ARTIGO

Licenciado sob uma Licença Creative Commons

IDENTIDADE, RELIGIÃO E MÍDIA: O ADVENTISMO BRASILEIRO E O FILME “ATÉ O ÚLTIMO HOMEM”

Identity, religion and media: the brazilian adventism and the movie "Hacksaw Ridge"

Gladys da Silva

Graduada em Design Gráfico pela Unip. Bacharelada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).
gladysangelicasilva@yahoo.com.br

Luma Silveira

Graduada em Tecnologia em Secretariado pela Fatec de Itaquaquecetuba. Bacharelada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).
lumacarolina_carvalho@hotmail.com

Rodrigo Follis

Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).
rodrigo.follis@unaspedu.br

RESUMO: O presente artigo analisa os movimentos realizados pela Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) no período de lançamento do filme “Até o Último Homem”. A abordagem do tema se deu através da análise de algumas ações evangelizadoras relacionadas a história do personagem Desmond Doss, cuja vida exemplar representaria, segundo o momento, a identidade ideal para os adventistas. O objetivo foi explicar como os adventistas aproveitaram o contexto cinematográfico da história do herói cristão para elaborar estratégias missionárias atípicas diante dos padrões comumente utilizados pela denominação. Essas estratégias ampliam discussões relacionadas ao uso de meios midiáticos no cenário religioso, tais como HQ's e conteúdos digitais (que, nesse caso, foram produzidos e utilizados como elementos de pregação pela IASD). O presente artigo pretende evidenciar algumas consequências da utilização dos meios comunicacionais na exposição do evangelho, ou seja, discutiremos, através do exemplo elencado, alguns dos processos comunicacionais utilizados em novas abordagens identitárias e comunicacionais.

Palavras-chave: Adventismo; Mídia; Identidade; Religião

ABSTRACT: This article analyzes the movements made by the Seventh-day Adventist Church (IASD) in the launching period of the movie "Hacksaw Ridge." The approach of the theme came about through the analysis of some evangelising actions related to the story of the character Desmond Doss, whose exemplary life would represent, at the time, the ideal identity for Adventists. The goal was to explain how Adventists took advantage of the cinematic context in the history of the Christian hero to develop missionary strategies atypical in the face of the common patterns used by the denomination. These strategies broaden discussions related to the use of media in the religious setting, such as HQ's and digital content (which in this case were produced and used as preaching elements by the IASD). The present article intends to show some consequences of the use of the media in the exposition of the gospel, that is, we will discuss, through the example mentioned, some of the communicational processes used in new identity and communicational approaches.

Keywords: Adventist; Media; Identity; Religion.

Introdução

Apesar de não ser um filme produzido nem apoiado oficialmente pela instituição, no período de lançamento e exposição do filme “Até o Último Homem”, os adventistas do sétimo dia aproveitaram para realizar diversas ações missionárias que promovessem não apenas princípios morais e éticos, mas que abordassem os impactos que a fé e a convicção religiosa de uma pessoa podem causar dentro de contextos tão singulares como, por exemplo, uma guerra.

Baseado em fatos reais, “Até o Último homem” conta a história de Desmond Doss, um soldado-médico que lutou na Segunda Guerra Mundial. Ele se tornou conhecido na história por ser um Opositor Consciente, ou seja, aqueles que se recusam a tocar em armas e a matar pessoas, mas, no caso de Doss, ele aceitou participar ativamente na guerra, ao invés de não servir ao exército. Durante a batalha de Okinawa, Desmond cumpria sua função como médico e, ironicamente, mesmo sem portar uma arma e mantendo sua convicção de não matar, foi à campo e salvou a vida de mais de 75 homens. Sua bravura conquistou a admiração e o respeito entre o batalhão e posteriormente, o soldado tornou-se o primeiro “Opositor Consciente” a receber uma Medalha de Honra do Congresso norte-americano.

