

**Geração JB, a igreja sem paredes:
liderança carismática e religiosidade entre jovens**

Debora Cristina Gerola da Cruz¹
Sandro Adalberto Colferai²

Resumo

Este artigo aborda, a partir da Teoria da Folkcomunicação, as relações que se estabelecem no grupo autodenominado Geração JB. Trata-se de um grupo de jovens na cidade de Vilhena (RO), que se reúne periodicamente em praça pública para realizar celebrações religiosas ecumênicas. A percepção é de que a reunião dos membros e os processos por eles utilizados são, essencialmente, folkcomunicacionais, tal como apresentado no conceito apresentado por Luiz Beltrão.

Palavras-chave: Folkcomunicação; líder carismático; religiosidade; juventude.

Abstract

This article discusses, from the theory of folkcommunication, relations that are established in the group called Generation JB. This is a group of young people in the city of Vilhena (RO), which meets regularly in public to perform religious ecumenical celebrations. The perception is that the meeting of the members and the processes they use are essentially folk communication as presented in the concept presented by Luiz Beltrão.

Keywords: Folkcommunication; charismatic leader; religious; youth.

Introdução

O que nos propomos aqui é levar a apresentar os resultados da pesquisa, realizada a partir do arcabouço teórico da folkcomunicação, levada a efeito entre o grupo de jovens autodenominado Geração JB, que se reúne semanalmente em espaço público, na cidade de Vilhena, em Rondônia, para realizar encontros de cunho religioso ecumênico. A atenção, no percurso de pesquisa, recai sobre dois principais elementos: a não utilização dos meios de comunicação de massa convencionais e a identificação de um líder carismático – líder folk – entre os membros do Geração JB.

1 Graduada em Comunicação Social/Jornalismo (UNIR).

2 Doutorando em Sociedade e Cultura na Amazônia (UFAM); mestre em Comunicação Social (PUCRS); professor no curso de Comunicação Social/Jornalismo (UNIR); membro do Grupo de Pesquisas Mapa Cultural de Rondônia (UNIR).

Reconhecemos as dificuldades ao empreender a análise folkcomunicacional, principalmente em função das resistências que tal perspectiva ainda aciona. Mas, trata-se de um objeto que pode ser constituído desde as conversas nos portões das casas, ou grupos reunidos batendo papo (estratégias que as classes populares utilizam para se comunicar), que muitas vezes são taxadas como pessoas desocupadas, sem muitos afazeres. Para Hohlfeldt (2006, p. 05), “aquelas estratégias se colocam, primeiro, como algo *demodé*, ultrapassado, e até mesmo ridículo, mas eventualmente, também como realidade curiosa, porque atípica apropriável eventualmente enquanto objeto de estudo”.

O que há ali é um processo comunicacional, com transmissão de mensagens a todo instante. Os grupos marginalizados não buscam informações diretamente nos meios de comunicação de massa, mas utilizam os meios de comunicação folk.

Folkcomunicação e religião

A gênese da Teoria da Folkcomunicação está na análise do ex-voto realizada por Luiz Beltrão já no seu primeiro artigo de impacto, em 1965. Beltrão defende que as cartas e objetos deixados pelos fiéis são elementos de comunicação popular, que dispensam qualquer outro meio para realizar o processo comunicacional.

Os grupos marginalizados têm na religião um importante canal de expressão que, através de atos místicos comunicam, e os que fazem parte deste contexto compreendem a mensagem. Procissões, romarias, pagamento de promessas, tudo possui seu significado. E uma das figuras mais importantes neste conjunto é o líder religioso, que geralmente dita às regras do grupo, quase sempre contestando o meio em que estão vivendo. A mensagem é sempre de esperança por um mundo mais justo e o discurso apaziguador.

O messianismo brasileiro se fundamenta nas crenças e aspirações comuns da humanidade: permanente anseio universal de perfeição e liberdade. Esperança obstinada no advento de um mundo melhor [...] Parece basear-se na insatisfação contra um atual estado de coisas, no sentimento de desprezo e revolta contra tudo que parece insuportável. (BELTRÃO, 1980, p. 106).

