



## **As Ligações Entre a Identidade Cultural dos Jovens Membros da Igreja Assembléia de Deus de Ibirubá e a Mídia <sup>1</sup>**

Marcelo Ibanor de Moura SCAPINI <sup>2</sup>

Fabiana ISER <sup>3</sup>

Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta, RS.

### **RESUMO**

O presente trabalho aborda a relação da identidade cultural dos jovens membros da Igreja Assembléia de Deus de Ibirubá, com a mídia. Para a obtenção dos resultados foram utilizados os métodos da observação direta e aplicação de um questionário em 16 integrantes do Grupo de Jovens desta religião. Com base nos dados é possível afirmar que a identidade cultural desses jovens está ambientada na cultura da mídia, bem como recebe grande contribuição dos valores e costumes da religião, sendo que esta faz um trabalho de análise e explicação dos assuntos que estão em destaque nos meios de comunicação. Neste momento, os valores da doutrina são inseridos na discussão para que estes jovens continuem seguindo o que determina a religião.

**PALAVRAS-CHAVE:** Identidade Cultural; Jovens; Mídia; Religião.

### **1. INTRODUÇÃO**

A mídia, especialmente a televisão, está presente no cotidiano de quem vive em sociedade e a cada minuto, além de transmitir informações, repassa inúmeros conceitos e ideologias. Com isso, a cultura está sendo constantemente afetada e remodelada pelos meios de comunicação, pois a cultura da mídia repassa para as pessoas o que é apropriado em termos de modelos sociais, comportamentos sexuais, estilo e aparência. Também contribui para a formação de identidades, apresentando novos modos baseados nas aparências. Hoje estudos comprovam que ela é aquilo que se aparenta, a imagem, o estilo e o jeito como a pessoa se apresenta, e é a cultura da mídia que cada vez mais fornece material e recursos para a constituição das identidades.

Neste processo, um dos públicos atingidos é o jovem, pois está em constante contato com os meios de comunicação, recebendo as mensagens e os produtos criados

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta - UNICRUZ, email: [marcelo.ms@hotmail.com](mailto:marcelo.ms@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta - UNICRUZ, email: [fabianaiser@yahoo.com.br](mailto:fabianaiser@yahoo.com.br)



por esta voraz indústria, sendo que posteriormente o que foi filtrado por estes jovens poderá ser utilizado na construção de seus princípios e ideologias. Esta relação entre a juventude e a mídia nos leva a refletir sobre a ligação existente entre a indústria cultural e as identidades dos jovens, o que acaba afetando de alguma maneira a vida destes, por estarem inseridos e vulneráveis as transformações deste mundo globalizado.

Quando o grupo convive em uma cultura religiosa, por exemplo, principalmente naquelas onde o conservadorismo dita as regras, a situação poderá ser afetada e vir a ocorrer alguns conflitos que interfiram na construção da identidade destes membros. Assim, este estudo buscou entender como os jovens membros da Igreja Assembléia de Deus de Ibirubá/RS, se relacionam com os meios de comunicação e qual o papel que a identidade cultural religiosa exerce neste processo.

Para alcançar o seu objetivo principal, centrado na análise do papel que a identidade cultural religiosa exerce na relação dos jovens membros da Igreja Assembléia de Deus de Ibirubá, com a mídia, foram adotadas algumas técnicas na pesquisa. O estudo exploratório-descritivo, inicialmente contemplou a observação do comportamento e a participação destes jovens nas atividades religiosas da sua comunidade. Em seguida 16 jovens responderam a um questionário objetivo com 15 perguntas relacionadas ao seu cotidiano. De posse das informações, os principais dados passaram por análise e interpretação, sendo em seguida utilizados na redação do artigo final.

## **2. AS IDENTIDADES NO MUNDO CONTEMPORÂNEO**

Em meio às mudanças promovidas pelos fenômenos sociais e culturais, especialmente pela mídia, as identidades aos poucos acabam se moldando as características do mundo contemporâneo.

Nos estudos de Stuart Hall, encontramos várias reflexões relacionadas à identidade na contemporaneidade. Neste trabalho, inicialmente consideramos suas constatações referentes à formação da identidade. Segundo ele, o indivíduo não nasce com a identidade já definida e, sim, esta vai tomando forma com as suas experiências na vida.

A identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo imaginário ou fantasiado sobre a sua unidade. Ela aparece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre



‘sendo transformada’. [...] Assim, em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em andamento. A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é “preenchida” a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nos imaginamos ser vistos pelos outros. (HALL, 2004, p. 38-39)

A partir desta definição se é possível enfatizar que os indivíduos estão constantemente construindo e modificando as suas próprias identidades junto ao meio em que estão inseridos, pois nestes momentos em que participam de grupos sociais e inúmeras outras atividades, as pessoas estão expostas a um universo cultural diferente.

Outro teórico que contribui muito para com esses estudos é Thompson. Segundo ele, a identidade classifica-se em dois tipos: a auto-identidade e a identidade coletiva.

A auto-identidade é o sentido que cada um tem de si mesmo dotado de certas características e potencialidades pessoais como um indivíduo situado numa certa trajetória de vida. A identidade coletiva é o sentido que cada um tem de si mesmo como membro de um grupo social ou coletividade; [...] O sentido que cada um tem de si mesmo e o sentido de pertença a um grupo são modelados – em vários graus dependendo do contexto social – pelos valores, crenças e padrões de comportamento que são transmitidos do passado. (THOMPSON, 1998, p. 164-165).

Com isso, podemos dizer que o grupo ou sociedade em que o indivíduo vive está repleto de valores e bens simbólicos que acabam exercendo um papel fundamental na construção de cada uma das identidades do ser humano.

Depois de classificar as identidades, Thompson (1998, p.181) defende que o processo de formação do eu (self) acaba se tornando mais reflexivo e aberto, pois “dependem cada vez mais dos próprios recursos para construir uma identidade coerente para si mesmos”. Neste mesmo processo, a formação do self esta sendo frequentemente sustentado com os “materiais simbólicos mediados, que se expandem num leque de opções disponíveis aos indivíduos e enfraquecem - sem destruir - a conexão entre a formação e o local compartilhado”. (THOMPSON, 1998, p.181).

Sendo assim, em todo este processo de formação das identidades, podemos considerar que os meios de comunicação são atuantes, pois são eles que propagam os novos referentes culturais. Baseada nos estudos de Pissara Esteves, Iser (2005, p.74) considera que “no processo das identidades, a mídia ocupa uma posição relevante e um papel ativo, embora não inequívocos nem isentos de ambivalências”.



Durante este processo pelo qual a identidade de cada indivíduo é submetida, podemos dizer que aqueles conceitos, valores, conhecimento, ou seja, o que colaborou para com a construção da sua identidade, é constantemente colocado frente a frente com as diferentes formas de identidades apresentadas pela mídia. Nesse momento a pessoa é tentada a migrar ou se apropriar daqueles modos enfatizados na divulgação.

Um dos fatores apontados como fundamentais é a propagação do consumismo. Com seu discurso persuasivo e globalizado extinguem-se as diferenças e as “distinções culturais, que até então definiam a identidade”. Estas acabam “reduzidas a uma espécie de *língua franca* internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas.” (Hall, 2004, p. 76).

Através de sua capacidade de produzir mensagens a mídia é capaz de modelar as identidades. Nesta medida, ela ajuda a criar a visão que as pessoas têm do mundo, a percepção da sociedade como um todo. Assim como estabelecem as crenças e opiniões parcialmente baseadas naquilo que os familiares e amigos dizem, da mesma forma também estabelecemos pontos de vista a partir do que a mídia apresenta. Nas palavras de Otavio José Klein,

O que acontece é que a cultura da mídia fornece aos indivíduos de nossa época “imagens daquilo que é apropriado em termos de modelos sociais, comportamentos sexuais, estilo e aparência”. Ela fornece recursos para a formação de identidades e apresenta novas formas de identidade nas quais a aparência, o jeito de ser e a imagem substituem coisas como a ação e o compromisso na constituição da identidade. Hoje em dia, porém, ela é aquilo que se aparenta, a imagem, o estilo e o jeito como a pessoa se apresenta. E é a cultura da mídia que cada vez mais fornece material e recursos para a constituição das identidades (KLEIN, 2005, p.91)

Inseridas neste contexto, as identidades são forçadas a se reconfigurarem e muitas vezes também encontrarão maneiras de permanecerem vivas frente a essas mudanças. Neste caso as identidades religiosas, se valem de que na maioria das vezes definimos nossas opiniões e crenças baseando-se parcialmente no que defende a família e os grupos sociais que freqüentamos.

### **2.2.1 Identidade cultural e religião**



Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, é bastante razoável pressupor que o conjunto de material simbólico formador de nossa identidade cultural esteja alicerçado de forma expressiva na mídia. No entanto, não podemos deixar de considerar que as nossas opiniões e crenças baseadas parcialmente no que a família e os amigos defendem, também têm um importante papel nesse processo.