O personagem Desmond Doss é uma representação biográfica de uma história baseada em fatos reais, ocorrida com um membro da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD), o que pode se tornar motivo para que os adventistas usem essa história como forma de se divulgar institucionalmente. Além disso, através do filme, Desmond Doss se torna um ícone que retrata, de alguma forma, a memória coletiva que a denominação quer dar a si mesma como ponto articulador de sua identidade.

Allan Novaes, em entrevista à *Revista Adventista* (TONETTI; LIMA, 2016), analisa que ainda existe no adventismo fortes discussões relacionadas ao conflito entre mídia e religião, pleito comum às religiões protestantes no Brasil. Entretanto, a oportunidade de a denominação utilizar um filme comercialmente popular parece ter conduzido essa discussão para um segundo plano, tal como veremos no presente artigo.

Mesmo que um filme (dentre alguns outros meios de comunicação) não seja necessariamente instrumento completamente bem-visto entre diversos grupos evangélicos, por serem considerados “mundanos”, é indiscutível que eles são ferramentas intrínsecas à sociedade contemporânea, não sendo possível se articular a

atual realidade à parte desses instrumentos e da cultura que deles emana, denominada aqui de cultura POP. Ao levar-se em consideração que até mesmo pessoas não religiosas poderão ser alcançadas com a mensagem religiosa de um filme, e na sua esteira existe a possibilidade de ver tal mensagem personificada na identidade de uma denominação cristã, se torna necessária uma análise quanto a forma de transmissão e também quanto a maneira com que se usará a linguagem da cultura pop como ponte para a contextualização dos marcos teóricos da religião perante um novo tipo de público-alvo.

Na esteira desses pensamentos, os adventistas brasileiros produziram conteúdos paralelos relacionados a vida do soldado Desmond Doss, tais como a publicação de um livro com detalhes sobre ele, uma revista com a narrativa da história do personagem, em formato de História em Quadrinhos (HQ), conteúdos digitais e de vídeos, associados a ações tais como a entrega, nas portas de alguns cinemas, de panfletos e a HQ. Assim, a divulgação da história de Desmond, surge como uma tentativa por parte da IASD de engajar os membros no processo de disseminação de sua identidade e memória e também de se tornar visível e conhecida entre outros públicos, utilizando-se da esteira da fama do filme em questão.

A partir disso, o presente trabalho pretende evidenciar e problematizar a utilização dos meios comunicacionais na transmissão e construção da memória adventista no caso Desmond Doss. Através dos processos comunicacionais utilizados, pretendemos abordar alguns dos possíveis benefícios e malefícios que podem decorrer em função do uso de ferramentas comunicacionais comuns da sociedade midiaticizada. Para tanto, o primeiro passo será definir questões relacionados ao que entendemos com os conceitos de identidade, memória e de transmissão. Vale salientar que nosso objetivo aqui não será estudar a questão da recepção, nos atendo apenas no campo da construção da mensagem propriamente dita. Em trabalhos futuros cremos ser interessante pensar também esse aspecto aqui não abordado, que não faremos agora apenas por questões de escolha pessoal dos autores, por acreditarmos ser necessário primeiramente discutir as bases antes de irmos definitivamente à campo para análises mais empíricas.

A identidade e a memória coletiva: reflexos atuais da mídia

Quando abordamos a memória, falamos sobre a capacidade humana de

coleccionar verdades e conceitos construídos pela sociedade. Em outras palavras, partimos do pressuposto de que o ser humano só pode recordar-se de algo que esteja ligado à alguma corrente de pensamento coletivo e a esse processo damos o nome de memória. Esse termo pode ser definido como um conjunto de lembranças ou elementos vividos por determinado indivíduo a partir das experiências sociais do coletivo, sendo tais experiências registradas na memória individual conscientemente ou não. As atitudes sociais são resultado de um processo de memorização realizada pelos indivíduos a partir dos grupos. Ou seja, “quando falamos de memória, discutimos o hábito humano de coleccionar fatos construídos de maneira social” (FOLLIS, 2017, p. 29).

