

CONHECENDO A GERAÇÃO Y EM BUSCA DE NOVOS PARÂMETROS DE EVANGELIZAÇÃO

Jonas Vanderlei Theisen¹
Henri Luiz Fuchs²

RESUMO:

A Geração Y é tema cada vez mais frequente nas famílias, escolas, comunidades religiosas, ambiente de trabalho e na comunidade em geral. Dessa forma, propomos uma reflexão sobre novos modelos de evangelização desses jovens, partindo do entendimento da formação de seus comportamentos. O tema é resultado do Trabalho de Conclusão do Curso de Teologia do Unilasalle, com aproximações para o tema da ação evangelizadora com os jovens. Não é objeto da nossa reflexão os diferentes conceitos relacionados à juventude, mas sim: conhecer os comportamentos dessa caracterização dos jovens, identificar a relação dos jovens com a Igreja, caracterizar a fé nessa fase da vida, bem como refletir sobre a própria Geração Y como instrumento de evangelização na Igreja. A Geração Y nos desafia a refletir sobre a ação evangelizadora da Igreja.

PALAVRAS-CHAVE: Geração Y. Evangelização.

Introdução

No contexto de grandes e profundas transformações sociais, refletir sobre as gerações é um desafio crescente. Se anteriormente, as gerações se mantinham mais estáveis em suas características, atualmente há uma dificuldade maior em compreender as mudanças que estão ocorrendo na vida humana. Nesse texto, nos propomos a conhecer o jovem e seu contexto social, por considerarmos este um princípio fundamental para poder discutir e buscar parâmetros para uma evangelização da juventude. Não há como pensar uma evangelização segundo métodos que, de nenhuma forma, aproximam-se daquilo que é habitual, corriqueiro e/ou faz parte do enredo da vida do jovem.

¹ Graduado em Teologia pelo Centro Universitário La Salle – UNILASALLE (2012). Professor e Assessor de Grupo de Jovens da Rede La Salle. jonas_theisen@hotmail.com

² Mestre em Teologia e em Educação. Professor nos cursos de Pedagogia e Teologia no Unilasalle, Canoas. Integrante do grupo de Pesquisa Grupo de Pesquisa em Educação Intercultural na linha de pesquisa Formação de Professores e Educação Intercultural. Contato: hlfuchs@uol.com.br

Dessa forma, temos o objetivo de compreender a formação dos comportamentos dos jovens da Geração Y e caracterizar o desenvolvimento da fé nessa faixa etária da vida para, a partir disso, refletir sobre um processo novo de evangelização, que acompanhe a juventude. Porque, como afirma o Documento da Pastoral da Juventude no Brasil: “o futuro da sociedade e da Igreja depende da capacidade de escutar o que acontece no mundo jovem e de respeitar sua própria sensibilidade”³.

Percebemos uma relação diferente da atual geração de jovens com as religiões, com a religiosidade, com o processo de evangelização. E, se a missão essencial da Igreja é evangelizar a todos os seres humanos, conforme nos exorta a carta apostólica *Evangelii Nuntiandi* (EN, n 14)⁴, é tarefa também, como segue, nos adaptar às novas maneiras de evangelização que as novas gerações sugerem:

Este problema do "como evangelizar" apresenta-se sempre atual, porque as maneiras de o fazer variam em conformidade com as diversas circunstâncias de tempo, de lugar e de cultura, e lançam, por isso mesmo, um desafio em certo modo à nossa capacidade de descobrir e de adaptar. A nós especialmente, Pastores da Igreja, incumbe o cuidado de remodelar com ousadia e com prudência e numa fidelidade total ao seu conteúdo, os processos, tornando-os o mais possível adaptados e eficazes, para comunicar a mensagem evangélica aos homens do nosso tempo⁵.

Portanto, para efetivar esse processo de adaptação ao novo cenário que se apresenta, buscamos, através de um estudo que enfatiza o desenvolvimento dos comportamentos da Geração Y, conhecer um pouco mais dessa nova geração de jovens⁶.

A Geração Y

O termo Geração Y⁷ vem sendo cada vez mais difundido. São as pessoas nascidas aproximadamente entre os anos de 1980 a 1999. É perceptível uma

³ CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil). **Pastoral da juventude no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Paulinas, 1986.

⁴ IGREJA Católica Papa Paulo VI. **Exortação apostólica Evangelii Nuntiandi**: do Papa Paulo VI ao episcopado, ao clero, aos fiéis de toda a Igreja sobre a evangelização no mundo contemporâneo. São Paulo: Paulinas, 2001, n 14.

⁵ EN, 2001, n 40.

⁶ THEISEN, Jonas Vanderlei. **Geração Y e ensino religioso**: reflexões acerca das práticas pedagógicas. 2012. 92 f. Trabalho de Conclusão (graduação em Teologia) - Centro Universitário La Salle, Canoas, 2012.