Em seus estudos Thompson destaca que a formação e as condições sociais das pessoas contribuem para o sentido que estas dão aos produtos da mídia, pois a mensagem pode ser interpretada conforme o contexto em que o indivíduo estiver inserido. “O processo de formação de identidade cultural nunca pode começar do nada, sempre se constrói sobre um conjunto de material simbólico preexistente que constitui a fonte da identidade”. (Thompson, 1998, p. 165) e a cultura pode ser considerada um dos principais elementos que contribuem para esta.

Cabe salientarmos que baseados nos estudos de Raymond Williams, a cultura neste estudo é considerada a soma de conhecimentos, produtos, valores, tradições, habilidades e crenças que são partilhadas por um povo e repassadas de geração a geração.

A cultura é um bem adquirido pelo homem mediante sua interação com a natureza e com os outros homens, é algo que se constrói por meio de processos produtivos e comunicacionais. Maciel (1963, p. 23) apresenta essa idéia ao interpretar Paulo Freire quando este afirma que “o homem é um ser de relações”:

Ora, o homem é um ser de relações. Posto diante da natureza, que ele conhece, o homem está diante de outros homens com os quais se comunica. Entretanto, ele não somente conhece a natureza, mas também, age de volta sobre ela, dialeticamente, transformando-a, conquistando-a através do trabalho. A partir daí surge a esfera da cultura. (...) Por sua vez a esfera da cultura passa a agir de volta dialeticamente, sobre a consciência, através do trabalho, ampliando-a, desafiando-a, estimulando-a, movendo-a e instrumentalizando-a, desenvolvendo no homem, assim, o seu segundo sistema de sinalização.

Portanto, ao agir ou ao relacionar-se com a natureza, o ser humano, desencadeia mediante seu trabalho um processo produtivo de riquezas materiais e de conhecimento intelectual. Ao relacionar-se com os outros homens, desencadeia um processo comunicacional, produz cultura.

Nesse processo de produção a mídia ganha um papel muito importante, pois de alguma maneira acaba apresentando materiais simbólicos que durante a comunicação



entre os indivíduos passarão a integrar as suas culturas. Com isso, as pessoas acabam tendo sua vida mediada e conseqüentemente suas identidades também são afetadas. Em seus estudos Hall (2004), nos explica que:

Paradoxalmente, nossas identidades culturais, em qualquer forma acabada, estão a nossa frente. Estamos sempre em nosso processo de formação cultural. A cultura não é uma questão de ontologia, de ser, mas de se tornar. Em suas formas atuais, desassossegadas e enfáticas, a globalização vem ativamente desenredando e subscrevendo cada vez mais seus próprios modelos culturais herdados essencializantes e homogeneizantes, desfazendo os limites e, nesse processo, elucidando as trevas do próprio ‘iluminismo’ ocidental. As identidades, concebidas como estabelecidas e estáveis, estão naufragando nos rochedos de uma diferenciação que prolifera”. (HALL, 2003, p. 43).

Neste sentido, o sujeito da contemporaneidade que tem uma identidade cultural unificada e estável, acaba se fragmentando, ou seja, ao invés de uma identidade ele acaba tendo várias identidades, e dentre estas pode haver conflitos de valores ou questões não-resolvidas. Dentre as diversas identidades culturais, neste estudo destacamos a identidade religiosa, pois geralmente apresenta uma espécie de influência através de suas doutrinas e crenças e hoje está muitas vezes em conflito com os bens simbólicos repassados pela mídia.

Nos seus estudos sobre o cristianismo e a modernidade, José Maria Mardones (1996) nos traz algumas considerações interessantes sobre religião e identidade. Baseado em Touraine, Habermas e Giddens, o autor aponta a identidade como indicador das contradições da nossa sociedade: as dificuldades que as pessoas encontram para terem claras suas posturas refletem as contradições que a modernidade nos traz. Destaca também que na modernidade, as pessoas de modo geral perderam seus pontos de referência para se sentirem seguras a tomar um posicionamento, dentre elas se destaca a religião. Conforme Mardones, a identidade “constitui um dos indicadores que revelam os mal estares e contradições da nossa cultura e de nossa sociedade” (Mardones, 1996, p.107), e a identidade religiosa oferece a orientação ideológica e dá sentido à vida das pessoas.