A partir da discussão sobre a memória coletiva, é possível argumentar que cada elemento que dela deriva formaria a identidade de uma pessoa. A composição da identidade, tanto coletiva como individual, é um fluxo composto por vários elementos, cada uma com sua importância. Para Martino (2016), a identidade é dinâmica e está em constante mudança, principalmente devido ao enorme fluxo informacional existente na atualidade. Ela é formada por vários elementos, como a família, a escola, a religião etc.

Se levarmos em consideração que ainda hoje a religião se faz um importante elemento na formação de uma cultura identitária na vida de um indivíduo, grupo ou sociedade, concordaremos com Martino (2016) quando argumenta que a religião se relaciona com os problemas, conflitos e questões que são intrínsecas à nossa realidade social. Ao se ter uma religião, a pessoa também faz parte de uma comunidade, a qual a reconhece como parte do seu corpo de membros e a ele o indivíduo se sujeita. Dessa forma, o conjunto de crenças de cunho religioso passa a ser um elemento importante na identificação das relações sociais e faz parte da formação individual daquele indivíduo.

Com o avanço das tecnologias e dos meios de comunicação, é possível afirmar que atualmente a ideia de comunidade também possa ser atrelada aos diversos meios de comunicação (MARTINO, 2016). Ao falarmos de memória coletiva e sua influência no indivíduo, percebemos cada vez mais a mídia como umas das principais fontes de referências, orientações ou opiniões, pois é ali que se encontram vários dos debates, conteúdos ou assuntos socialmente orientados, todos agindo como reflexos do pensamento coletivo e também como agregadores dos diversos indivíduos-espectadores.

Com isso, podemos argumentar que, da mesma maneira dialógica, a memória coletiva é formada pelo conjunto de memórias individuais e a construção da memória

individual também decorrente da memória coletiva. Dentro disso, o conceito de formação da identidade na modernidade recente estaria intimamente relacionado aos processos comunicacionais e culturais, inclusive os ligados diretamente as comunidades religiosas. Compreendemos que a atual sociedade religiosa enfrentaria cada vez mais crises identitárias em decorrência das mudanças vividas na modernidade recente, sejam elas tecnológicas, comunicacionais e, conseqüentemente, culturais. Sendo a memória coletiva uma identidade cultural, levando em conta a ideia de comunidade atrelada aos meios de comunicação e os associando aos demais elementos da cultura pop presentes na sociedade, é possível afirmar que a construção cultural e identitária do adventismo também transitaria dentro desse cenário (FOLLIS, 2017).

Relações entre mídia e religião

A religião é um dos temas de estudo das ciências sociais por ser considerada um fenômeno social. Os fatores religiosos se tornam de interesse dos pesquisadores e estudiosos porque as crenças religiosas estão ligadas ao modo como indivíduos e comunidades se relacionam uns com os outros. Assim como as tribos urbanas classificam gostos e estilos de determinado grupo, a religião faz o mesmo dentro dos processos sociais inerentes ao seu próprio campo de atuação simbólico.

A partir de 1980 as relações entre mídia e religião também ganharam espaço como objeto de estudo para os pesquisadores da área de comunicação. Um dos motivos para que isso ocorresse, foi a explosão do movimento dos “televangelistas” e a tentativa por parte das igrejas de se inserirem no novo contexto cultural referente ao uso tecnológico e massivo dos meios de comunicação. “Nessa época, as pesquisas em mídia e religião se dirigiram, em boa parte, a estudar a chamada ‘mídia religiosa’, ou seja, o uso da mídia pelas igrejas – quais eram seus objetivos, suas características, limites e possibilidades” (MARTINO, 2016, p. 22).

Para falar da mídia dentro do campo religioso é preciso definir o que consideramos como sendo a midiatização da religião. Em palavras simples, a midiatização é a articulação entre o ambiente midiático e os processos sociais. Esses processos se relacionam com o contexto social em que as pessoas estão inseridas, e com a linguagem que esse público está acostumado a utilizar entre si (filmes, séries, animes, mangás, HQ’s). Dentro da religião a midiatização ocorre quando as práticas de

produção referentes a divulgação da mensagem religiosa se organizam dentro de uma lógica vinculada ao ambiente midiático (filmes, clipes, canais no YouTube, jornais, programas de TV). Mas se for apenas uma transmissão, sem alteração alguma da ordem litúrgica e conceitual do culto, então chamamos de mediação (MARTINO, 2016).

