

ARTIGOS

ADVENTISMO "APOCALÍPTICO" E "INTEGRADO"

Carlos Henrique Nunes
União Sul Brasileira
da Igreja Adventista do Sétimo Dia
carlos.nunes@uol.com.br

Resumo: A comunicação tem suas vertentes de estudos e o estudo do fenômeno midiático na era da indústria cultural pode ser aplicado à última profecia bíblica a se cumprir antes da Parousia. Essa aplicação possibilita uma via, que não seja apocalíptica e nem integrada, em relação à pregação do evangelho pela mídia de massa.

Palavras-chave: Evangelho, Pregação, Media, Adventismo.

“APOCALYPTIC” AND “INTEGRATED” ADVENTISM

Abstract: Communication has its lines of study, one of them being the study of the phenomenon of the Media in the Era of the Culture. Such line of study could be applied to tool for understanding the last biblical prophecy to be fulfilled before the Parousia. Such application opens up a path, which is not apocalyptic and neither integrated, in relation to the preaching the Gospel through the Mass Media.

Keywords: Gospel, Preaching, Media, Adventism.

Foi Umberto Eco quem cunhou, nas pesquisas acerca do fenômeno da indústria cultural¹ e dos mass media², a expressão "apocalípticos e integrados"³. É dela que deriva, em última instância, praticamente tudo que temos lido e ouvido daqueles que se debruçam a pesquisar as implicações da comunicação de massa.

¹ Expressão criada por Adorno e Horkheimer, fundadores da Escola de Frankfurt, que abarca toda produção dirigida para o consumo das massas segundo um plano pré-estabelecido.

² Expressão que engloba os meios de comunicação em larga escala, notadamente aqueles que disseminam fatos, opiniões, entretenimento e informações em jornal, rádio, cinema, televisão, revistas, CDs e outras veículos.

³ Expressão utilizada por Umberto Eco para designar os pensadores catastróficos quanto ao rumo das produções culturais afetadas pelos mass media e os alinhados que valorizavam o avanço tecnológico da era da reprodutibilidade em escala industrial dos bens de consumo culturais.



A discussão ganhou corpo, acirrando ânimos e polarizando campos do conhecimento, a partir do surgimento da reconhecida Escola de Frankfurt⁴. Em seu escopo doutrinário, a noção de que o advento dos meios de comunicação de massa em associação com a era da reprodutibilidade em escala industrial das manifestações culturais produziu um público acrítico, robotizado e manipulável.

As pesquisas em comunicação seguem polarizadas em pelo menos três campos do conhecimento: os frankfurtianos, os funcionalistas e os adeptos do grupo chamado "estudos culturais"⁵. O presente artigo tem por objetivo trazer à luz os postulados de tais campos de estudo do fenômeno midiático na era da indústria cultural, bem como aplicá-los à última profecia bíblica a se cumprir antes da Parousia.⁶

Os Caminhos Adventistas

Mateus 24:14 revela a última condicionante para o retorno de Jesus e o que os cristãos evangélicos, em sua maioria, acreditam ser o fundamento para o estabelecimento de um novo reino: o celestial. Nesta passagem lemos que "este evangelho do reino será pregado a todo o mundo para testemunho a todas as nações e, então, virá o fim". Na esteira dessa verdade revelada, desde a Reforma Protestante do século XVI, uma infinidade de movimentos religiosos têm se erguido sob a prerrogativa de anunciar as boas-novas ao mundo.

Um grupo em particular tem na raiz profético-escatológica não só a razão de ser de seu surgimento como também a reivindicação escriturística para se autoproclamar a Igreja Remanescente de Apocalipse 14. Desde 1844, na esteira do movimento milerita, a Igreja Adventista do Sétimo Dia tem assumido essa condição, anunciando a salvação em Jesus Cristo.

Ocorre que, quando olhamos as dimensões territoriais do mundo a ser atingido pela mensagem salvadora, é inevitável que se estabeleça a conexão com o alcance globalizado dos fenômenos de comunicação de massa descritos por Marshall McLuhan⁷.

⁴ Linha de pensamento acerca da comunicação estruturada por Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Max Horkheimer, Theodor Adorno e Siegfried Kracauer.