A partir destas colocações, considera-se que, em determinadas religiões, encontram-se fiéis que estão enfrentando uma espécie de crise de identidade, pois existe um consumo dos valores e comportamentos apresentados como adequados. De modo geral a modernidade faz com que os membros desta cultura religiosa questionem e



reflitam sobre aquelas verdades absolutas e o caráter natural daquilo que a religião sempre ensinou a crer.

Considerando que a religião é um elemento importante da cultura, não é difícil percebermos os inúmeros credos, doutrinas e igrejas que coexistem na sociedade brasileira. Os indivíduos inseridos em uma determinada religião, certamente receberão algumas influências, seja no comportamento ou na formação de sua identidade, pois cada religião tem a sua ideologia que é repassada aos seus seguidores.

Em alguns casos, a religiosidade é trabalhada através de uma rígida doutrina aliada a discursos persuasivos. Um exemplo disso é a religião da Igreja Assembléia de Deus, onde os valores pregados devem ser seguidos a risca pelos seus membros. Não são raras as situações em que esta doutrina entra em conflito com os conteúdos e produtos midiáticos. De um lado temos um discurso firme e religioso, e do outro uma linguagem sedutora e permanente.

### **3. A IGREJA ASSEMBLÉIA DE DEUS**

Considerada a maior Igreja protestante moderna, a Assembléia de Deus surgiu como resultado de um movimento religioso que teve sua origem no princípio do século XX, nos Estados Unidos e se espalhou em seguida por todo o mundo. De acordo com os estudos de Oliveira (1984, p. 152),

Em virtude de uma intensa sede espiritual, no final do século passado, grupos de crentes de diferentes denominações levaram a efeito sucessivas e demoradas reuniões de oração na busca de um avivamento. Como resultado das atividades desses crentes, surgiram avivamentos em diferentes lugares dos Estados Unidos. [...] A mensagem pentecostal se espalhou com tanta rapidez que recebeu o nome de “movimento”. O termo “Movimento Pentecostal” passou a designar a todos os grupos que buscavam o batismo com o Espírito Santo, acompanhado do falar em línguas, segundo a inspiração divina.

De origem pentecostal a Assembléia de Deus no Brasil foi trazida pelos missionários suecos Gunnar Vingren e Daniel Berg. Segundo Oliveira (1984) os evangelistas chegaram a Belém do Pará, no dia 19 de novembro de 1910, e inicialmente integraram a Igreja Batista, pois como não conheciam ninguém no país, receberam apoio do pastor metodista Justus Nelson e começaram a dirigir alguns cultos. Devido a não aceitação de dois membros da instituição religiosa os dois foram logo impedidos de falar nos cultos, pois estavam trazendo novas seitas. Nesse momento as pessoas que





estavam de acordo com esta foram convidadas a levantar-se. Um “grupo de dezoito irmãos convidou os missionários para dar-lhes a necessária orientação espiritual. Foi assim que, juntos, no dia 18 de junho de 1911, à Rua Siqueira Mendes, 67, na cidade de Belém, deu-se a fundação da Assembléia de Deus no Brasil”. (OLIVEIRA, 1985, p.172).

No Rio Grande do Sul, encontram-se nos registros da Igreja, que no dia 19 de outubro de 1924, o missionário Gustavo Nordlund, chegou a Porto Alegre. Segundo Emílio Conde (1973) o processo de evangelização foi semelhante ao realizado no Pará, porém encontrou-se certa resistência da população, pois a grande maioria estava ligada ao Catolicismo ou as vertentes evangélicas oriundas da Reforma Protestante de Lutero.

Em Ibirubá, município localizado na região norte do Estado do Rio Grande do Sul, a Igreja Assembléia de Deus chegou em outubro de 1963, através do Pastor Otavio Martins e sua esposa Maria Madalena Martins, sendo que a fundação da instituição religiosa se deu com o batismo de sete jovens. Assim como na maioria dos locais onde atua, em Ibirubá a Assembléia de Deus também teve que vencer barreiras para consolidar-se. No início a discriminação e o preconceito aos cultos e aos crentes eram visíveis, mas mesmo assim, acabou superando essa etapa e hoje se consolida como uma das principais igrejas no município.