Se aceitarmos que a sociedade sofre um processo de midiatização, podemos pensar que a dinâmica do campo religioso também seria afetada por esse processo. Afinal, o universo religioso está ligado ao cotidiano dos processos culturais e midiáticos. Isso significa que a interpretação de uma mensagem tem a ver com as referências e a relação que o receptor tem com a sociedade e os outros meios em que está inserido. O cotidiano, a história, a vida pessoal, passam a ser pensados como dimensões fundamentais para se compreender as dinâmicas da comunicação. A circulação da mensagem religiosa, no ambiente das mídias, deve ser ligada às mediações presentes na sociedade. Se entendermos a religião como um código de sentidos para os fiéis, então, saberemos criar uma ponte de identificação interligada aos outros campos, elementos e contextos da sociedade.

A cultura midiatizada é hoje parte importante no processo de construção da identidade dos indivíduos. É no âmbito cultural que a humanidade expressa suas esperanças e incertezas, e é nas produções culturais que surgem novas formas de pensamento e novas questões do interesse social. Cremos que seja preciso as igrejas se familiarizarem com os medos e esperanças de uma cultura, envolver-se com ela e falar sempre de forma relevante e contextualizada, e parte disso seria entrar dentro da lógica da midiatização. A arte cinematográfica, por exemplo, pode ser uma forma de criar diálogos entre cristãos e não cristãos. Devemos considerar que histórias possuem filosofias de vida, coisas que normalmente as pessoas se identificam (TURNER, 2014).

Identidade no adventismo brasileiro

Um dos conceitos básico para que uma religião se defina é considerar-se portadora de algum tipo de verdade que seja considerada válida para aqueles que são membros de tal grupo. Essas verdades, na maior parte das vezes, traçam fronteiras entre aqueles que as conhecem e os grupos que não as conhecem. Para que uma denominação esteja certa uma outra denominação tecnicamente deverá estar errada, pelo menos na percepção de seus seguidores. Dessa forma, a possível busca pela “verdade” irá separar

a humanidade em grupos (exemplo: de um lado podemos ter os salvos, do outro os que precisam ser salvos e um terceiro grupo seria aqueles que vão se perder). Essa relação subjetiva é o que determina a identidade central de indivíduos que fazem parte de um grupo religioso, pois ele ajuda a articular a resposta para a famosa pergunta sobre “quem somos”. “Dessa maneira, não pertencer a determinado grupo também é importante, pois quem não somos determinará em grande parte as fronteiras daquilo que nos identificam” (FOLLIS, 2017, p. 121).

Para entender o que consideramos ser partes importantes da formação da identidade do adventista brasileiro, é preciso relembrar e compreender os fatores primordiais que envolvem o processo de construção da própria identidade de um indivíduo, considerando o que está além de uma função social ou posição econômica que ele venha ocupar. Parte do que sustenta e dá origem a autoafirmação do que/quem somos depende do que enxergamos no “outro”.

O processo de autoconstrução e individualização é sempre a partir da relação do grupo com o indivíduo. E essa formulação é composta de duas partes, o “eu” e o “outro”, em um processo inseparável, devido ao “eu” não existir sem o “outro” para o delimitar e o diferenciar. A identidade está mais ligada com a busca de um significado e não se resume a função do indivíduo dentro do grupo. Ela é, acima de tudo, uma relação política, no sentido de dar sentido, dignidade e status social a seu portador e, dentro desse processo, reproduzir a existência e estruturas dos grupos e quadros de memória. A função do indivíduo dentro do grupo, assim como seus discursos, é que são os principais beneficiados do significado da identidade buscada (FOLLIS, 2017, p. 121).

Ao analisarmos a forma como o adventismo brasileiro se relaciona com os processos comunicacionais e os meios de divulgação, bem como os materiais que produzem e as técnicas de evangelização, podemos compreender de que forma a denominação está se inserindo no contexto cultural moderno.

