

Consumismo e meio ambiente: discursos e conexões no campo religioso

*Gino Giacomini Filho**

Resumo

O propósito deste artigo é explorar conexões entre consumismo e meio ambiente com ênfase no discurso bíblico. A partir do referencial teórico e do discurso religioso representado pela Bíblia, foi possível encontrar diversos fatores que estabelecem conexões entre meio ambiente e consumismo. Alguns apresentam significados contrários a postulados do movimento ecológico moderno, e outros revelam conteúdos sintonizados com as necessidades sociais atuais na busca de um desenvolvimento sustentável.

Palavras-chaves: Religião; Consumo; Consumismo; Meio ambiente; Ecologia.

Consumerism and environment: discourse and connections inside the religious field

Abstract

The aim of this article is to explore connections between consumerism and environment focused on Biblical discourse. From the theoretical references and the religious discourse represented by the Bible, it was possible to find many factors that lay down connections between environment and consumerism; while some factors show meanings against postulates of modern ecological movement, others reveal contents within the actual social needs in the search of sustainable growth.

Keywords: Religion; Consumption; Consumerism; Environment; Ecology.

Consumismo y medio ambiente: discurso y conexiones en el campo religioso

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar las conexiones entre consumismo y medio ambiente, con énfasis en el discurso bíblico. A partir de referenciales teóricos y del discurso religioso representado por la Biblia, fueron encontrados diversos factores que establecen conexiones entre medio ambiente y consumismo, en los que en ocasiones se presentan significados contrarios a los postulados del movimiento ecológico moderno,

* Doutor e livre-docente em Comunicação Social pela USP. Professor e coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). Professor de Comunicação Social da ECA/USP. E-mail: giacomini@usp.br.

mientras que otros están de acuerdo con las necesidades actuales en lo que se refiere a un desarrollo sostenible.

Palabras claves: Religión; Consumo; Consumismo; Medio ambiente; Ecología.

Introdução

O atual nível de consumo e a conseqüente exploração ambiental estão em um ritmo tão intenso que se constata desequilíbrio em muitos sistemas ecológicos (JACOBI, 2007), fazendo-se necessário coibir o consumismo. A religião pode ser importante aliada nessa busca pela sustentabilidade ambiental pois, além de ser uma entidade com bastante relevância no campo social (MARTELLI, 1995), seu discurso influencia seguidores (BOURDIEU, 1999), como é o caso das doutrinas religiosas que apresentam conteúdos sobre o meio ambiente e consumismo (BOCOCK, 2000).

O consumismo é um dos fatores contributivos e influenciadores dos danos ambientais e da qualidade de vida. Portanto, a forma como o discurso religioso conduz o consumismo e meio ambiente influi no modo de pensar dos seguidores que, por sua vez, poderão compartilhar de ações e posturas para um desenvolvimento sustentável.

A Bíblia, por ser reconhecidamente um dos documentos mais representativos do campo religioso, será alvo de análise acerca das conexões entre consumismo e meio ambiente. O objetivo deste artigo é analisar fatores presentes no discurso religioso, representado pela Bíblia, que estabelecem conexões entre os dois temas.

A opção metodológica recai sobre o uso de referencial bibliográfico para lidar com os eixos teóricos relativos ao consumismo, ao meio ambiente e ao campo religioso, além da observação dos textos bíblicos que propagam ideias relacionadas ao campo consumista e ecológico.

1. Consumismo e danos ambientais

O consumismo¹ é o consumo extravagante ou espúrio de bens e serviços. Trata-se de um fenômeno humano de cunho individual ou grupal mas influenciado por empresas, instituições, grupos e organizações públicas. Manifesta-se no comportamento de pessoas quando da aquisição ou usufruto de bens, ambientando-se em um conjunto de práticas sociais, culturais e econômicas (BOCOCK, 2000).

¹ No Brasil, utiliza-se o termo “consumerismo” para designar o sistema que ambienta o movimento de defesa do consumidor. Em alguns países, como Estados Unidos, há um uso similar dos termos “consumism” e “consumerism” para expressar o que no Brasil se atribui ao termo “consumismo”.

É um consumo extravagante face ao âmbito quantitativo, uma vez que excede as necessidades e demandas reais; assume também um caráter espúrio, em termos qualitativos, já que seu direcionamento e proveito são questionáveis.

O consumo, que é econômica e socialmente legítimo, quando distorcido gera o consumismo, que por sua vez causa impactos negativos nas próprias pessoas (obesidade, cultura material etc), nas instituições sociais (usura, monetarização dos valores sociais, dentre outros) e no meio ambiente (crescimento do lixo urbano e comprometimento de recursos naturais). Para Featherstone (2000), vivencia-se uma cultura de consumo, que ambienta-se em uma sociedade na qual os bens e o processo comercial estruturam as suas relações sociais. Também chamada consumocracia, tal cultura evidencia os valores materiais em detrimento dos espirituais, de forma que os referenciais de riqueza e apego às mercadorias se sobressaem aos propósitos humanitários (SCHWARZ, 1990).