Com a disseminação de novas tecnologias as próprias entidades religiosas passam a recorrer aos veículos de comunicação de massa. Igrejas católicas e protestantes

atualmente utilizam rádios, jornais, revistas, televisão e *internet* para transmitirem suas mensagens. É neste contexto que Marques de Melo salienta que após séculos de profundas mudanças na sociedade as instituições, em especial as religiosas, voltaram-se para a necessidade de repensar a relação com seus públicos. Dá-se então uma nova era para as religiões “que passaram a fazer uso dos meios de comunicação para se aproximar dos fiéis, difundir ideologias, reforçar aspectos dogmáticos que as norteiam e, principalmente, arrebanhar novas ‘ovelhas’” (ASSIS, 2007, p. 201).

Neste contexto, em meio às tecnologias, correrias e dificuldades do dia-a-dia, o homem segue na busca por amenizar angústias, e a religião se mostra como uma alternativa. Os líderes religiosos ficam responsáveis por transmitir o que este público procura: palavras de conforto e que ao mesmo tempo contestem injustiças. A religião surge como base estrutural e a igreja como um local onde pode-se expor emoções. Este se torna um dos únicos terrenos legítimos em que o sujeito pode ter sensações e experiências que destoam de seu cotidiano. Podem gritar, sair de si, chorar, cantar e, em alguns casos, serem exorcizados (VELHO *apud* KLINTOWITZ, 2001).

E é através dos meios folk que estes fins são alcançados. É na procissão de romaria, nas celebrações de cultos, e outros mais, que os fiéis mais claramente manifestam suas crenças, e onde são mais profundamente marcados pela experiência religiosa. Ao utilizar as formas de comunicação mais simples, as comunidades resgatam, reforçam aspectos culturais, e colaboram para melhorar a auto-estima da população contemplada por mecanismos tradicionais de difusão (PINTO, 2004).

O Geração JB

Ao deter a atenção ao grupo Geração JB, o entendemos como uma reunião de indivíduos motivada pela crença comum, que o caracteriza, claramente, como um grupo religioso, apartado das denominações religiosas formais. Da mesma forma, a sua difusão não se dá a partir de meios formais. Para maior clareza, acreditamos ser importante caracterizar o grupo aqui foco, a partir de sua constituição.

O Geração JB surgiu em 2006 na cidade de Vilhena, no sul do estado de Rondônia, já na divisa com Mato Grosso. A cidade formou-se e cresceu até os seus atuais

77 mil habitantes recebendo principalmente colonos imigrantes das regiões sul e sudeste, atraídos pela região pelos projetos de colonização oficial realizados pelo governo federal nas décadas de 1970 e 1980. Uma das suas mais marcantes características – além da população com marcada origem sulista – é a proporção de evangélicos e a profusão de igrejas das mais diferentes denominações.

O grupo é formado principalmente por jovens e adolescentes entre 11 e 28 anos, e tem agora pelo menos uma centena de pessoas que se declaram parte da Geração JB. Desde o início a liderança é de Enéas Teles dos Santos, ou Nenow, como é conhecido pelos membros do grupo e como prefere ser chamado. Os encontros são realizados no coreto existente na praça pública Padre Ângelo Spadari, que se transforma numa “igreja sem paredes”. A iniciativa para a formação do grupo partiu da conversa entre amigos, como conta o líder do grupo:

Eu tinha sonhado com uma amiga e neste sonho eu via ela com as mãos erguidas, e via também uma mão que vinha do céu, e ela tava segurando esta mão e de repente ela começou a soltar e, eu acordei. Aí no outro dia de manhã eu encontrei ela no MSN e a gente começou a conversar e ela falou que não estava bem com Deus e a gente decidiu fazer alguma coisa diferente e surgiu essa ideia de fazer um culto na praça.

Os encontros se repetiram nas semanas seguintes e outras pessoas, por meio de convites boca-a-boca, passaram a frequentá-lo, levando amigos. “As pessoas iam realmente porque sabiam que lá era um lugar para evangelismo, as pessoas sabiam que se fossem lá os amigos iam acabar aceitando a Jesus” (informação verbal)³. Com o crescimento do grupo foi necessário encontrar um nome. Nenow na época estudava a vida de João Batista e sugeriu chamar o grupo de “Geração João Batista”, ou apenas “Geração JB”.