Segundo Carmo e Novaes (2015), a Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) sempre deu prioridade a criação e divulgação de conteúdos através do material impresso. De acordo com Follis (2017), a denominação adota essa forma por considerar o intelecto e o exercício do pensamento de forma racional e linear mais relevante do que o pensar movido pelas emoções no que diz respeito a pregação do evangelho. Os adventistas acreditam que a forma letrada acarreta mais inteligência ao manter a mente

focada e aberta. Essa supervalorização da forma escrita se deve ao fato de que os pioneiros da denominação viveram numa época em que o material impresso era o meio de comunicação mais viável e acessível à população. Foi graças a essa visão que um dos mais históricos meios de se comunicar com a comunidade de membros dentro da IASD, é o periódico intitulado *Revista Adventista* (RA). Um dos principais objetivos da revista “é anunciar a missão de sua igreja e principalmente noticiar os fatos ocorridos no mundo adventista e no contexto religioso em geral, sempre pensando em nutrir a vida espiritual de seus leitores” (SILVA; SILVEIRA, 2016, p. 1).

Falar sobre a *Revista Adventista* implica em discorrer sobre uma das maiores fontes identitárias oficiais da denominação, pois aborda diversos assuntos relacionados ao cotidiano dos leitores cristãos, alcançando membros leigos, líderes e pastores.

Cada tema tem por finalidade agregar princípios morais e éticos, além de instruir quanto a questões que envolvem a qualidade de vida, tais como: saúde, educação de filhos, relacionamento, finanças, comportamento e entretenimento [...]. Como representante da opinião da Igreja Adventista do Sétimo Dia, a RA demonstrava alguns conflitos entre mídia e religião, comum às religiões protestantes no Brasil sendo afirmado por Novaes em entrevista a RA (maio de 2016, p.7) quando diz que o pensamento da IASD faz parte de seu “DNA teológico-social”. E que “talvez sejamos o segmento religioso que, em sua gênese e identidade, tenha maior vínculo com o impresso” (SILVA; SILVEIRA, 2016, p. 2).

A *Revista Adventista* é e sempre foi um reflexo da formação de identidade da denominação, inclusive ao que se refere aos elementos da cultura popular e aos processos de aceitação ou não dos mais diversos instrumentos midiáticos. As pesquisas recentes apontam que mesmo em processo lento, ao longo dos anos, a IASD tem se adaptado quanto alguns desses elementos culturais, e até feito uso deles como fonte de evangelização, tais como histórias em quadrinhos e livros de ficção (CARMO; NOVAES, 2015 e SILVA; SILVEIRA, 2016).

Abordagens missionárias em função do filme “Até o último homem”

Para continuar o presente artigo, precisamos discutir mais detidamente nosso objeto de estudo. Cerca de uma década atrás, o soldado Desmond Doss faleceu, mas apenas recentemente sua história ganhou repercussão mundial devido a uma produção cinematográfica dirigida por Mel Gibson. O longa recebeu indicações para o Globo de

Ouro além de seis indicações ao Oscar. No Brasil o filme foi lançado no dia 26 de janeiro de 2017 e obteve boa recepção por parte da crítica, que considerou a atitude de Doss um reflexo de sua convicção religiosa.

Como já citado anteriormente, Desmond Doss foi um soldado adventista que se tornou conhecido por recusar-se a tocar em armas e a matar pessoas durante a Guerra em Okinawa. Entretanto, mesmo diante dessa postura, Doss conseguiu salvar a vida de aproximadamente 75 soldados. Nascido em Virgínia, no ano de 1919, Doss cresceu observando um quadro que ilustrava os dez mandamentos. Esse quadro lhe chamava muito a atenção, principalmente a cena de Caim, com um pedaço de madeira na mão, matando Abel. Ao olhar a gravura, ele se perguntava muitas vezes: “Como alguém pode fazer isso com o próprio irmão?”. Ainda na infância, Desmond viu seu pai bêbado discutir com seu tio, na confusão o pai do garoto pegou uma arma de fogo numa tentativa de matar o próprio irmão. Para evitar tal tragédia a mãe de Doss se envolveu na briga, e tirando a arma da mão do marido entregou-a para o garoto pedindo-lhe que levasse a arma para bem longe. Desmond correu por dois quarteirões e, enquanto corria, decidiu que, a partir daquele momento, nunca mais pegaria em uma arma¹.