⁷ Segundo Oliveira (2010), o nome dado a essa geração é devido à forte influência que a União Soviética exercia sobre países comunistas, em que chegava a definir a primeira letra dos nomes que deveriam ser dados aos bebês. Nos anos de 1980 e 1990 a letra inicial era a Y. Mas, são

mudança na maneira desses jovens se relacionarem, aprenderem, se engajarem, se comunicarem, etc. Com eles, os termos compartilhar, conectar, curtir, comentar, entre outros, ganharam novos significados e sentidos. Nasceram em um tempo largamente diferente daquele vivenciado pelas gerações anteriores.

Vale ressaltar que a classificação feita às gerações sempre se refere aos jovens que vivem em certo período de tempo, marcado por características e transformações específicas. O conceito de geração que se aceitou convencionar é de uma geração a cada 20 anos. Período em que, na maioria das culturas, a pessoa começa a interagir de forma mais significativa na sociedade⁸.

Mas, essa tipologia se dá de forma generalizada. Por isso, também não há consenso sobre a idade de início e término de cada geração. A Geração Y, por exemplo, para Oliveira⁹ e Lipkin e Perrymore¹⁰, são os nascidos entre 1980 e 1999; para Lancaster e Stillman¹¹ são os nascidos entre 1982 e 2000; já Tapscott¹², afirma terem nascido entre 1977 e 1997.

Conforme Lancaster e Stillman¹³, algumas experiências das gerações são pessoais e outras são sentidas pela população inteira. Logo, não se pode levar as possíveis datas de início e término de alguma geração à risca, elas são uma aproximação de acordo com alguns critérios observados.

Os comportamentos específicos da Geração Y estão relacionados, em grande parte, à influência do desenvolvimento tecnológico em geral e às gerações anteriores - Veteranos (1920-1940); Baby Boomers (1945-1960); Geração X (1960-1980). Cada geração tem grande potencial para influenciar a seguinte, porque ambas estão conectadas, ligadas uma à outra, convivem juntas.

A Geração Y provém inicialmente de famílias com padrões alterados, se comparados aos que as gerações anteriores vivenciaram. Segue-se um estilo de vida mais flexível. A independência financeira e emocional das mulheres fez com

também chamados de Geração Digital, Geração do Milênio, Geração Internet, devido ao contexto social em que cresceram.

⁸ OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes**. 3. ed. São Paulo: Integrare, 2010, p. 40.

⁹ OLIVEIRA, 2010, p. 41.

¹⁰ LIPKIN, Nicole; PERRYMORE, April. **A geração Y no trabalho: como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura de sua empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

¹¹ LANCASTER, Linne C.; STILLMAN, David. **O Y da questão: como a geração Y está transformando o mercado de trabalho**. São Paulo: Saraiva, 2011.

¹² TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

¹³ LANCASTER, STILLMAN, 2011, p. 22.

que elas, assim como os homens, ficassem um período de tempo maior fora de casa, cultivando um relacionamento menos presencial com seus filhos. Para compensar essa ausência, deu-se mais atenção e teve-se mais cuidado para oferecer todos os suportes possíveis para que o filho atingisse uma qualificação pessoal e profissional mais elevada. O resultado disso é que “Cada pai e mãe passou a se empenhar com muita energia, buscando proporcionar a seu filho a melhor escola, o melhor curso de línguas, a melhor escola de natação ou futebol, e diversas outras atividades dessa natureza”¹⁴.

A TV, que antes regia e recompensava os comportamentos (da Geração X principalmente), foi substituída por videogames cada vez mais sofisticados. Na maioria, possuíam comandos em língua estrangeira. Como a predominante era o inglês, os jovens da Geração Y desenvolveram de forma natural uma intimidade muito grande com essa língua. Intimidade que é fruto também de filmes, seriados, músicas, o aumento de canais de TV.

Os jogos eletrônicos também trouxeram à tona alguns princípios que hoje vemos largamente presentes na escola, no trabalho, nas relações. Novos termos como desafios, resultados, competidores, interação, tiveram seu advento na medida em que os jogos se tornaram cada vez mais rápidos e exigentes para os competidores a cada nova fase que o jogo propunha¹⁵. A busca por ser o melhor, ultrapassar o antigo resultado e, mais tarde, interagir no jogo com outros usuários se tornou uma necessidade para esses jovens. Também, as

As promessas da recém-lançada internet levaram o jovem a sonhar com infinitas possibilidades, desde a comunicação instantânea e sem fronteiras com outras pessoas até o acesso a todo tipo de conteúdo [...]. A informação tornou-se irrestrita e ilimitada; com a nova tecnologia, o jovem teria sua fome de conhecimento recompensada. Novos valores estavam emergindo, novas verdades precisariam ser escritas¹⁶.