Assim como a maioria das igrejas pentecostais, a Igreja Assembléia de Deus também tem como uma das suas principais características a firme linha doutrinária, onde os padrões do mundo são contrários aos princípios bíblicos. Quem faz parte da religião normalmente segue uma disciplina, um determinado modelo imposto pela Igreja. Integrando essa doutrina, as crenças da religião exercem um papel fundamental perante os fieis. Trabalham no sentido de manter vivos aqueles símbolos e ajudam a ditar o modo de viver de cada um dos membros. De acordo com Francisco Cartaxo Rolim (2008, p.11), “a crença no protetor centraliza-se na pessoa do Cristo, que é salvador das almas, ao mesmo tempo que seu poder sobre doenças e dificuldades manifesta-se sobre a vida dos crentes, fortalecendo-lhes a fé.”

Desde a sua fundação até os dias de hoje, a Igreja Assembléia de Deus, foi acrescentando e modificando uma série de valores a sua religião. Estes são vistos muitas vezes com estanhos pela comunidade em geral, pois alguns acabam chamando atenção. Segundo o que está pré-estabelecido por esses valores, as mulheres não devem usar traje masculino, pinturas nos olhos, nas unhas e em outros órgãos da face. Não podem cortar





os cabelos, alterar as sobrancelhas, usar mini-saias e outras roupas contrárias ao bom testemunho da vida cristã. Já os homens não devem usar cabelos compridos e tem que se vestir normalmente com traje social (terno).

Quanto a televisão, durante toda a história da Igreja foi proibido o seu uso, pois segundo os pastores, a televisão apresentava má qualidade da maioria dos seus programas. Em seus discursos os pregadores explicavam que a abstenção não deixaria os seguidores expostos a eventuais problemas de saúde. Essa mesma justificativa se dava ao proibir o uso de bebidas alcoólicas, pois estas também fazem parte, segundo a Igreja, das coisas do “demônio” e só trazem coisas ruins para a vida.

#### **4. O ESTUDO DE CASO DA IGREJA ASSEMBLÉIA DE DEUS**

Tendo como marco teórico os Estudos Culturais e, com base em seus objetivos, a pesquisa é classificada como um estudo exploratório-descritivo. Considerando o modelo conceitual e operativo da pesquisa, ou seja, com base nos procedimentos técnicos utilizados, o estudo foi desenvolvido em duas etapas principais: pesquisa bibliográfica e um estudo de campo, mediante a técnica de observação direta e aplicação de questionários semi-estruturados.

A pesquisa bibliográfica destinou-se ao aprofundamento da fundamentação teórica. Entendemos que o estudo de campo foi o procedimento técnico mais adequado, uma vez que a intenção foi estudar um grupo ou comunidade por meio da observação direta das atividades desta “comunidade” e de entrevistas “para captar suas explicações e interpretações do que ocorre” (Gil, 2002, p.53).

A realização da pesquisa de campo se deu no período de agosto a novembro de 2008. Dos aproximadamente 30 membros do Grupo de Jovens da Igreja Assembléia de Deus de Ibirubá/RS, foram escolhidos aleatoriamente dezesseis jovens, ou seja, mais de 50%, para responder um questionário (instrumento), composto de 15 questões objetivas. A técnica da observação direta foi aplicada durante o período de dois meses, em sete cultos, quatro encontros da juventude e um simpósio de missões. Cabe salientar que nesta etapa foi avaliado o comportamento dos jovens em geral presentes na celebração.

Após a coleta dos dados foi realizado o processo de análise e interpretação dos mesmos, que agora passam a integrar esse trabalho.



#### **4.1 A organização e o comportamento dos jovens**

A grande maioria dos jovens membros da Igreja Assembléia de Deus está organizada em um grupo que desenvolve diversas atividades na comunidade que integram. Os jovens são coordenados pelo casal Michele e João dos Santos, e têm dentre as suas principais atividades a participação em organizações internas da instituição, como por exemplo, no Coral Diante do Trono, no grupo de apresentações Alpha, bem como na organização de seminários e eventos voltados a juventude da Igreja. Uma das características destes membros está na constante participação nos cultos semanais e reuniões do grupo.

Os jovens pesquisados estão inseridos em uma cultura religiosa, onde a doutrina, as crenças e os valores exercem um importante papel na construção de sua identidade cultural. Ao mesmo tempo integram uma sociedade contemporânea, onde os processos comunicacionais e as relações dos indivíduos com a mídia estão em constante alteração, como já foi citado neste trabalho.

Com isso, considera-se que esses membros da Igreja estão em meio a duas culturas antagônicas, onde os princípios e valores cultuados e disseminados pela religião, em sua grande maioria têm contato com a cultura midiática, criando-se aí uma espécie de “choque cultural”. A partir daí, a forma como estes jovens convivem em sociedade pode ser de alguma maneira afetada.