Eu vejo assim, que esta geração tem também este chamado de preparar o mundo pra volta agora do Messias. Pra vinda de Jesus. Então esse é um dos pontos, outro ponto é que ele se via na Bíblia, que ele se vestia totalmente diferente das outras pessoas na época dele, então, eu vejo assim, que os jovens de hoje, eles mostram uma identidade muito forte através da maneira deles se vestirem, da maneira deles serem assim, exteriormente falando. A maneira deles se vestirem, *piercing*, tatuagem, colocar cor do cabelo, diferentes estilos de roupa, é um desses pontos.

³ Entrevista de Vinícius Ferreira concedida ao autor, em 6 de julho de 2010.

Outro ponto é a ousadia assim que ele tinha de falar, falar sem medo para as pessoas⁴.

O Geração JB cresce e chama a atenção como uma nova comunidade evangélica em formação, descolada das regras tradicionais das denominações religiosas, distanciando-se do formalismo que delimita as celebrações religiosas dentro dos templos. Os participantes, a maioria oriunda de igrejas tradicionais, vai às reuniões usando bermudas, tênis *All Star* ou chinelos e camisetas regata, expondo tatuagens e *piercings* espalhados pelo corpo, construindo para si uma identidade avessa aos padrões convencionais.

Os encontros

O ambiente da Praça Padre Ângelo Spadari às segundas-feiras começa a mudar depois das 18 horas. Jovens chegam com instrumentos musicais e caixas de som. Tudo é montado no coreto enquanto cada vez mais pessoas, quase todas adolescentes, começam a se reunir no seu entorno. Quando guitarra, contrabaixo, bateria, violão, microfones e um *data-show* estão instalados, tudo está pronto para o culto, marcado para as 19h30 – mas que raramente começa na hora marcada. Mas, não há queixas.

Enfim, Nenow pega o microfone e diz: “Boa noite, gente!” As conversas param. Tudo começa com uma oração e, após o amém, ouve-se vários gritos. É comum nas celebrações a presença de bandas gospel locais. As letras das músicas são mostradas no *data-show*; todos gritam, muitos pulam em frente aos músicos e até mesmo chegam a subir no coreto e saltar; se abraçam, choram, cantam e batem palmas.

Em seguida há a pregação, quase sempre feita por Nenow. Ele pede para que todos peguem suas bíblias. Procura usar do bom humor e as gírias são abundantes, assim como as brincadeiras com times de futebol – ele é são-paulino e isso provoca vaias e aplausos. As referências que faz vão desde o considerado pelo grupo como líquido sagrado que é a Coca-Cola, até as gírias, estilo, trajés, acessórios e principalmente atitudes do cotidiano.

Os temas das pregações são reflexivos e, principalmente nas ministrações de Nenow, há sempre o testemunho pessoal: a narração de sua conversão é o que mais

⁴ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

comove. Após a mensagem Nenow toca violão enquanto canta músicas. Alguns se abraçam e choram. Outros permanecem quietos acompanhando a canção. Ao final, Nenow faz um apelo aos que querem “se reconciliar com Cristo”, para que se dirijam à frente, para os demais orarem por eles. Neste momento é comum o choro de muitos dos que acompanham o encontro. Várias pessoas pedem perdão. Nenow, ao microfone, ora por estas pessoas, e todos os que permaneceram nas arquibancadas inclinam suas mãos aos que estão no centro para também orarem por eles.

Quando termina a oração Nenow faz a última pergunta da noite: “Tem alguém que quer aceitar a Cristo?”. Quando há uma manifestação todos se exaltam: pulam, correm para abraçar quem se manifestou, exclamando “Aleluia” ou “Glória a Deus”. Após este momento o encontro encaminha-se para o final.

Fato importante a ser destacado é o crescimento e a segmentação do Geração JB. Com o aumento do número de participantes surgiram encontros organizados para parcelas específicas dos participantes. Entre estes grupos específicos se destacam a JB Torcida: nestes encontros os participantes amantes também do futebol participam cada qual com as camisetas do seu time; JB Xtreme: jovens que curtem *skate*, *holler*, patins e *bikes* enquanto o ministério de louvor toca rap, hip-hop, e usam as rampas colocadas em frente ao coreto para manobras radicais; JB Family: onde os jovens e adolescentes podem levar suas famílias para confraternizarem e também evangelizá-los; JB Tronic: espécie de balada cristã, onde apresentam músicas gospel eletrônicas que fazem os participantes realizar uma verdadeira festa, com muito refrigerante e brincadeiras; JB Girls: cultos realizados somente por meninas desde as músicas até as pregações, com o ambiente decorado, apresentações de teatro e dança. JB Virada: realizado nas primeiras horas do ano, conta com participação de diversos ministérios de louvor da cidade, com coreografias, teatro e pirofagia, por exemplo; JB Entrevista: é a entrevista feita por Nenow com pessoas relevantes no meio em que circulam os participantes do Geração JB para falar sobre suas vidas e experiências.