Olhando para todo esse cenário de formação da Geração Y, e considerando seu contexto histórico, é possível identificar nela, três grandes comportamentos: busca por reconhecimento, individualidade e conectividade. A seguir apresentaremos, sinteticamente, cada um deles.

¹⁴ OLIVEIRA, 2010, p. 43

¹⁵ OLIVEIRA, 2010, p. 45

¹⁶ OLIVEIRA, 2010, p. 46.

Reconhecimento

A necessidade de reconhecimento é um dos principais comportamentos da Geração Y. É provindo de uma série de fatores que foram sendo impostos para que fosse melhor sucedida na escola, na família e, mais tarde, no mercado de trabalho. Desde cedo ficou habituada a receber feedback¹⁷, principalmente dos pais. Pois as exigências foram mudando e os pais sentiram a necessidade de proporcionar aos filhos um ambiente que estimulasse seu desenvolvimento profissional. Uma dessas formas adotadas foi o constante estímulo, elogio, quando fossem bem em algo:

Na verdade, sempre que possível, estavam pressionando para que os jovens pudessem recuperar qualquer prejuízo; e, caso fossem bem-sucedidos, certamente seriam recompensados. Aliás, a indústria do entretenimento logo absorveu esse processo e desenvolveu *videogames* totalmente voltados para o conceito de reconhecimento por recompensas. Como resultado, temos hoje um jovem impaciente, que deseja saber constantemente a avaliação que as pessoas fazem de suas ações¹⁸.

Ou seja, ser recompensado virou meta para esses jovens. Lipkin e Perrymore¹⁹, afirmam que as crianças e os jovens não mais seriam recompensados apenas por êxitos, mas também por fracassos. As autoras descrevem um fenômeno que intitulam “autoinflação”, que seria a busca por criar os jovens e as crianças para que se sintam bem consigo mesmos e exigir que a escola faça o mesmo. Esse fenômeno se caracteriza por experiências cheias de autoestima, mesmo quando o desempenho do filho é abaixo do esperado; poucas experiências de *feedback* positivo e, ao mesmo tempo, espontâneo; crer que o filho é totalmente livre para fazer o que bem entender, sem criar com isso expectativas realistas, práticas e fundamentais; proteger de todo e qualquer fracasso, e direcionar a culpa a terceiros como professores, amigos.

Além disso, os jovens da Geração Y são motivados muito mais por recompensas e elogios externos, do que por uma motivação interna. A motivação externa consiste em fazer algo buscando apenas reconhecimento e recompensa, ou ainda por medo de algumas possíveis consequências. Já, na motivação interna, são impulsionados a fazer as coisas porque sentem entusiasmo e se realizam ao fazê-las. As recompensas externas são importantes, mas não devem tornar-se o fim

¹⁷ Receber um retorno. Uma espécie de avaliação.

¹⁸ OLIVEIRA, 2010, p. 64.

¹⁹ LIPKIN; PERRYMORE, 2010, p. 13.

último de nossa prática²⁰. Enfim, torna-se compreensível a busca incessante dos jovens da Geração Y por um retorno de suas atividades e atitudes, pois foram “treinados” para isso, desde a educação familiar, passando pela escola e pelos jogos eletrônicos.

Individualidade

É um comportamento marcante dessa geração. Cabe aqui distinguir o termo individualidade de individualismo. Conforme Ferreira²¹, enquanto o primeiro refere-se ao que constitui e é próprio do indivíduo, sua particularidade e personalidade, o segundo designa as atitudes que consideram o indivíduo como realidade mais essencial ou como o valor mais elevado, com atitudes egocêntricas.

Alguns eventos foram diretamente responsáveis para a Geração Y hoje ser caracterizada com fortes traços de individualidade. Antes as famílias eram numerosas e seus membros precisavam conviver de forma coletiva já dentro de casa. Hoje, com o pretexto dos pais de focalizar a realização pessoal e profissional dos filhos e com a diminuição do número destes, a Geração Y habituou-se a ter o próprio quarto, banheiro, telefone e computador conectado à internet²².

Segundo Giddens²³, baseado em Baumeister, na história percebemos que a individualidade, ou as características e potencialidades do indivíduo enquanto tal, não eram valorizadas. Apenas com o surgimento das sociedades modernas e, mais particularmente, com a distinção das divisões do trabalho, que o indivíduo recebeu maior foco de atenção. Giddens afirma:

A ‘individualidade’ seguramente tem sido valorizada - dentro de limites variados - em todas as culturas e assim também, em um ou outro sentido, o cultivo das potencialidades individuais. Em vez de falar em termos gerais do ‘indivíduo’, do ‘eu’ ou mesmo da ‘auto-identidade’ como distintivos da modernidade, deveríamos tentar subdividir as coisas mais detalhadamente²⁴.

Bauman²⁵ também faz menção à valorização da individualidade: “[...] Não é só a renda e a riqueza, a expectativa de vida e as condições de vida, mas – e talvez

²⁰ LIPKIN; PERRYMORE, 2010, p. 66.