#### **4.3 Resultados da pesquisa**

Participaram diretamente da pesquisa 16 jovens, sendo nove do sexo masculino e sete do sexo feminino, numa faixa etária entre 15 a 21 anos, todos residentes em Ibirubá/RS.

O grupo pode ser considerado um grupo heterogêneo no que se refere ao conhecimento, pois há variação de idade e nível de escolaridade. Um dos aspectos que se consideraram positivos na aplicação dos questionários e nos demais contatos foi a espontaneidade que os participantes demonstraram. Talvez o fato de pertencerem a uma entidade religiosa e de poderem assumir, não de forma arbitrária (no seu conceito), o seu papel frente aos produtos midiáticos, tenha levado a que se sentissem à vontade no momento em que dialogávamos e depois enquanto aplicávamos o instrumento (questionário).



Assim como acontece com a maioria da população brasileira, dentre os equipamentos midiáticos, a televisão é o meio mais acessível (94%) aos entrevistados. Levando em conta que a religião até algumas décadas não permitia o contato com este, podemos considerar como uma das grandes mudanças ocorridas com o desenvolvimento dos valores midiáticos. O tempo de exposição aos conteúdos televisivos, é de pelo menos uma hora por dia para 69% dos entrevistados.

A internet é considerada o mais novo meio de comunicação e apesar de não estar ao alcance de todos, nesta amostra da pesquisa percebeu-se que esse contato está crescendo. Uma parcela de 38% acessam a rede mundial de computadores todos os dias e 31% freqüentemente. Neste meio não existem restrições de páginas que podem ser acessadas. Ao mesmo tempo em que os contatos com a televisão (94%) e a internet (81%) aumentam, a relação com o rádio (88%), os jornais (50%) e as revistas (56%) estão cada vez diminuindo mais. São esses os veículos de comunicação que recebem menos atenção dos jovens.

A grande maioria (81%) considera-se bem informada e ao contrário do que acontece geralmente com os jovens, em que os assuntos prediletos estão relacionados ao entretenimento, neste grupo estudado, o que mais chama a atenção é o fato de que 56% afirmam preferir o jornalismo. Talvez isso seja resultado dos ensinamentos religiosos, onde as telenovelas e programas de variedades não são aconselhados.

Já os dados apresentados no gráfico 1 mostram que 44% dos entrevistados confessam ser influenciados em alguns casos pela mídia, enquanto que 56% negam receber qualquer tipo de influência. Isso demonstra que a consciência sobre os conteúdos veiculados pela mídia está presente na vida dos jovens.

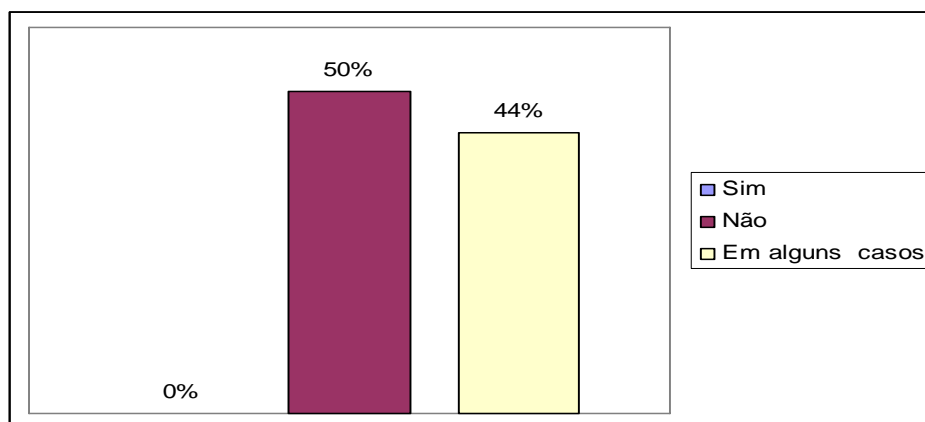


Gráfico 1 - Influência da mídia

Outro resultado que vem ao encontro desta constatação encontramos no gráfico 2. Os jovens ao serem questionados sobre como agem ao receber uma informação dos meios de comunicação, 75%, confessam aceitar esta, porém vão em busca de outras fontes para comprovar a veracidade.