⁵ Campo interdisciplinar do estudo da comunicação que tem origens na Escola de Birmingham e que nasceu em contraposição à Escola de Frankfurt. Seus pressupostos levam em conta a teoria social, economia, política, história, comunicação, teoria literária e cultural e a filosofia.

⁶ Termo grego que significa o retorno de Jesus.

⁷ Canadense, ex-professor de literatura. Radicado nos Estados Unidos, assombrou o mundo quando, em 1963-64. Introduziu conceitos inéditos na comunicação de massa como a idéia de que cada meio de comunicação é a extensão de um sentido humano. É dele o famoso conceito de aldeia global.



Será possível evangelizar o mundo sem recorrer aos recursos da mídia universalizada que, hoje, une povos e culturas em toda parte do globo? Se admitirmos a hipótese de que essa será a única forma de cumprimento da última condição para o segundo advento de Cristo, teremos que, forçosamente, reconhecer que o adventismo "apocalíptico" e "integrado" precisa rever seus conceitos.

Os Apocalípticos

Ainda soa como dogma que permeia os círculos adventistas, especialmente os de produção do conhecimento, uma visão que tende a espalhar o senso comum de algo que poderíamos chamar de 'demonização da mídia'. Neste contexto, é evidente o alinhamento dos adventistas 'apocalípticos' - aqueles que exaltam o caráter nocivo da mídia - com os adeptos da Escola de Frankfurt. De comum entre as duas posições, a ideia de que a mente sofre um bombardeio tão intenso de conteúdo midiático ideologizado que, em última análise, produz um efeito anestésico no ser humano. Como resultado desse vírus inoculado na corrente do pensamento humano, somos teleguiados a um universo de gostos, atitudes e comportamentos influenciado pela massificação, o que gera uma atrofia de nossas capacidades intelectuais. As implicações espirituais de tal fenômeno são evidentes se considerarmos esse um estratagema diabólico.

Os que não querem cair presa dos enganos de Satanás devem guardar bem as vias de acesso à alma; devem esquivar-se de ler, ver e ouvir tudo quanto sugira pensamentos impuros. [...] Os que desejam ter a sabedoria que vem de Deus devem tornar-se néscios no pecaminoso conhecimento deste século, para serem sábios. Devem fechar os olhos para não verem nem aprenderem o mal. (WHITE, 2000, p. 403-4).

As avenidas da alma (para ficar no jargão peculiar) são constantemente invadidas por mensagens 'subliminares' que subvertem nossos padrões morais, intelectuais e espirituais, dizem os adventistas "apocalípticos". Para os adeptos dessa linha de pensamento, nada mais adequado e pertinente, uma vez que os próprios comunicólogos já identificaram a disfunção narcotizante dos mass media.

O estar exposto a esta avalanche de informações poderá servir para narcotizar o leitor ou ouvinte mediano, ao invés de estimulá-lo. Assim como uma maior parte de tempo é dispensada em ler e ouvir, temos uma menor parcela disponível para a ação organizada. [...] O cidadão interessado e informado pode contentar-se com seu elevado grau de interesse e informação e negar-se a ver que se absteve de decisão e ação. [...] Por esta razão peculiar, as comunicações de massa podem-se incluir entre os mais respeitáveis e eficazes narcóticos sociais. (MERTON; LAZARSELD, 1990, p.115).



Os Integrados

Que dizer, então, dos adventistas "integrados"? Bem, este parece ser o grupo ainda mais estigmatizado. Se, por um lado, os apocalípticos de plantão são vistos, hoje, como os mais ferrenhos críticos da mídia diabólica, os integrados surgem, no outro extremo, como o grupo liberalizado. São vistos como permissivos e, talvez, estigmatizados pela nota característica da produção musical com quem afirmam os apocalípticos, têm brindado os membros da igreja. São também, de um modo geral, responsabilizados pelo que se costumou chamar de secularização ou mundanismo.