²¹ FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999, p. 1102.

²² OLIVEIRA, 2010, p. 66.

²³ GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002, p. 74.

²⁴ GIDDENS, 2002, p. 74.

²⁵ BAUMAN, Zigmunt. **A sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008, p. 126.

mais seminalmente - o direito à individualidade que está sendo cada vez mais polarizado”.

Essa individualidade, porém, não significa que o jovem da Geração Y tenha dificuldade de relacionamento, por ter se desenvolvido em um ambiente em que se propicia a individualidade. O jovem Y possui uma necessidade de ser motivado, de receber elogios, de ser reconhecido. Mas é esse mesmo reconhecimento que o leva a trabalhar bem em equipe:

Interessam-se pelo que os outros pensam e dizem sobre eles e se esforçam para encontrar soluções consensuais. [...] A tendência dos jovens Y de se importar com o que os outros pensam é uma ótima base para o trabalho em conjunto e um excelente incentivo para contribuições individuais e coletivas. [...] Como os jovens da Geração Y funcionam na base do reconhecimento, eles têm facilidade de trabalhar em equipe²⁶.

Na mesma medida em que se priorizou uma ação individual e não coletiva, “[...] os jovens Y desenvolveram uma necessidade de compartilhar parte de sua vida por meio das redes sociais”²⁷. Daí o alto número de usuários em redes de relacionamentos. A prioridade por proporcionar ao filho as melhores condições para competir no mercado de trabalho, o uso intenso de redes sociais, as inúmeras tecnologias, a diminuição no número de famílias, marcam também o surgimento de um dos comportamentos da Geração Y que veremos abaixo: a conectividade.

Conectividade

Essa geração joga por horas seguidas - *games* para os adultos são enigmas complicadíssimos. Fazem amigos não mais no clube ou na esquina de casa, mas nos *sites* de relacionamentos. Em vez de CDs, armazenam suas trilhas musicais preferidas num aparelhinho que os acompanha para todo o lado e têm acesso aos lançamentos de filmes e vídeos pelo computador. Gravam suas impressões, sonhos e, às vezes, as perplexidades nos *blogs*, similares virtuais dos antigos diários - com direito até a cadeado - e fotografam tudo e todos com seus sofisticados celulares. Sabem de tudo em tempo real²⁸.

É a geração mais conectada a tudo e a todos da história da humanidade. Para eles, não há distinção entre o mundo real ou atual do mundo virtual: esses dois “mundos” funcionam simultaneamente. Os jovens da Geração Y cada vez mais conseguem estabelecer relacionamentos numerosos, com qualquer que seja a

²⁶ LIPKIN; PERRYMORE, 2010, p. 72.

²⁷ OLIVEIRA, 2010, p. 67.

²⁸ ESTEFENON, Susana Graciela Bruno; EISENSTEIN, Evelyn (Org.). **Geração digital: riscos e benefícios das novas tecnologias para as crianças e os adolescentes**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2008, p. 20.

nacionalidade, tribo, religião (sem fazer julgamento quanto a qualidade ou proximidade desses relacionamentos). Não possuem sequência lógica para se comunicar. Tanto que é comum existir jovens que se comunicam com pessoas de outros países. A língua também não é mais problema²⁹.

Segundo pesquisa da E.Life – empresa de inteligência de mercado e gestão do relacionamento em redes sociais -, 59,1% dos jovens passam mais de trinta horas semanais on-line em sites de redes sociais, utilizados principalmente para obter informações, notícias e manter contato com amigos. [...] Outro fato interessante na pesquisa foi a grande quantidade de blogs desenvolvidos pelos jovens – 65,5% dos pesquisados possuem um blog -, registrando uma tendência em desenvolver o próprio conteúdo para estimular novos relacionamentos³⁰.

Percebe-se que estamos tendo contato com jovens extremamente conectados com pessoas, redes e comunidades. Jovens que sentem a necessidade de compartilhar suas ideias, interagir, dar opinião, criticar, curtir, compartilhar, promover campanhas... O uso da internet está cada vez mais expandido, assim como a telefonia móvel³¹.

A Geração Y desenvolveu uma tendência à aceitação do diferente. Colheu os frutos de seus pais que lutaram por igualdade de direitos civis, independentemente de sexo, cor, estado de saúde físico ou mental... Cresceram ouvindo que toda pessoa é um ser único, distinto, especial. Tiveram contato com diferentes culturas, costumes, diferenças, estilos de vida, tanto por contato pessoal como pela mídia. Os relacionamentos em redes sociais também contribuíram para essa tendência à aceitação do diferente³².

Jovens Globais

Além dos três comportamentos citados acima, Tapscott³³ aponta oito “normas” ou características dessa geração. São elas: liberdade, customização, escrutínio, integridade, colaboração, entretenimento, velocidade e inovação.

