda geração influencia a geração seguinte, que por sua vez, influencia a geração seguinte e assim por diante.¹⁹

Analisando as gerações anteriores, verificamos um constante “re- aproveitamento”, uma “re-ciclagem” comportamental – com a atribuição de novos valores, intrinsecamente ligados aos valores antigos – mas, com um novo viés, propondo novas soluções para sentimentos conflitantes, que podem ser observados na transição do final de uma geração e o início de uma nova. Portanto, as colaborações das gerações anteriores para a formação de uma nova geração, concluímos ser de fundamental importância para o entendimento da geração atual.

Enquanto Oliveira qualifica a “Geração Y” como a “mais complexa, desconfortante, assustadora e independente”²⁰, Lipkin e Perrymore, seguem na contramão e apontam para características, como: “multitalentosa, superestimada, socialmente consciente, exigente e criativa”.²¹

Apesar do ponto de vista apresentado pelas psicólogas, direcionar para uma conotação com tendências “otimistas”, Lipkin e Perrymore chamam a atenção para a predominância de um comportamento baseado em uma autoestima alta, entre os jovens da “Geração Y”, onde as consequências verificadas advindas de uma formação, que tenha em sua base educacional o desenvolvimento desmedido da autoestima ou “movimento de autoinflação”²² – “sem os benefícios da experiência de vida e de uma base de vitórias, humildade e capacidade de aprender com os erros realmente conquistada”²³ – são observadas no comportamento que esses jovens tem apresentado em sua vida social e profissional:

Dificuldade de aceitar o fracasso; dificuldade de lidar e aprender com os erros, dificuldade de aceitar feedback e críticas construtivas; dificuldade de estabelecer um sistema realista de medidas para auto-avaliação do desempenho e das expectativas; dificuldade de assumir a responsabilidade dos erros cometidos; dificuldade de ver outros pontos de vista; falta de autoconhecimento; dificuldade de conhecer suas limitações; dificuldade de

¹⁹ LIPKIN, N., PERRYMORE, A. *A geração y no trabalho: como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura da sua empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 3.

²⁰ OLIVEIRA, 2010, p. 46.

²¹ LIPKIN, 2010, p. 2.

²² LIPKIN, 2010, p. 13.

²³ LIPKIN, 2010, p. 12.

assumir a responsabilidade por seus atos e suas decisões; incapacidade de focar o presente.²⁴

Oliveira afirma ser na resistência onde se encontra o fio condutor da mudança, pois segundo ele, dela resulta “nosso mais primitivo instinto guerreiro e combativo”²⁵, que não demonstra fraqueza, insegurança, ausência de personalidade e opinião. Destaca ainda ser durante esse período “que apresentamos nossos argumentos, nossos pontos de vista, nossas percepções e, eventualmente, nossas inseguranças e medos”²⁶, que convergirão para a máxima: “Mudanças acontecem o tempo todo”²⁷. Admitir tal verdade é, portanto, ponto fundamental para compreender e posicionar-se diante dos novos cenários. A esta afirmação, as psicólogas comportamentais concluem: “quando entendemos o comportamento dos outros, passamos a apreciá-los e a nos identificar com eles”.²⁸

Novas Competências

Para o filósofo, ativista social e educador John Dewey – considerado um dos mais influentes nomes na educação no início do século XX – não existe educação sem experiência e a contribuição da pedagogia deweyana passa pela definição de educação “como o processo de reconstrução e reorganização da experiência, pelo qual lhe percebemos mais agudamente o sentido, e com isso nos habilitamos a melhor dirigir o curso de nossas experiências futuras.”²⁹ Segundo o educador “a vida social se perpetua por intermédio da educação. O que a nutrição e a reprodução são para a vida fisiológica, a educação é para a vida social.”³⁰

É exatamente a aplicabilidade dos conceitos da pedagogia deweyana (educação e experiência), que constatamos nas “soluções de coaching” – “estratégias e soluções específicas para aproveitar os pontos fortes dessa geração e minimizar os pontos fracos, dentro da área discutida”³¹ – apresentadas por Lipkin e Perrymore. De acordo com as psicólogas comportamentais, tão logo seja constatada uma “autoestima inflada” entre os jovens da “Geração Y”, elas propõem uma série

²⁴ LIPKIN, 2010, p. 17,18.

²⁵ OLIVEIRA, 2010, p. 28.

²⁶ OLIVEIRA, 2010, p. 28.

²⁷ OLIVEIRA, 2010, p. 29.

²⁸ LIPKIN, 2010, p. 6.

²⁹ DEWEY, John. *Vida e educação*. 5ª. edição. São Paulo: Melhoramentos, 1965, p. 17.

³⁰ DEWEY, 1965, p. 19.