O conflito entre apocalípticos e integrados tem criado uma tensão entre os valores e padrões religiosos impostos pela vida em congregação e aquilo que nosso código de conduta pessoal permite. Com isso, criou-se o vácuo por onde o mundanismo e a secularização - conceito derivado das epístolas de João - têm infiltrado no povo seus ditames. A luta entre o que cada indivíduo se permite em termos de comportamento e aquilo que o código de valores da igreja preconiza, estabelece o choque. É sensata e realista a já antiga afirmação de B. Häring:

O cristão, apesar de ser discípulo de Cristo e membro fiel da igreja, se encontra muitas vezes flutuando entre a incerteza e a audácia. Que o homem sinta inquietação diante da insegurança de suas decisões indica não há dúvida, que a consciência moral está desperta. O soberbo não duvida da certeza de seus juízos; lê-se seguro de seu poder; o homem moralmente obtuso não percebe os escolhos da vida moral. (HÄRING, 1995, p.284).

A Terceira Via

Diante de o que até aqui foi exposto, resta clara a noção de que, como igreja que tem um papel decisivo a desempenhar no desenlace da história desse mundo, precisamos criar as condições para trilhar uma terceira via segura e coerente. Um caminho capaz de resolver a dicotomia entre "apocalípticos" e "integrados".

Mattelart (2001, p. 290) defende a ideia de que "escoa-se o tempo em que se interpretavam os procedimentos da internacionalização como se tratasse de um rolo compressor, um deus ex machina arrastando tudo à sua passagem". Seguindo em sua análise, o pesquisador afirma que estamos em um "vazio relativo" no que tange ao campo da história da comunicação. Para ele, isso gera um esquecimento da história como traço recorrente no pensamento sobre a comunicação.

Esse esquecimento explica, em particular, a razão pela qual, durante anos, o debate sobre a mídia ficou polarizado entre os "intelectuais apocalípticos", que a



denunciavam como portadora do "fim da cultura", e os "intelectuais integrados" que a celebravam por suas virtudes "modernizadoras". Ambos os setores revalidavam - sem o saberem - o mito de sua onipotência. (MATTELART, 2001, p. 290).

Como conciliar a verdade de que estamos diante da prerrogativa da pregação da tríplice mensagem angélica, mas, ao mesmo tempo, para tanto precisamos lançar mão de uma ferramenta demonizada, seja para "apocalípticos", por princípio, seja para "integrados", por influência? Utilizando a terceira via, a chamada escola de estudos culturais.

Para esta escola de conhecimento, "a cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e às práticas vigentes" (MATTELART, 2001, p. 290). No entanto, defendem, "o público pode resistir aos significados e mensagens dominantes, criar sua própria leitura e seu próprio modo de apropriar-se da cultura de massa, usando a sua cultura como recurso para fortalecer-se e inventar significados, identidade e forma de vida próprios" (KELLNER, 2001, p. 11).

Em oposição à Escola de Frankfurt, os adeptos dos estudos culturais entendem que a posição frankfurtiana, de que toda cultura de massa é ideológica e aviltada, tendo como efeito engodar uma massa passiva de consumidores, é também questionável. Falando acerca do fenômeno de codificação/decodificação das mensagens midiáticas, Stuart Hall, importante teórico dos estudos culturais, afirma que "é bem possível para um indivíduo ou grupo, em um determinado momento, decodificar no que chamo de 'códigos hegemônicos' e, em outro momento, usar códigos de oposição ou contestários. Isso é simplesmente para explicar melhor a idéia de que a decodificação não é homogênea, de que se pode ler de formas diferentes e é isso que é leitura". (KELLNER, 2001, p. 11).

Para o estudioso, a transparência entre o momento da codificação e a decodificação é o momento de hegemonia. Hall explica que ser perfeitamente hegemônico é fazer com que cada significado que você quer comunicar seja compreendido pela audiência somente daquela maneira preservada. Ocorre que o autor não crê que a mensagem tenha somente um significado. Por isso, deseja apostar em uma noção de poder e de estruturação no momento de codificação que não elimina todos os outros possíveis sentidos. Hall cita como exemplo o fato de que uma afirmação da BBC de Londres sobre a Guerra das Malvinas não é totalmente aberta. Ela quer que você leia



essa mensagem de uma forma determinada, mas, para o autor, o elemento da leitura preferencial se situa no ponto onde o poder atravessa o discurso, está dentro e fora da mensagem.