Segundo o autor:

²⁹ OLIVEIRA, 2010, p. 67.

³⁰ OLIVEIRA, 2010, p. 68.

³¹ Como pode ser visto em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=273912&pub=principal&filtro=1&documentoPath=273912.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2012.

³² LIPKIN, PERRIMORE, 2010, p. 154.

³³ TAPSCOTT, 2010, p. 92-119.

1- Os jovens insistem na liberdade e a buscam em tudo, desde a liberdade de escolha até a liberdade de expressão. 2- Customizam ou personalizam seus espaços, seus aparelhos tecnológicos, suas músicas, seu apelido, suas fontes de notícia... 3- São, por instinto, investigadores. Buscam os dados, as fontes e a veracidade de tudo que lhes interessa, principalmente através da internet. 4- Importam-se com a integridade através da exigência de atitudes, como ser honesto, transparente, fiel aos compromissos. Contudo, muitos não vêem problema em baixar música irregularmente. 5- Adoram ser colaboradores, e fazem isso de modo natural: gostam de ajudar a desenvolver produtos e sentir que fazem parte de um grupo exclusivo e bem-informado. 6- Buscam o entretenimento na vida social, no trabalho, na educação. 7- Tudo deve funcionar de modo rápido: comunicação, informações, jogos, internet. 8- Acostumaram-se a ser inovadores em qualquer lugar que estejam e buscam os produtos mais modernos e sofisticados.

A Geração Y, no entanto, também se caracteriza por ser uma geração que demonstra ansiedade, que é imediatista, que é superficial em suas idéias, que sente dificuldade em direcionar seu arsenal de informações... Uma geração de jovens globais, sem fronteiras, com enorme potencial para provocar mudanças. É com eles que a Igreja e a sociedade toda precisam dialogar.

A partir das reflexões acima, passaremos a analisar a relação da fé com essa fase de vida.

O desenvolvimento religioso

O ser humano, no decorrer da sua vida, busca um sentido para sua existência e por isso, segundo Fowler, a fé que é desenvolvida durante toda a vida, perpassando as diferentes vivências, contribui na organização da vida.

A fé, segundo Fowler³⁴, é caracterizada e desenvolvida conforme a faixa etária e o grau de construção de uma concepção e participação no mundo das relações humanas e transcendentais. Os estágios da fé estão centrados na pergunta por Deus, na sua caracterização e conceituação a partir da experiência individual e coletiva.

³⁴ GROOME, Thomas H. **Educação religiosa cristã**: Compartilhando nosso caso e visão. São Paulo: Paulinas, 1985, 110.

A fé cristã não é conservadora, na medida em que o ser humano necessita dela em graus cada vez mais elevados e aponta para Deus como o “poder do futuro” que desde agora

se reflete em diferentes formas de vida: no comportamento social, no comportamento cívico, em sistemas de saber, em estruturas sociais.[...]. Só podemos apreender a fé nas formas que ela própria assume: formas de vida que determinam, influenciam, conformam nossa vida³⁵.

Fowler utilizou estudos e pesquisas realizadas por psicólogos e estudiosos do comportamento humano para formar a base da educação cristã, pela qual descreve o processo de desenvolvimento da fé. Esse processo é caracterizado por estágios em que as pessoas podem passar, mesmo que muitas não alcancem os estágios últimos, que caracterizam maturidade. Fowler, adverte que os estágios da fé não podem servir para avaliar o valor de uma pessoa. Muito menos representam alvos educacionais ou terapêuticos em direção aos quais as pessoas deveriam ser impelidas. Os estágios da fé possibilitam ver como o “tempo, experiência, desafio e fomento são necessários para o crescimento da fé”, por um lado e, por outro, que

a educação e o fomento deveriam objetivar a plena realização da força potencial da fé em cada estágio e buscar manter a tarefa de retrabalhar a fé – tarefa esta que vem com as mudanças de estágio - corrente com o trabalho transicional paralelo nas eras psicossociais³⁶.

Para Fowler, há seis estágios e um pré-estágio do desenvolvimento da fé. Os estágios são hierárquicos, sucedem-se um após o outro, e o anterior é absorvido pelo novo que se impõe. A busca de um novo estágio é desencadeada por uma crise, quando a maneira atual de perceber e vivenciar a fé já não satisfaz. Contudo, um estágio não é mais importante que o outro. Cada qual tem a sua integridade. O que ocorre é um desenvolvimento mais maduro da fé³⁷. Os estágios da fé se caracterizam pela forma lógica, pela coerência com o mundo, a capacidade para assumir papéis, lugar de autoridade, limites de consciência social, forma de julgamento moral e papel dos símbolos. Os estágios da fé a seguir são relacionados à fase da vida dos jovens.