A folkcomunicação esta inserida no cotidiano deste grupo, desde o seu surgimento até o modo como os membros interagem atualmente. Isso ocorre em função das características e da destinação dos discursos. Enquanto os discursos de comunicação social são difundidos para diferentes públicos através de meios convencionais, os da

folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, gestos e atitudes, mantêm relações tênues com o idioma e a escrita. Trata-se de um processo de natureza e estrutura horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que as suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência (BELTRÃO, 2004).

O líder

Desde o princípio Nenow é considerado o líder do Geração JB. Embora tenha nascido em lar evangélico e até os vinte anos acompanhava os pais à igreja, não era ativo nas atividades. O protagonismo começa a se delinear após o contato que teve, pela internet, com as pregações de um pastor carioca, identificado por ele como Jeff.

Eu tava navegando, achei um site lá de um pastor, que era muito doido ele. Eu tava lendo um artigo, eu tava pesquisando um assunto e de repente cai no site dele que li um artigo, ele falava sobre, falava com gírias e, estiloso, bem legal, eu curti, e comecei a ler outras coisas e vi, umas mensagens em áudio dele, das suas pregações que foram gravadas em um igreja mesmo, dele pregando. E foi quando Deus me chamou mesmo através de uma dessas mensagens, dele, e foi no meu quarto mesmo e eu ouvindo aquela ministração fui bastante tocado. Eu ouvi Deus falando muito comigo assim. [...] Então com vinte e um anos foi que eu tive meu encontro com Cristo⁵.

Nenow adotou os preceitos defendidos e seis meses depois de sua conversão surgiu a Geração JB. Os preceitos adotados por Nenow, e depois estendidos ao Geração JB é a ideia da vida cristã em santidade, e a convicção da felicidade e a paz decorrem de uma comunhão contínua com Deus, baseada na renúncia aos desejos da carne. Nenow orienta os jovens e adolescentes do Geração JB a serem dedicados ao estudo da Bíblia para que extraíam dali suas próprias convicções.

Nenow retira de suas ministrações o formalismo religioso. Além da linguagem simples trata de temas próximos à realidade vivida pelos membros do grupo, além de, claramente se preocupar e apresentar assuntos pautados pela mídia.

⁵ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

Como a maioria, 90% são jovens e adolescentes que participam, então a gente tenta buscar temas, assuntos relevantes que eles vivam, que a gente os jovens hoje vivem. Então assim, a gente prepara buscando assuntos na internet, logicamente na bíblia, a Palavra de Deus. E ter tempo com Deus mesmo pra buscar uma direção pra essas palavras que sejam realmente de proveito pra todos aqueles que estão ouvindo⁶.

Nas celebrações Nenow destaca que todos são seus amigos, e que cada um pode procurá-lo para conversar, contar os problemas e tomar uma Coca-Cola para relaxar. As brincadeiras são constantes e voltadas para conquistar a simpatia das pessoas que assistem as celebrações. Ao final das reuniões, rara é a ocasião em que Nenow não esteja atendendo alguém. Todos se sentem simpatizados com sua personalidade e com o trabalho desenvolvido na praça, e procuram orientações e conselhos.

O líder folk

As ações levadas a efeito por Nenow o aproximam do conceito de líder folk, apresentado por Beltrão (1980). Pode-se afirmar que ele é tipicamente um líder folkcomunicador, pois o líder da Geração JB recorre à fonte, decodifica as mensagens e configura e faz as adaptações para transmitir ao seu público. Na preparação para os encontros ele busca nos membros do grupo, por exemplo, para sugestões sobre os temas e a maneira de abordá-los. Por ele fazer este intercâmbio de informações, contextualizar os temas com a realidade de seus liderados apresenta as características de um líder folk, pois

Estão mais sujeitos aos meios de comunicação do que seus liderados. Conhecem o mundo, isto é, recebem e decodificam as mensagens dos meios, interpretam-nas de acordo com os padrões de conduta dos seus liderados, julgam-nas e, com grande habilidade empregam outros meios para transmiti-las, adequadas ao interesse coletivo e em linguagens de domínio e compreensão geral, aos seus iguais. (BELTRÃO, 2004, p.64).