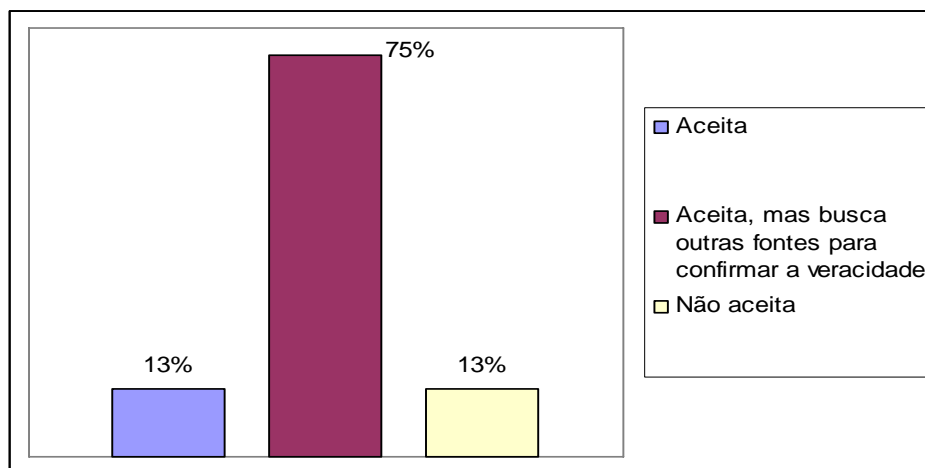


Gráfico 2 - Recepção de informações

A relação de seus comportamentos com a identidade cultural religiosa fica clara ao analisarmos que 63% dos jovens apontam como fator principal na hora de tomar uma decisão, o que a religião ensina. Esse índice é elevado se compararmos com os resultados de outras pesquisas já realizadas com jovens membros de outros grupos sociais. Quanto aos padrões apresentados pela mídia, nenhum dos entrevistados afirma utilizá-los em momentos decisivos. Isso pode ser atribuído as características da cultura em que estão inseridos. A rígida doutrina em que foram criados já induz automaticamente os jovens a relacionarem as suas atitudes aos valores da religião.

Além disso, a pesquisa apontou que a instituição religiosa ainda estipula os conteúdos que os entrevistados terão acesso. Os números não são da maioria, mas consideram-se significativos os 44% dos jovens que reconhecem essa imposição.

Quando questionados sobre essa e outras maneiras como a Assembléia de Deus aborda os meios de comunicação, 88% dos entrevistados concordam com a posição. Sendo que nenhum deles afirmou ser contrário a estas maneiras.

Na relação entre a mídia e o trabalho que o Grupo de Jovens exerce, 75% dos entrevistados dizem que o conteúdo que está sendo discutido nos meios de comunicação tem espaço para serem debatidos dentro do Grupo. Durante o período da pesquisa de campo deste estudo, nos deparamos com uma situação em que a juventude abordava o



tema prostituição, e uma das características da discussão era o embasamento no que diz a bíblia para explicar e justificar esse problema na sociedade.

A partir daí, 44% desse público estudado reconhecem a interferência do trabalho do grupo no modo como recebem as informações. Apesar de não ser a maioria, podemos considerar significativo esse número, pois mostra que aquela primeira interpretação que os jovens têm ao entrar em contato com as mesmas, logo em seguida é re-avaliada com base nas discussões em grupo. Através da técnica da observação, foi possível perceber o modo como a religião aborda a mídia em si. Ao invés de tê-la como inimiga, os líderes da Igreja a utilizam como uma das formas de repassar os valores presentes em sua doutrina. Isso acontece quando os principais e mais polêmicos assuntos que estão sendo apresentados pelos meios de comunicação, são trazidos para dentro da Igreja e a partir daí se inicia um novo processo de re-interpretação do que foi dito pela mídia. O fato deste material simbólico que os jovens receberam da mídia ser levado em discussão nos seus encontros, não é uma das características na sociedade. Normalmente, o indivíduo recebe as informações e faz uma análise individual, sem consultar determinadas organizações que frequenta.

Esse processo pelo qual os jovens da Assembléia de Deus são submetidos não acontece de maneira simples, onde apenas se discute os assuntos. É nesse momento que entra o papel e a doutrina da religião na interpretação do material, pois quem explica a temática é um pastor ou missionário da própria Igreja. Podemos perceber uma dupla carga de material simbólico sobre esses jovens, onde aquele material além de estar recheado dos valores midiáticos, acaba de certa forma sendo “manipulado” pela religião. Outro fator constatado através da análise do comportamento destes jovens durante os cultos e nas atividades do Grupo de Jovens, é de que existe uma preocupação para que a identidade cultural religiosa seja repassada para as demais gerações futuras. Esse processo é reforçado pelo casal que coordena a juventude e pelos demais líderes da instituição. A justificativa para tal é de que sem os jovens os princípios e a doutrina da religião não serão proliferados no futuro. Portanto, a relação dos jovens da Igreja Assembléia de Deus de Ibirubá/RS com a mídia, bem como a identidade cultural desses membros está fortemente alicerçada nos valores e na doutrina da instituição religiosa.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**