Assim, não se pode dizer que eles são poderosos só porque controlam os meios de produção; eles tentam se infiltrar dentro da própria mensagem, para nos dar uma pista: 'leia-me desta forma.' Isso é o que quero dizer com leitura preferencial. Trata-se de uma tentativa de hegemonizar a audiência que nunca é inteiramente eficaz e, usualmente, não o é. Por quê? Porque a BBC não consegue conter todas as leituras possíveis do texto. O próprio texto que codifica escapa de suas mãos. Sempre se consegue lê-lo de outra forma. (HALL, 2006, p.345).

Se aplicarmos esse argumento ao nosso objeto de análise, resta uma questão: Os meios adventistas de comunicação, ao codificar mensagens evangelísticas em seus programas, não estariam incorrendo, segundo os apocalípticos, na tentativa de criar um público acrítico, uniformizado pelo seu código de valores? É aí que surge o postulado da escola de estudos culturais, propondo que, tais mensagens, ainda que hegemônicas, escapam ao próprio detentor, permitindo variadas leituras, distintas formulações, entre as quais: a correta compreensão das mensagens e dos valores bíblicos.

Os postulados desta escola derivam daqueles defendidos por Antonio Gramsci. Para o italiano considerado pai do construtivismo, "as sociedades mantêm a estabilidade por meio de uma combinação de força e hegemonia em que algumas instituições e grupos exercem violentamente o poder para conservar intactas as fronteiras sociais (ou seja, polícia, forças militares, grupos de vigilância, etc), enquanto outras instituições (como religião, escola ou a mídia) servem para induzir anuência à ordem dominante, estabelecendo a hegemonia ou o domínio ideológico de determinado tipo de ordem social". Baseando-se no modelo gramsciano de hegemonia e contra-hegemonia, os estudos culturais analisam as formas sociais e culturais "hegemônicas" de dominação, e procuram forças "contra hegemônicas" de resistência e luta.

Diante desses postulados teóricos analisados, surge um conflito para o adventismo: estaria a igreja agindo corretamente ao valer-se de o que entende ser ideológico, narcotizante e hegemônico para difundir a mensagem salvadora do evangelho?

Não há como negar o fato de que, há alguns anos, o adventismo vem priorizado os meios de comunicação como ferramenta de evangelização. O investimento da organização nas mídias tradicionais é inquestionável. Estruturas inteiras têm atuado a



fim de aperfeiçoar recursos técnicos e humanos na pregação da Palavra. Sem falar nas estruturas em redor, tais como as instituições de ensino de terceiro grau, que têm investido na formação de profissionais capacitados a lidar com os canais midiáticos.

Como lidar com o conflito iminente entre o conceito de hegemonia proposto por Gramsci? Se a igreja não está, segundo ele, entre as forças que exercem "violentamente" o poder para conservar as fronteiras sociais, ela está entre aquelas que servem para induzir anuência à ordem social dominante. Ao priorizar a pregação midiaticizada, a igreja não estaria consolidando um pensamento ideológico hegemônico? Não seria contra tal fenômeno que tanto os "apocalípticos", em especial, têm lutado?

A "Práxis" Adventista

Até aqui vimos o papel frankfurtiano e o da escola de estudos culturais como referenciais para a compreensão do fenômeno da comunicação de massa. E verificamos que, inexoravelmente, a Igreja está sob a influência de um ou outro de seus paradigmas.

É fato que a práxis adventista de liturgia e adoração não escapa aos moldes do escaninho de Frankfurt. De resto, tudo que "consumimos", seja música, pregação, iluminação, recursos audiovisuais, têm um viés "industrial". Os pensadores de Frankfurt empregaram a expressão "Indústria Cultural" para identificar o núcleo de um amplo processo cultural que engloba a reprodução em série e o consumo de arte, entretenimento, música e cinema, e até jornalismo e literatura (ARAÚJO, 2001, 132).

Ao comentar Benjamin, em seu artigo "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica", Luiz Costa Lima afirma que o autor redefine os conceitos de estética clássica a partir da experiência suscitada pelas técnicas de reprodução da obra. Para Benjamin, tal fato assume relevância porque essa nova realidade fere os valores que convertiam a obra numa espécie de sucedâneo de uma experiência religiosa. Para ele, "a relação de arte dependia da instauração de três elementos: aura, valor cultural, autenticidade". Daí inferirmos que a música de adoração que consumimos em nossos cultos religiosos, mediada pelo processo industrial de execução, já não guarda aura, valor cultural, tampouco autenticidade.