Mas, não é somente esta tradução de mensagens que torna possível considerá-lo um folkcomunicador. A maneira como tomou a liderança de seu grupo também é típico de um líder folk. À medida que o grupo foi crescendo, Nenow foi conduzindo os encontros e

⁶ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

assim tornou-se o líder, sem nenhum cerimonial, eleição ou algo do gênero. “Não teve nenhuma formalidade, foi natural, a gente foi tomando a frente, foi dirigindo os cultos, e foi dando a cara pra bater” (.).

Os líderes agente-comunicadores de folk, aparentemente, nem sempre são ‘autoridades’ reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência. (BELTRÃO, 1980, p.35).

Sua simpatia e o conhecimento que foi adquirindo sobre seu próprio grupo, fizeram cada vez mais com que Nenow conseguisse o reconhecimento dos próprios participantes do Geração JB. Esta é uma característica da liderança carismática, cujo êxito depende, antes de tudo, do conhecimento fortemente intuitivo, das aspirações e desejos mais íntimos daqueles que buscam excitar. Para isso adaptam-se ao espírito simplista do grupo subtraindo-lhe imagens concretas de fatos, acontecimentos e, eventualmente, ideias (BELTRÃO, 1980).

Ao utilizar seguidamente exemplos de sua própria vida, igualando-se de certa forma a seu público Nenow torna-se simplista. “Eu vejo assim, o que a gente prega lá é muito do que a gente está tentando viver hoje, assim como o que você busca como objetivo de vida, como a maioria são jovens e adolescentes, então a gente tenta buscar temas relevantes que eles vivam” (informação verbal)⁷.

Na sua pregação [*do líder*], no seu estilo de vida, o povo encontra sua identidade histórica quase perdida [...] As pessoas retêm ou relembram o que seus antepassados lhes ensinaram [...] O que [*o líder*] diz e confirma com seus milagres é uma prova para as pessoas que os ensinamentos recebidos por seus pais ainda são válidos para hoje. (BELTRÃO, 1980, p. 105, grifo do autor).

Nenow caracteriza-se como pecador, ato que se torna uma tática de equiparar-se a seu público, assim como quando dá exemplos do seu dia-a-dia, situações engraçadas ou desagradáveis que ocorrem em sua casa ou trabalho. E esta é uma das táticas que consistem

⁷ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

em fazer crer à audiência que sente ou pensa como ela e que tem suas próprias aspirações (FINGERMANN *apud* BELTRÃO, 1980). Deste modo quem está ouvindo sente-se na mesma condição que o líder, se vê nas situações narradas por ele, havendo assim uma horizontalidade, pois tanto emissores quanto receptores se colocam no mesmo patamar situacional (HOHLFELDT, 2006).

E, por Nenow ter contato direto com os participantes do grupo, a cada encontro adquire mais conhecimento das necessidades de seus liderados, e esta proximidade leva a ter maior reconhecimento.

Esse acompanhamento que eu tive dessas pessoas [referindo-se a Nenow e outros líderes] que sentaram comigo e que começaram a me levar pra alguns lugares foi imprescindível pra chegar ao que eu sou hoje. Tanto é que eu converso com amigos que são de berço evangélico e não tem Cristo com a intensidade que eu tive durante o tempo que eu tive⁸.

Como consequência dos encontros na praça, Nenow eventualmente é convidado a participar de programas de rádio e TV e, mais frequentemente, a dar entrevistas em revistas e jornais locais. Assim, passou a haver espaço para divulgar as ideias, convicções e projetos do grupo. Além disso, e do uso da oralidade, há o conteúdo produzido por membros do Geração JB e que é postado em canais na *internet*, na maior parte das vezes pelo próprio Nenow. Em seu blog, e no próprio *blog* da Geração JB, nas redes sociais e em vídeos postados no *YouTube*, ele divulga os encontros do Geração JB e ao mesmo tempo utiliza este meio para evangelizar. Assim, ele faz uso da *folkmídia* para também passar suas informações.