A história do personagem Desmond Doss como representação biográfica de um soldado cristão que pertenceu a IASD é um fator extremamente relevante para a denominação, justamente por conseguir, de alguma forma, associar seu nome institucional com o lançamento de tal obra cinematográfica. Embora o filme não tenha sido feito ou mesmo idealizado por adventistas, ele oferece uma oportunidade única de identificar e divulgar o nome da instituição. Ao olhar por esse ângulo, até mesmo as fortes discussões relacionadas ao conflito entre mídia e religião, são deixadas de lado por um interesse maior: a oportunidade de se comunicar o nome da instituição.

Considerando que pessoas não religiosas irão consumir um conteúdo que potencialmente carrega, mesmo que indiretamente, o nome da instituição adventista, a denominação no Brasil procurou se preparar e criar estratégias diferenciadas para “evangelizar” as pessoas que tiveram acesso a história do soldado Desmond Doss. Sendo assim, a instituição adventista brasileira passou a discorrer sobre o lançamento do filme e a história de Desmond através do portal virtual da *Revista Adventista* (figura 1). O objetivo era engajar a comunidade adventista a participar das estratégias missionárias

¹ Ver mais detalhes em <<https://goo.gl/wXix3K>>. Acesso em 27 de julho de 2017.

relacionadas a vida do soldado que salvou “Até o Último Homem”. (As informações que interessam em especial a esta pesquisa estão grifadas em vermelho).

Figura 1 – Notícia no site da *Revista Adventista* de 28 de setembro de 2016

Fonte: *Revista Adventista*, disponível em <<https://goo.gl/cQSP2a>>. Acesso em 27 de julho de 2017.

Aqui percebemos que os líderes da denominação já previam o lançamento do filme como uma oportunidade. Posteriormente, outras matérias foram surgindo para incentivar os membros a divulgarem os materiais extras sobre a história de Desmond Doss que a IASD estava produzindo. Outro artigo da *Revista Adventista*, postado online, divulga o lançamento do livro na versão em português, com o título “Soldado desarmado: o herói que salvou até o último homem” (figura 2). Além da divulgação do livro, antes da estreia do filme, a reportagem frisa detalhes da vida de Desmond Doss e algumas informações referentes ao lançamento do filme ao redor do mundo.

Figura 2 – Notícia no site da *Revista Adventista* de 4 de novembro de 2016

Fonte: *Revista Adventista*, disponível em <<https://goo.gl/KUsH8G>>. Acesso em 27 de julho de 2017.

Ainda antes do lançamento do filme no Brasil a *Revista Adventista* continuou promovendo a história do soldado cristão, como pode ser visto na figura 3.

Figura 3 – Notícia no site da *Revista Adventista* de 23 de janeiro de 2017

Fonte: *Revista Adventista*, disponível em <<https://goo.gl/h2cttk>>. Acesso em 27 de julho de 2017.

O portal de notícias adventistas também divulgou informações coerentes a vida de Desmond, antes, durante e após a exibição do filme. Uma das notícias (figura 4) deu destaque a distribuição da história do soldado desarmado em versão HQ (figura 5).

Figura 4 – Portal de notícias da DSA de 29 de janeiro de 2017.

Fonte: Site *adventistas.org*, disponível em <<https://goo.gl/H6jWsh>>. Acesso em 27 de julho de 2017.

Figura 5 – Site *adventistas.org/desmond-doss* de 9 de novembro de 2016.

Fonte: Site *Desmond Doss (UCB)*, disponível em <<https://goo.gl/tRCG8d>>. Acesso em 27 de julho de 2017.