Tal fenômeno nos assalta quando, por exemplo, analisamos a gravação de um DVD de músicas de louvor e adoração. O que resta de aura, valor cultural e autenticidade da "obra de arte" quando a naturalidade da exteriorização sensorial do público é marcada pela "hora de aplaudir, de gravar, de refazer o discurso, de silenciar?"



Que nota marca a diferença entre o que está embutido no processo técnico do produto religioso e do produto secular, por exemplo, de um "acústico MTV"? O jogo de luzes quentes e frias determina aproximação/afastamento entre artista e platéia. A suposta informalidade da fórmula "banquinho e conversa descompromissada", na verdade, representa as pontes que dão sentido e cumprimento ao roteiro do programa.

Que dizer da febre audiovisual dos famosos "powerpoints"? Quem se atreve a louvar a Deus no que Paulo chama de "culto racional" sem a interface e mediação do sequencial de slides? Somos capazes de nos alçarmos para o transcendente de Deus por meio da associação da letra de uma música com o quadro imagético de uma corredeira entre rochas, arbustos e animais em plano de vôo? É Deus quem trafega em nossa mente por essas associações de som e imagem ou Deus está presente em cada elemento imagético imanente?

Cumpra-nos reconhecer que estamos diante de um vasto campo de análise que, por certo, não recomenda postulados "apocalípticos", tampouco "integrados". Parece-nos evidente a urgência pelo conhecimento das implicações que se descortinam a cada movimento do fenômeno da comunicação de massa, se precisamos do seu instrumental para pregar o evangelho eterno.

Considerações Finais

Com base nos referenciais teóricos observados, podemos elencar algumas considerações na tentativa de identificar e trilhar uma terceira via que concilie a pregação do evangelho e o pensamento adventista diante do fenômeno da indústria cultural e da mídia de massa.

O que consideramos, e que poderia fundamentar os investimentos adventistas na pregação "eletrônica" do evangelho, foi inicialmente considerado pelo jornalista e pesquisador Carlos Eduardo Lins da Silva. É dele o conceito que se convencionou chamar de "contrainformação".

O autor acredita no potencial crítico dos receptores das mensagens midiáticas e usa o raciocínio poético de Jorge Luis Borges para sintetizar suas idéias, valendo-se da comparação entre a interpretação de uma mensagem e a descida de um rio: "Ninguém desce duas vezes o mesmo rio, porque suas águas mudam".

A discussão, na verdade, diz respeito ao papel dos meios de comunicação de massa na manutenção da estrutura de dominação das sociedades capitalistas. Esse era o



debate que envolvia a grande maioria dos intelectuais nos anos 70 e início dos 80. Lins da Silva alinhava-se com aqueles que, embora trabalhando com uma perspectiva de análise "marxista" da comunicação de massa, questionavam as teorias da Escola de Frankfurt, sustentando uma crítica à idéia de que os meios de comunicação de massa funcionavam como um corpo homogêneo e bem organizado, todo poderoso no controle da opinião pública e capaz de produzir sujeitos alienados, que aceitassem passivamente a ideologia dominante. O que Lins da Silva condena é a "visão fatalista e monolítica" com que os seguidores da teoria crítica analisavam o fenômeno da comunicação de massa, atribuindo aos receptores um caráter de passividade e uniformidade na interpretação das informações.

Se estivermos diante da enormidade de uma tarefa que não pode ser repassada a outros e se o meio que dispomos, parece ser evidente, é a mídia de massa, o que parece que não precisarmos é dos "apocalípticos e integrados".

Referências Bibliográficas:

HALL, Stuart. **Da Diáspora**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HÄRING, B., In: AZPITARTE, E., **Fundamentação da Ética Cristã**. SP: Paulus, 1995.

MERTON, Robert K., LAZARSELD, Paul F., In: LIMA, Luiz Costa, **Teoria da Cultura de Massa**. RJ: Paz e Terra, 1990.

KELLNER, Douglas, **A Cultura da Mídia**. Bauru-SP: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2001.

MATTELART, Armand. **Comunicação e Mundo**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.

MERTON, Roberto K.; LAZARSELD, Paul F. FULANO FULANO. IN: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**.

WHITE, Ellen G., **O Lar Adventista**. Tatuí -SP: Casa Publicadora Brasileira, 2000.