O contato com os meios de comunicação não deixa de ser diferente dos demais jovens, somente por este público estudado estar inserido em uma identidade cultural religiosa, com rígida doutrina, valores e costumes. Os receptores se apropriam de discursos que competem entre si pela hegemonia dos significados, tendo a mídia maior ou menor penetração de acordo com o peso das instituições e de suas respectivas formações discursivas.

O presente estudo veio a confirmar as hipóteses de que a adesão destes jovens à doutrina religiosa os torna diferentes, seja nas formas de agir, seja no modo de vestir-se ou na maneira como conduzem as suas atividades do cotidiano. De que as informações obtidas pelos jovens através da mídia são frequentemente confrontadas com valores cultivados pela religião e opiniões de líderes da Igreja. Apesar de sofrer algumas restrições impostas pela doutrina religiosa e, conseqüentemente, pela família, os jovens têm acesso aos produtos midiáticos que de algum modo contribuem/interferem na construção de sua identidade.

Nossa tentativa foi relacionar o indivíduo e a estrutura em que está inserido, para que avaliássemos o papel dos meios de comunicação na formação de sua identidade cultural. Este estudo pode ser considerado o início das pesquisas que abordam esta religião e sua relação com a mídia, já que durante a pesquisa bibliográfica não encontramos materiais específicos desta área. A continuidade dos estudos neste sentido é muito importante, pois nesta problemática cabem muitas análises e discussões. Caso tenhamos oportunidade aprofundaremos mais a pesquisa neste sentido, no entanto também esperamos que outros acadêmicos e professores demonstrem interesse e também complementem este estudo.

## 6. REFERÊNCIAS

ALMANAQUE ABRIL. Edição 34. São Paulo: Editora Abril, 2008.

ALMANAQUE ABRIL. Edição 30. São Paulo: Editora Abril, 2004.

BETTENCOURT, Estêvão Tavares O.S.B. **Crenças, religiões, igrejas e seitas: quem são?** São Paulo: O mensageiro de Santo Antônio, 1995.

CONDE, Emílio. **História das Assembléias de Deus no Brasil.** Rio de Janeiro: Casa Publicadora das Assembléias de Deus, 1973.



HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais**. Organização Liv Sovik; tradução Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 9ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

KLEIN, Otavio José. Comunicação: mediação, cultura, poder e cidadania. In: TEDESCO, João Carlos, PASTORE, Elenice. **Ciências Sociais: temas contemporâneos**. Passo Fundo: Méritos Editora, 2005.

MACIEL, Jarbas. **A fundamentação teórica do Sistema Paulo Freire**. Estudos universitários (4), Recife: Universidade de Recife, 1963.

MALDONADO, Alberto Efendy. NETO, Antonio Fausto. etc al. **Mídias e processos socioculturais**. São Leopoldo: Gráfica da UNISINOS, 2000.

MARDONES, José Maria. **Adónde va la religión? Cristianismo y religión em nuestro tiempo**. Santander: Editorial Sal Terrae, 1996.

OLIVEIRA, Raimundo F. **História da Igreja: dos primórdios a atualidade**. São Paulo: EETAD, 1984.

PISSARRA ESTEVES, João. Identidades sociais e políticas de reconhecimento. In: **Espaço Público e Democracia – Comunicação, Processos de Sentido e Identidades Sociais**. Lisboa: Cadernos Universitários, Edições Colibri, 2003.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

#### **WEBGRAFIA**

IGREJA ASSEMBLÉIA DE DEUS. Disponível em: <<http://www.assembleia.org.br/>>. Acesso em 29 de outubro de 2008.

BIRCHAL, Fabiano Serrano. **“O Campo Religioso Brasileiro está (sempre esteve) em Movimento”**. Disponível em: <<http://www.cienciadareligiao.com.br/camporeligioso.html>>. Acesso em: 15 de novembro de 2008.

MARIANO, Ricardo. **Secularização do Estado, liberdades e pluralismo religioso**. Disponível em: <[http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ricardo\\_mariano.htm](http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ricardo_mariano.htm)>. Acesso em 30 de novembro de 2008.