A IASD brasileira também se empenhou em traduzir as informações de Doss no site *Wikipédia* e desenvolveu um endereço *web*² sobre o tema para que depois da exibição do filme as pessoas que buscassem mais detalhes sobre a vida de Desmond na internet pudessem encontrar também o conteúdo denominacional da instituição. Nesse site os internautas poderiam ter acesso a versão digital da HQ (figura 5), ao livro lançado pela Casa Publicadora Brasileira (figura 3) e demais conteúdos ligados a

² Mais detalhes em < <http://ucb.adventistas.org/desmond-doss/>> Acesso em 27 de julho de 2017.

denominação. No *YouTube* foi disponibilizado um vídeo³, montado com as imagens produzidas para a revista em quadrinhos, o material foi desenvolvido pelo grupo de pesquisa *Excelsior*, ligado ao Centro Universitário Adventista de São Paulo. O empenho da IASD nas diversas vertentes demonstra sua preocupação em se comunicar também com aqueles que estão acostumados a consumir produtos da cultura pop. Constatamos aqui os seguintes aspectos utilizados pela IASD:

- Lançamento do livro pela CPB: “Soldado Desarmado”;
- Lançamento da revista de história em quadrinhos (HQ);
- Distribuição gratuita dos materiais acima nas portas de saída dos cinemas;
- Criação do site (domínio) sobre Desmond Doss;
- Uma versão em vídeo com as imagens utilizadas na HQ;
- Reportagens nos portais da IASD.

Como discutido em trabalhos anteriores (FOLLIS, 2017), o principal objetivo da IASD é tornar sua pregação e nome conhecidos, sendo assim, fortes aspectos proselitistas podem ser percebidos dentro do movimento em toda a sua história. Embora o filme não tenha sido produzido ou mesmo financiado pela IASD, é interessante como ela "pega carona" nesse projeto com o objetivo de levar seu nome institucional para alcançar não adventistas.

É preciso ter em mente que o filme não se preocupa em divulgar o adventismo, por exemplo, o personagem principal, em nenhum momento da obra, é mencionado como sendo dessa denominação. Entretanto, essa realidade não impede a IASD de fazer tal associação. Na verdade, toda a comunicação analisada no presente artigo está preocupada justamente em juntar esses dois pontos, mostrando que o personagem não era simplesmente um cristão, mas, sim, um adventista do sétimo dia. E essa ênfase reforça o argumento proselitista acima mencionado.

Embora não seja propriamente a questão aqui abordada, ficando para uma análise futura, é interessante pensar na validade da hipótese de que se encontraria muito para discutir ao se comparar a construção do personagem no filme com àquela veiculada

³ Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=TDGGd6w9I4U> > Acesso em 27 de julho de 2017.

nas mídias adventistas, mostrando similaridades e distanciamentos entre essas duas construções.

Considerações finais

Nos Estados Unidos o soldado adventista Desmond Doss sempre foi considerado um herói nacional e símbolo da “não combatência” para os adventistas.

São diversas as publicações exaltando as proezas heroicas de Doss, “que inclusive já teve a história adaptada a quadrinhos como *A Hero Without a Gun (Um Herói Sem Arma)*, da DC Comics e *Medal of Honor (Medalha de Honra)*, da Dark Horse Comics. Sua história inspirou o livro *The Unlikeliest Hero (O Herói Improvável)*, assim como o documentário *The Conscientious Objector (O Objeto de Consciência)* (DIAS, 2016, p. 9).

Considerar que outros meios midiáticos típicos da cultura pop estão utilizando a história de um “herói” adventista é com certeza motivo de grande privilégio para o nome da instituição. Assim, deixar de lado uma história que corresponda a parte dos princípios identitários da denominação seja promulgada sem que a instituição faça parte pode significar uma perda de oportunidade comunicacional. Ao observarmos nos tópicos anteriores que a sociedade tem enfrentado mudanças em decorrência dos novos processos tecnológicos e comunicacionais, é notável que em consequência disso a comunidade social se porta, se comunica e consome elementos que fazem parte dessa nova cultura. Em reconhecimento a esse fato compreendemos que pouco a pouco a IASD tem procurado não só a se adaptar a essas mudanças, mas a inserir-se nesse contexto com a produção de materiais que “conversem” de igual para igual com os outros elementos consumidos pela sociedade atual.