A fé sintético-convencional

³⁵ FRAAS, Hans Jürgen. Crer e Aprender. In: **Estudos Teológicos**. São Leopoldo, v. 34, n. 2, maio/ago., 1994. p. 181.

³⁶ FOWLER, James W. **Estágios da fé**. São Leopoldo: Sinodal, 1992, p. 101.

³⁷ GROOME, 1985, p. 116.

O terceiro estágio, *sintético-convencional*³⁸, que inicia por volta dos onze ou doze anos, caracteriza-se por uma fase de experiência fora dos círculos familiares e primários. A passagem do segundo para o terceiro estágio ocorre quando a criança começa a refletir sobre os significados. Ocorre uma desilusão em relação aos professores, pais e seus ensinamentos anteriores. O corpo toma novas formas, as emoções começam a tomar outros impulsos, a identidade começa a se “construir”. É um estágio mais conformista, onde se busca responder às expectativas e julgamentos que os outros têm sobre o indivíduo. É um estágio em que se busca balancear as diversas expectativas convencionais dos diferentes mundos da pessoa. Por isso mesmo é chamado de *sintético convencional*³⁹. Ou seja, ou se previne contra as expectativas dos outros ou se as assimila às suas próprias. Deus ainda é antropomórfico, porém, mais pessoal, possuindo as qualidades de companheiro, orientador, apoiador.

A fé individualizante-reflexiva

O quarto estágio é marcado por uma *fé individualizante-reflexiva*⁴⁰, aos dezessete ou dezoito anos para alguns, para outros, aos trinta ou quarenta anos. Outros, ainda, nunca chegam a atingi-la. Há uma capacidade nova de ficar sozinho, e a classe ou grupo é refletidamente escolhido, mais do que simplesmente aceito ou recebido, como no estágio três. O quarto estágio é marcado por tensões e bipolaridades, como entre o indivíduo e a comunidade, a auto-satisfação e o serviço aos outros, o relativo e o absoluto, etc. O “eu” participante e questionador tem a iniciativa em relação ao símbolo, ao sagrado. A confiança ingênua ou dependente é superada. A pessoa consegue incorporar “o passado e o futuro previsto em uma imagem do ambiente último unificada por características de personalidade”⁴¹.

A geração Y, pelo que vimos, compreende os estágios da fé sintético-convencional e o individualizante-reflexiva. Nesses termos, como pensar a relação entre a evangelização e os jovens?

³⁸ FOWLER, 1992, p. 118-129.

³⁹ FOWLER, 1992, p. 130-147.

⁴⁰ FOWLER, 1992, p. 148-155.

⁴¹ FOWLER, 1992, p. 147.

Evangelização com a Geração Y

Um dado é extremamente importante ao pensarmos uma evangelização eficaz com a Geração Y, é de que estão, cada vez mais, preocupados com causas sociais. “Eles bebem e fumam menos do que seus pais faziam. Cometem menos crimes. Fazem mais voluntariado do que as gerações anteriores faziam”⁴². Acreditam, sobretudo, em microrrevoluções cotidianas, objetivando mudar e melhorar, por exemplo, o caminho até a escola, o trabalho, adequando seus sonhos ao que vivencia no dia-a-dia de sua vida⁴³. Um exemplo disso são os chamados “coletivos urbanos”⁴⁴. Segundo Lancaster e Stillman⁴⁵, a Geração Y está mais preocupada em saber se está contribuindo.

Conforme Fonseca e Novaes,

No Brasil, 96% dos jovens declaram possuir uma religião [...] e uma das constatações que merece ser sublinhada é o fato de que entre os 13 milhões de jovens (27,3%) que participam/participaram de organizações sociais, o percentual dos que participaram de grupos de cunho religioso é de 81,1%; cerca de 10 milhões, 22,1% do total da juventude brasileira⁴⁶.

A partir desses dados, temos o cenário de um jovem participativo, tanto na escala social, como na religiosa. Por isso, é importante pensarmos em linhas de evangelização personalizadas aos comportamentos da Geração Y que levem em conta esse aspecto, além de atuar sobre as linhas que, segundo Dick, são os espaços em que as juventudes buscam sua felicidade, a saber:

1) a vivência grupal. Basta observar o que acontece em nossas cidades nos domingos à tarde; 2) a formação integral. As juventudes não querem só receber informações; estão em busca de uma formação; 3) uma boa organização. É muito preconceito pensar que o jovem quer viver sozinho. [...] O político faz parte da felicidade humana, também da juventude; 4) a atenção à sua especificidade. Passou o tempo em que o jovem é o mesmo. O termo “juventudes” é cada vez mais aceito. Apesar dos que defendem o “Setor Juventude” como forma de arregimentação (sem real respeito às diferenças), o discurso das “juventudes” está na rua; 5) o acompanhamento.

⁴² TAPSCOTT, 2010, p. 360.