Folkmídia [...] significativo de utilização de elementos folkcomunicaçãois pelos sistemas de comunicação de massa. [...] um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa, em que o inter-relacionamento das várias formas distintas de comunicação vai se revestindo de interesse cada vez maior da parte de estudiosos do fenômeno geral que chamamos Comunicação Social. (LUYTEN *apud* ALMEIDA, 2006, p. 85).

⁸ Entrevista de Vinícius Ferreira concedida ao autor, em 6 de julho de 2010.

Além de ter o prestígio dentro de sua comunidade e reconhecimento nos meios de comunicação social convencionais locais, Nenow tem também frequente contato com fontes externas de informação, com as quais discute ou complementa as informações recolhidas (BELTRÃO, 1980). Este contato faz com que se crie vínculos com diferentes líderes e jovens que realizam trabalhos em grupo. Isso levou a realização de encontros semelhantes em outras cidades de Rondônia (Ji-Paraná e Ouro Preto do Oeste), em Curitiba, no Paraná, e em Madrid, Espanha – neste último caso, entre imigrantes brasileiros.

Entre estes diversos aspectos destaca-se a competência de Nenow como orador, o que é fundamental para o reconhecimento entre os membros do Geração JB, e fora dele. Este é fator fundamental para a disseminação do discurso por ele proposto, que pode aqui ser caracterizado como messiânico.

O messianismo brasileiro se fundamenta nas crenças e aspirações comuns da humanidade: permanente anseio universal de perfeição e liberdade. Esperança obstinada no advento de um mundo melhor [...]. Parece basear-se na insatisfação [...] contra um atual estado de coisas, no sentimento de desprezo e revolta contra tudo que parece insuportável. (VALENTE apud BELTRÃO, 1980, p. 106).

Nenow possui arraigadas convicções, à base de suas crenças e costumes tradicionais, da cultura do grupo a que pertence, às quais submete ideias antes de acatá-las e difundi-las, com vistas a alterações que considere benéficas a sua comunidade. E com suas convicções Nenow leva os membros do Geração JB a assumirem como suas as ideias, e a passar a defender esta linha de pensamento, assim como atrair outras pessoas para o grupo.

Geração JB como grupo folk

Os meios para comunicação utilizados pelos membros do Geração JB é uma das características que os identifica como grupo folk. Desde os primeiros encontros a oralidade é a principal ferramenta de comunicação. No início do Geração JB os próprios participantes divulgavam o projeto e convidavam outras pessoas para fazerem parte do grupo. “Das dezoito pessoas que foram no primeiro culto e gostaram e estavam estimulados a

chamarem outras pessoas para viverem aquilo, cada um foi chamando outro e isso foi espalhando”⁹.

Contudo, não é somente na divulgação do trabalho que o Geração JB utiliza meios folk. Nos seus encontros a comunicação dá-se no uso da oralidade com o auxílio de microfones e instrumentos musicais.

No sistema de folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como emissões desportivas pela TV, canções gravadas em disco ou mensagens impressas em folhetos e volantes), as manifestações são sobretudo resultado de um atividade artesanal do agente-comunicador. (BELTRÃO, 1980, p. 27).

Já nos cultos temáticos que envolvem adaptação do ambiente, como o JB Extreme, o grupo Geração JB se comunica com auxílio de recursos audiovisuais, faz decoração temática, usa grafismos, improvisa uma pista de *skates*, para serem usadas durante as músicas executadas ao vivo por bandas. As músicas são adaptadas a partir de ritmos como *rap* e *rock*, o que atrai o público alvo. Isso vai ao encontro da premissa apontada por Beltrão, em que para cada parcela da comunidade se faz preciso usar uma linguagem especial, adotar um meio adequado, empregar uma técnica distinta (MELO, 2004). A estratégia se mostra eficiente, na medida em que os jovens buscam novidades, e os novos estilos empregados na evangelização são eficazes em apresentar a ideia de que “ser cristão não é ser extremamente formal” (informação verbal)¹⁰.

Para se comunicarem os grupos folk utilizam o discurso folclórico, que não envolve somente as palavras, mas também meios comportamentais e expressões não-verbais. Aí se encaixam os cultos temáticos, com linguagem e ambiente preparado para receber seus públicos. A decoração do ambiente e as ministrações são preparadas em detalhes.