Devido à resistência de uma parte considerável de membros da instituição por decorrência de uma cultura protestante que acredita que alguns elementos da cultura pop sejam inapropriados para cristãos, reconhecemos que uma das consequências negativas por se utilizar dos processos midiáticos é causar um certo desconforto nos membros mais tradicionais da denominação adventista. Entretanto, não podemos deixar de notar que as vantagens proporcionadas por esses elementos da cultura pop podem ocasionar uma boa oportunidade para formação de diálogos junto a diferentes públicos e acender parte do processo dialógico entre emissor e receptor. Se as ações realizadas nas saídas dos cinemas tiveram uma boa receptividade por parte das pessoas que assistiram ao

filme, outras estratégias semelhantes podem ter bons resultados para a instituição. Entretanto, não foi interesse da presente pesquisa discutir a questão da recepção, que deve ser pensada em trabalhos futuros. Estar familiarizado com conteúdos provenientes da cultura pop implica se comunicar de igual com as pessoas inseridas nesses contextos.

A midiatização é o grande desafio para as religiões na atualidade, devido as mudanças tecnológicas e as diversidades de opções trazidas por essas mudanças no próprio conceito de “ser religioso”. A religião hoje é apenas uma das opções dentro do universo simbólico, tendo que enfrentar grande concorrência vinda de todos os lados e provinda de diversas opções diferentes e até mesmo paradoxais. O entretenimento ocupa cada vez mais espaço na vida e na construção identitária das pessoas.

Assim, quando uma igreja vê uma oportunidade de divulgar sua mensagem, dentro de um grande lançamento cinematográfico, ela não pode perder tal chance. Isso se dá pelo fato de ser uma oportunidade de vencer, mesmo momentaneamente, a resistência de grande parte do público-alvo quanto a pregação religiosa. Muitos não aceitariam um pastor indo até a sua casa, mas ouviram a mensagem do filme e tiveram chances de articular essa história à uma igreja específica, através das ações realizadas pela IASD brasileira. Em outras palavras, as opções dos quadros da memória são muitas, devido a isso, muitas são as possibilidades de construção identitária, e a mesma sociedade fragmentada que causa essa realidade é àquela a qual um grupo religioso tem o desafio de falar sobre sua identidade e transmitir sua memória.

.

Referências

- CARMO, F.; NOVAES, A. M. As histórias em quadrinhos e o adventismo brasileiro: conflitos e aproximações na Revista Adventista. In 28º Congresso Internacional da SOTER, 2015, Belo Horizonte. **Anais [...]** Belo Horizonte, MG: PUC MINAS, 2015. p. 1156-1164.
- DIAS, L.S. Um herói sem arma: Desmond Doss e a mitologia do herói nas publicações adventistas. In 11º Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial da UNESCO, 2016, Engenheiro Coelho. **Anais [...]** Engenheiro Coelho, SP: UNASP EC, 2016.
- FOLLIS, R. **Memória, mídia e transmissão religiosa**: estudo de caso da Revista Adventista (1906-2010). Tese (Doutorado em Ciências da Religião). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017.
- MARTINO, L.M.S. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.
- SILVA, G.A.A; SILVEIRA, L.C.C. O que estão lendo os nossos jovens?: uma análise da opinião da Revista Adventista sobre literatura ficcional à luz do Grande Conflito. In 11º Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial da UNESCO, 2016, Engenheiro Coelho. **Anais [...]** Engenheiro Coelho, SP: UNASP EC, 2016.
- TONETTI, M; LIMA, W. **Mídia do bem**. Revista Adventista, p. 6-7, maio. 2016.
- TURNER, S. **Engolidos pela cultura pop**: arte, mídia e consumo: uma abordagem cristã. Minas Gerais: Ultimato, 2014.

Recebido: 04/10/2017

Received: 10/04/2017

Aprovado: 23/11/2017

Approved: 11/23/2017