⁴³ SONHO Brasileiro_Manifesto. 2011. Disponível em: <<http://vimeo.com/30918170>>. Acesso em: 13 ago. 2012.

⁴⁴ Grupos que se caracterizam por intervenções criativas na sociedade, sem o uso de grandes protestos, faixas, alto-falantes. Organizam-se através internet, não têm restrições quanto à idade, sexo, formação profissional.

⁴⁵ LANCASTER; STILLMAN, 2011, p. 78.

⁴⁶ FONSECA, Alexandre Brasil; NOVAES, Regina. Juventudes brasileiras, religiões e diversidade: uma primeira aproximação. In: ABRAMOVAY, Miriam; ANDRADE, Eliane Ribeiro; ESTEVES, Luiz Carlos Gil (Org.). **Juventudes: outros olhares sobre a diversidade**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade; Unesco, 2007, p. 147.

O jovem não quer andar só. Ele ou ela quer caminhar com quem tem mais experiência, mais referências, mais buscas⁴⁷.

Outro aspecto a ser levado em conta, é de que os jovens desenvolveram muitas habilidades de conexões e relacionamentos baseados nos estilos de redes sociais. E a própria Igreja se mostra preocupada com esses e outros meios de comunicação social, e como eles podem ser fontes de evangelização⁴⁸. Mas, Spadaro traz uma nova perspectiva para o que tendenciamos chamar de “novos meios de evangelização”:

A Igreja está naturalmente presente onde o homem desenvolve sua capacidade de conhecimento e de relações; desde sempre ela possui no anúncio de uma mensagem e nas relações de comunhão os dois pilares fundamentais da existência. Eis por que a rede e a Igreja são duas realidades ‘desde sempre’ destinadas a se encontrar. Logo, o desafio não deve ser de que forma ‘usar’ bem a rede, como geralmente se acredita, mas como ‘viver’ bem nos tempos da rede. Nesse sentido a rede não é um novo ‘meio’ de evangelização, mas antes de tudo um contexto no qual a fé é chamada a se exprimir não por mera vontade de presença, mas por conaturalidade do cristianismo com a vida dos homens⁴⁹.

É pertinente a constatação de Spadaro, pois estar conectado a qualquer momento é próprio daqueles que cresceram e se desenvolveram com a tecnologia. A Igreja, tendo como sua missão a evangelização, e, estando também ligada ao contexto de redes, possui o grande desafio de buscar aproximar-se mais efetivamente dos jovens, da tecnologia, para “viver bem nos tempos de rede”. Porque os jovens sempre serão os catalisadores de grandes mudanças na sociedade. Em qualquer contexto social e cultural, sacodem mentalidades e modificam comportamentos⁵⁰.

A partir desses apontamentos, algumas perguntas e propostas a respeito da evangelização se tornam latentes. Ao invés de buscar “meios” para evangelização da Juventude, não deveríamos pensar meios para fazer com que a Juventude se torne evangelizadora? Não deveríamos também proporcionar maiores espaços para que essa geração de jovens fosse mais participativa na comunidade eclesial, assim como é em causas sociais? Será que estamos tendo um pensamento de abertura

⁴⁷ IHU On-line. **Os jovens têm fome de um sagrado que não aliene. Entrevista especial com Hilário Dick.** 2013. Entrevista à Hilário Dick.

⁴⁸ Ver EN, 2001, n 45.

⁴⁹ SPADARO, Antonio. **Ciberteologia: pensar o cristianismo nos tempos de rede.** São Paulo: Paulinas, 2012, p. 24.

⁵⁰ SONHO, 2011.

para os novos modelos de pensamento, ações, comportamentos, relacionamentos, que o jovem traz consigo?

Concluindo

A evangelização passa por personalizar os espaços, as idéias, a vestimenta, as músicas um pouco mais a gosto dos jovens para se poder ter mais contato com eles e, proporcionar um crescimento coletivo e integrador. Ouvir as dúvidas, as angústias e proporcionar o diálogo dos jovens com a comunidade em geral torna-se necessário. A criação e o acompanhamento de pequenos grupos se mostra mais interessante com a Geração Y do que a manutenção de grupos com grandes massas (o que não é contraditório a grandes eventos com os jovens, como a Jornada Mundial da Juventude).

É importante ressaltar as ideias de Dick em relação aos grandes eventos de jovens, em especial, por ocasião da Jornada Mundial da Juventude de 2013:

espera-se que a juventude seja respeitada (menos manipulada), seja acolhida, seja considerada; que o extermínio brasileiro de jovens seja conhecido por todo o mundo, que Jesus Cristo seja apresentado como Libertador, que se fomente uma espiritualidade comprometida com a realidade social, que não se fale só de Igreja, mas principalmente do Reino de Deus, que as juventudes dos continentes tenham voz e vez na Jornada e que a Igreja (Povo de Deus) veja que os/as jovens têm fome de um sagrado que não aliene⁵¹.