É em manifestações coletivas e atos públicos, promovidos por instituições próprias [...] que, sob formas tradicionais, revestindo conteúdos atuais, sob ritos,

⁹ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

¹⁰ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

às vezes universais, mas consagrados pela repetição oportuna e especialmente situada, essa massa popular urbana melhor revela suas opiniões e reivindicações, exercitando a crítica e advertindo os grupos do sistema social dominante de seus propósitos e suas forças. (BELTRÃO, 1980, p. 60, grifo do autor).

O local onde são realizados os cultos, a praça pública, que a princípio já implica um meio informal de comunicação também passa a ser a mensagem. Subentende-se que um ambiente público na maioria das vezes é um local agradável para os grupos marginalizados, onde eles têm liberdade de estar como são. Assim podem demonstrar suas crenças, extravasar nos momentos das músicas, e orações e mostrar à sociedade que são jovens, mas que têm compromisso com a fé.

Contestação crente, uma audiência folk

Para fazer a análise do grupo sob o viés folkcomunicacional é necessário não somente focar nas relações do grupo com o contexto que o cerca, movimento importante para definir, compreender e interpretar o valor ou o papel de qualquer fenômeno, que deve ser observado cuidadosamente, como parte do conjunto e não como manifestação isolada, autônoma, suficiente em si mesma (CORTAZAR apud MELO, 2004).

E, ao analisar o contexto em que se insere o Geração JB pode-se afirmar que é formado por um grupo culturalmente marginalizado, mesmo sendo constituído por pessoas alfabetizadas e que, em grande parte, pode ser enquadrado – quanto à condição socioeconômica – como classe média. A contestação centra-se no culto religioso como é levado a efeito em denominações religiosas tradicionais. Com estilo próprio, estes jovens e adolescentes contestam a forma como muitas igrejas pregam sobre a atitude de cristão através de suas doutrinas e, ao mesmo tempo, contestam o mundo pelo que consideram uma ação em meio ao pecado. “A gente tem essa responsabilidade de denunciar mesmo o pecado, de denunciar com ousadia” (informação verbal)¹¹.

¹¹ Entrevista de Enéas Teles dos Santos, o Nenow, concedida ao autor, em 9 de julho de 2010.

Como destaca Beltrão, a caracterização de grupos culturalmente marginalizados pode ser feita a partir de indivíduos marginalizados por contestação à cultura e organização social estabelecida, em razão de adotarem filosofia e/ou política contraposta a ideias e práticas generalizadas da comunidade (BELTRÃO, 1980). Logo, pode-se afirmar que os participantes da Geração JB são culturalmente marginalizados e, dentre a classificação dos subgrupos que formam esta categoria, estes jovens e adolescentes fazem parte de um grupo messiânico, definido como:

Grupo composto de seguidores de um líder carismático, cujas idéias religiosas representam contrafações, adulterações, exacerbações ou interpretações personalíssimas de dogmas e tradições consagradas pelas crenças e denominações religiosas estabelecidas e vigentes no universo da comunicação social. (BELTRÃO, 1980, p. 103).

É com um estilo próprio de culto que o Geração JB realiza encontros em praça pública. O perfil do líder, amigo, pessoa que cria uma relação mais próxima com seu público, assim como também a proximidade com a liderança, a possibilidade de receber conselhos particulares, criticar, ou simplesmente abraçá-lo, demonstra uma das principais características da liderança folk, diferente do líder religioso tradicional. Trata-se aqui do *feedback* que é o elemento principal do esquema criado por Beltrão.

Manifestações desta natureza podem ser retiradas de depoimentos postados no perfil de Nenow na rede social Orkut, como por exemplo:

Neeeeeeeeeeeeenow /Parabéns meu amigo, tudo tudo mesmo de bom pra você/ você merece viu!/que Deus te de força a cada dia, a cada ano de sua vida para que você continue com este trabalho maravilhoso que é o JB que/ tem ganhado mts jovens pra presença de Deus/ Te amoooooooo meu irmão em Cristo.

Os integrantes da Geração JB o consideram mais que um líder, um irmão, e assim nota-se a diferença de um líder tradicional para um líder folk, pois Nenow não somente dita as regras do grupo, mas tem um contato mais próximo, conhece as necessidades de seu grupo.