³¹ LIPKIN, 2010, p. 7.

de estratégias que objetivem a reversão do quadro diagnosticado: permitir-se o direito de conhecer os jovens da Geração Y, com o objetivo de desenvolver sua capacidade de escuta; sempre oferecer feedback com foco na capacidade de aceitar críticas construtivas; ajudá-los a entender o impacto causado por suas ações e pela predominância de tal comportamento; desenvolver o pensamento crítico e analítico, na busca pelo autocontrole e a melhoria da capacidade de tomar decisões; estimular a reflexão da importância do “todo”, do pensar o “nós”, minimizando a predominância do “eu”, com a expectativa da melhora nos relacionamentos através do envolvimento emocional; identificar seu principal talento, investir, incentivar e desenvolver suas principais habilidades³², dentre outras.

Acreditamos que as colaborações apresentadas por Dewey (início séc. XX) e Lipkin e Perrymore (início séc. XXI), não têm outro objetivo se não o de manter aberta a “porta da comunicação” entre emissor e receptor, onde materializa-se “o meio é a mensagem” de McLuhan.

Por comunicação entende-se, o “processo de compartilhar um mesmo objeto de consciência, ele exprime a relação entre consciências”³³. Partindo da definição de comunicação proposta por Luiz Martino, encontramos em Castells, a importância da comunicação entre os grupos sociais e indivíduos:

E quando a comunicação se rompe, quando já não existe comunicação nem mesmo de forma conflituosa (como seria o caso de lutas sociais ou oposição política), surge uma alienação entre os grupos sociais e indivíduos que passam a considerar o outro um estranho, finalmente uma ameaça.³⁴

Para o pastor e professor de teologia, Claudio de Oliveira Ribeiro, uma das respostas à dificuldade de relacionamento, característica comportamental identificada e presente na geração atual, está em “pensar teológica e pastoralmente a criação e o fortalecimento de vida comunitária”. Porque, conclui o professor:

Pressupõe-se que a vivência comunitária constitui privilegiado potencial de geração de utopia e que a ausência de referenciais utópicos dá lugar a

³² LIPKIN, 2010, p. 26ss.

³³ MARTINO, Luiz C. *De qual comunicação estamos falando?*. In: HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga (Org). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 11ª. edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2011, 11-25.

³⁴ CASTELLS, 1999, p. 41.

formas de individualismos exacerbados, de imediatismos políticos, de racionalismos e de absolutismos, o que enfraquece a igreja.³⁵

Vivência comunitária, apresentada por Ribeiro, como resposta a “formas de individualismos exacerbados”, nos remete a raiz etimológica da palavra comunicação, proposta por Martino, como a ideia de “romper o isolamento”³⁶. Martino sugere ainda uma profunda reflexão sobre o assunto, quando traz à tona a afirmação de que somente através da comunicação “se desenvolvem atividades como o ensino ou o confronto de ideias”.³⁷

Considerações finais

O presente artigo não tem por pretensão o esgotamento do assunto ou o de propor respostas tidas como solução para a “salvação da humanidade”, muito menos o de sugerir uma “reconstrução” da teologia e nem o de propor novas formas de ensino/aprendizagem. Antes o de estimular pastores e professores de teologia (foco de nosso estudo) a uma (nova) reflexão através de um novo viés, sobre as habilidades comportamentais pastoris que seus líderes veem demonstrando em resposta à realidade comportamental levantada e refletida no contexto desta geração. Segundo Castells, “não oferecendo as respostas – elas serão específicas de cada sociedade e descobertas pelos próprios agentes sociais – mas suscitando algumas perguntas pertinentes.”³⁸ Porém, acreditamos que o intuito aqui foi o de conduzir o leitor por *um* dos muitos caminhos que suscite a angústia, a inquietação e a motivação adormecidas na busca por soluções práticas.

Com as colaborações de sociólogos, filósofos, educadores, psicólogos, teólogos e pesquisadores de áreas afins, fomos conduzidos por meio de um arcabouço histórico-literário, com o foco em um recorte específico sobre a “sociedade da informação” e a “geração y” e seus comportamentos, perscrutando pelos caminhos da exploração, investigação e análise bibliográfica, concluímos que a receptividade à pregação bíblica do aluno está diretamente ligada à adoção de novas competências, pelo docente e/ou pastor, advindas de profundas reflexões,

³⁵ RIBEIRO, Claudio de Oliveira. *Teologia em curso: temas da fé cristã em foco*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 176.

³⁶ MARTINO, 2011, 11-25.

³⁷ MARTINO, 2011, 11-25.

³⁸ CASTELLS, 1999, p. 42.

readequação ferramental e constantes atualizações, sobre os pontos levantados e observados por este artigo: comunicação, educação e a experiência, em sua totalidade, não em fragmentos isolados.

Referências:

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, vol. 1. 6ª. edição. São Paulo: Paz e Terra. 1999.

DEWEY, John. *Vida e educação*. 5ª. edição. São Paulo: Melhoramentos, 1965.

HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga (Org). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 11ª. edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

LIPKIN, N., PERRYMORE, A. *A geração y no trabalho: como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura da sua empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MCLUHAN, Marshall. *McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes*. 2ª. edição. São Paulo: Integrare, 2010.

RIBEIRO, Claudio de Oliveira. *Teologia em curso: temas da fé cristã em foco*. São Paulo: Paulinas, 2010.