É, em suma, proporcionar uma integração maior entre a Igreja e o Jovem. Utilizando ferramentas e hábitos comuns entre ambos, para promover momentos e espaços de diálogo, encontro, transformação.

Enfim, “A juventude quer vivência grupal. Nunca houve tanta busca dessa vivência como nos dias de hoje. [...] Não se entende uma Igreja que não seja e não promova a comunidade, o grupo. Por isso a juventude espera acolhida”⁵². Atrair o jovem para uma vida com fé religiosa passa também por proporcionar a ele espaços para se encontrar, conviver, partilhar e frutificar suas qualidades. Contudo, não há caminhos de evangelização ideais, exatos ou que podem ser adaptados a todos os

⁵¹ DICK apud IHU, 2013.

⁵² IHU On-line. **Os jovens e a construção da autonomia. Um desafio. Entrevista especial com Hilário Dick.** 2012. Entrevista à Hilário Dick.

contextos de jovens. “Se soubéssemos os caminhos ideais para ‘tentar conquistar’ os jovens e as jovens, faltaria só investir”⁵³.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zigmunt. **A sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil). **Pastoral da juventude no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Paulinas, 1986.

ESTEFENON, Susana Graciela Bruno; EISENSTEIN, Evelyn (Org.). **Geração digital**: riscos e benefícios das novas tecnologias para as crianças e os adolescentes. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2008.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FONSECA, Alexandre Brasil; NOVAES, Regina. Juventudes brasileiras, religiões e diversidade: uma primeira aproximação. In: ABRAMOVAY, Miriam; ANDRADE, Eliane Ribeiro; ESTEVES, Luiz Carlos Gil (Org.). **Juventudes**: outros olhares sobre a diversidade. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade; Unesco, 2007.

FOWLER, James W. **Estágios da fé**. São Leopoldo: Sinodal, 1992.

FRAAS, Hans Jürgen. Crer e Aprender. In: **Estudos Teológicos**. São Leopoldo, v. 34, n. 2, maio/ago., 1994, p. 176-183.

FUCHS, Henri Luiz. Sujeito e o currículo: alguns dilemas pedagógicos entre fé e cidadania a partir da contribuição teológica de Lutero. São Leopoldo, IEPG, 2001. Dissertação de Mestrado.

FUCHS, Henri Luiz. As políticas educacionais e o currículo a partir do Ensino Religioso. Canoas, UNILASALLE, 2012. Dissertação de Mestrado.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GROOME, Thomas H. **Educação religiosa cristã**: Compartilhando nosso caso e visão. São Paulo: Paulinas, 1985.

IGREJA Católica Papa Paulo VI. **Exortação apostólica Evangelii Nuntiandi**: do Papa Paulo VI ao episcopado, ao clero, aos fiéis de toda a Igreja sobre a evangelização no mundo contemporâneo. São Paulo: Paulinas, 2001. Disponível

⁵³ DICK apud IHU, 2013.

em:<http://www.dhnet.org.br/direitos/anthist/marcos/edh_encyclica_evangelii_nuntian di.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2012.

IHU On-line. **Os jovens e a construção da autonomia. Um desafio. Entrevista especial com Hilário Dick.** 2012. Entrevista à Hilário Dick. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/507481-a-autonomia-e-o-tendao-de-aquiles-da-igreja-entrevista-especial-com-hilario-dick>>. Acesso em 28 fev. 2013.

IHU On-line. **Os jovens têm fome de um sagrado que não aliene. Entrevista especial com Hilário Dick.** 2013. Entrevista à Hilário Dick. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/517021-fraternidade-buscando-juventude-entrevista-especial-com-hilario-dick>>. Acesso em 28 fev. 2013.

LANCASTER, Linne C.; STILLMAN, David. **O Y da questão:** como a geração Y está transformando o mercado de trabalho. São Paulo: Saraiva, 2011.

LIPKIN, Nicole; PERRYMORE, April. **A geração Y no trabalho:** como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura de sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y:** o nascimento de uma nova versão de líderes. 3. ed. São Paulo: Integrare, 2010.

SONHO Brasileiro_Manifesto. 2011. Disponível em: <<http://vimeo.com/30918170>>. Acesso em: 13 ago. 2012.

SPADARO, Antonio. **Ciberteologia:** pensar o cristianismo nos tempos de rede. São Paulo: Paulinas, 2012.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital:** como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

THEISEN, Jonas Vanderlei. **Geração Y e ensino religioso :** reflexões acerca das práticas pedagógicas. 2012. 92 f. Trabalho de Conclusão (graduação em Teologia) - Centro Universitário La Salle, Canoas, 2012. Disponível em: <http://biblioteca.unilasalle.edu.br/docs_online/tcc/graduacao/teologia/2012/jvtheisen.pdf>. Acesso em : 06 fev. 2013.