A relação que eu tenho com Enéas é uma amizade muito grande, não só como líder e liderado, mas uma relação de irmãos, pois, no início da minha conversão

ele disse: Cara estamos juntos pro que der e vier e, não é só aquele de vamos estar juntos só pra jogar futebol. Nas horas difíceis vamos estar juntos. É uma amizade realmente de irmão que a gente tem. (Entrevista de Vinícius Ferreira).

Quando membros do grupo conduzem os encontros, seja através das músicas, danças, teatros, pregações ou quaisquer outros meios, a liderança coloca em prática elementos básicos da folkcomunicação. Nestas ocasiões a participação da comunidade é plena e ampla, em um processo eminentemente artesanal, garantindo assim interatividade, além de mostrar ao grupo que são verdadeiramente alternativas as funções emissor/receptor.

Eu comecei a caminhar com Enéas e ta sempre andando com ele, e querendo ou não, quando você esta sempre perto de alguém que esta trabalhando sempre sobra serviço pra você também, e como eu sempre gostei da música, o fato de eu sempre perto ali, eu comecei a ajudar, a interagir, com o pessoal, e quando me dei por conta eu já tava lá em cima já¹².

De certo modo quando se apresentam, ministram, este ato passa a ser o *feedback*, o retorno da mensagem que Nenow passa ao dizer que esta Geração tem a missão de “preparar o retorno do Messias”. É perceptível esta resposta ainda durante os encontros, quando Nenow faz suas brincadeiras com o público e eles interagem com palavras, vaias, aplausos, enfim, há efetiva participação por parte dos participantes. Nota-se nos momentos das canções, e orações que todos de certa forma obedecem ao pedido de Nenow e ao mesmo tempo demonstram as suas satisfações e indignações, passando assim uma resposta ao trabalho do líder.

Dependendo das reações de seu público Nenow sabe como agir, pois os membros do grupo têm a possibilidade de chegar a ele e dizer do que precisam e do que gostam mais nos encontros, enfim Nenow tem a resposta da sua audiência.

Considerações finais

Os grupos culturalmente marginalizados da sociedade muitas vezes contestam as vigências existentes, as situações econômicas, enfim, manifesta as opiniões de seu grupo. E

¹² Entrevista de Vinícius Ferreira concedida ao autor, em 6 de julho de 2010.

a Geração JB, que se enquadra neste contexto, faz dos seus encontros uma forma de protesto frente às convenções e tradições de denominações religiosas. Trata-se, ali, para além de um culto religioso, da oportunidade de manifestar publicamente a sua contestação.

Ao analisar o grupo nota-se a importância da figura do líder folk, que faz o intercâmbio entre a classe popular e a erudita além de defender as ideias e necessidades do grupo, para decodificar, modificar, atualizar e retransmitir a mensagem previamente dita pelos meios de comunicação de massa para a sua audiência folk. E neste processo o carisma, fortes convicções e boa oratória são fundamentais, e são elementos que podem ser identificados na figura de Nenow na liderança do grupo Geração JB.

Desde o método utilizado nas ministrações, com palavras de fácil compreensão e brincadeiras que criam uma aproximação com o ouvinte, até mesmo os meios utilizados por ele são característicos de um líder folk. É assim que identificamos a definição proposta por Beltrão (1980) para os processos folkcomunicacionais: um processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa. E é esta a tradução que os jovens e adolescentes do Geração JB fazem em praça pública, para além dos meios formais de comunicação, mas, ao invés disso, lançando mão de meios informais totalmente acessíveis e de fácil entendimento, para a difusão de uma mensagem de interesse comum.

Referências

ASSIS, Francisco. A religião na mídia e vice versa. In: **Comunicação e Sociedade – Dossiê 200 anos da imprensa brasileira**. v. 29, n. 48, 201-205. São Bernardo do Campo, 2008.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BRASIL, Pedro. **Vilhena conta sua História**. Vilhena: Gráfica Delta, 2000.

HOHLFELDT, Antonio. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. In: SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodologias**. São Paulo: Ductor, 2006.

KLINTOWITZ, Jaime. Um povo que acredita. **Revista Veja**, São Paulo, edição 1731, n. 50, dez. 2001.

MELO, José Marques de. Folkcomunicação: **Teoria e Metodologia/Luiz Beltrão de Andrade Lima**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

PINTO, Cíntia Xavier da Silva. Folkcomunicação e manifestações de identificação popular. **Revista Signos**, Lajeado, ano 25, n. 1, 2004.