Em uma sociedade de consumo, a ideologia da posse encontra terreno fértil para se estabelecer, pois o grau e a qualidade das posses (bens e objetos) tendem a condicionar a forma como as pessoas são ou não aceitas em seus grupos sociais (BONDER, 2007). Gronow (1997) considera que o consumidor moderno é essencialmente hedonista; e o hedonismo é algo também funcional no moderno sistema econômico, pois estimula o consumo e a posse de bens.

Segundo Vieira e Bredariol (1998), entre os aparatos ideológicos associados ao consumismo está a atitude individualista, em que os interesses subjetivos firmam-se acima dos alheios e da coletividade. O meio ambiente e o bem social, nesse contexto, tornam-se secundários, pois os intentos pessoais prevalecem.

O consumismo acirrou-se nos tempos modernos, mas possui antecedentes milenares: “Polêmica de mais de dois mil anos, o discurso contra o luxo, a opulência, o desperdício, o hedonismo e a desmedida tem sido sempre renovado por diferentes argumentos, tanto morais quanto religiosos, éticos, políticos e econômicos” (PORTILHO, 2005, p. 22).

Ruether (1992) considera que a intervenção do homem no sistema natural iniciou-se dez mil ou doze mil anos atrás, quando houve o incremento da agricultura, nascendo assim um novo capítulo da história no planeta. A partir de então, ocorre uma escala crescente de ocupação do solo e de exploração dos recursos naturais.

Existem muitos indicadores do consumismo na Antiguidade, embora este tivesse configuração bem diferente da forma como se manifesta nos dias atuais. O domínio de técnicas de manufatura e artesanato possibilitou a oferta de bens requintados e caros, acessíveis às elites, caso do antigo Egito

(BURNS, 1978). A antiga civilização romana mostrou-se exuberante em muitos aspectos, inclusive nas relações de consumo. Um conhecido provérbio Romano assinalava que: “O banho, o vinho e Vênus consomem o corpo, mas são a verdadeira vida” (VEYNE, 1990, p. 179).

Decorrentes, em boa parte, da Revolução Industrial, mudanças nos padrões de consumo no final do século XIX foram apreciadas por diversos pensadores, dentre eles Karl Marx, que apresentou na sequência da obra clássica *O Capital*, primeiramente publicada em 1867, o conceito de “fetiche da mercadoria”, em que aos bens materiais estão agregados atributos psicossociais que fazem o objeto transcender de sua qualidade física para algo imbuído de “personalidade”, o que o torna desejável para múltiplos proveitos que não apenas funcional. Thorstein Veblen associou o termo *conspicuous consumption*, na obra *The Theory of the Leisure Class*, em 1899, a uma classe ociosa representada pelos novos-ricos americanos e europeus de bom poder aquisitivo.

Mas foi após a Segunda Guerra Mundial que a ascensão de uma forte sociedade de consumo nos Estados Unidos e Europa ocidental estimulou um moderno sistema de consumo massivo. Nesse sentido, empresas, governos e organizações incrementam conceitos como marketing, obsolescência planejada, pesquisa de mercado, de forma a sustentar condições para uma sociedade intensamente regulada pelas relações de consumo.

O consumismo moderno ampara-se em alguns marcos filosóficos, dentre eles a visão antropocêntrica. Milaré e Coimbra (2004) mostram que a concepção ou “cosmovisão antropocêntrica” preserva tão somente os interesses, arbítrios e caprichos humanos, evitando considerar as demais criaturas, processos naturais, uso de recursos em função de valores intrínsecos da natureza.

O ecocentrismo parece fazer parte de um ramo filosófico secundário para a sociedade moderna, pois defende princípios que colidem com os paradigmas consumistas. Segundo Vieira e Bredariol (1998), a ética ecológica prega limitações para a concretização dos desejos humanos, prioriza a solidariedade, preconiza o reconhecimento da autonomia dos seres e do direito de continuar a existir.

O consumismo, mais que uma desordem psicossocial, afeta o sistema ambiental na medida em que se apoia na posse e exploração incontida de espaços e recursos finitos. Se forem alocados os recursos (finitos) necessários para atender a todas ou a grande parte das necessidades humanas, que são infinitas, o colapso ambiental será realidade. Essa avaliação lógica e preocupante impõe que as pessoas tratem suas necessidades infinitas moderadamente a fim de permitir um desenvolvimento sustentado. Caso os recursos

naturais sejam superexplorados, sua capacidade de reprodução será estagnada e a extração subsequente consumirá o “estoque de capital”, o que levará ao colapso sistemas ambientais (WILKINSON, 1974).

Os habitats possuem ciclos ecológicos complexos, em que homem, espécies vegetais, animais, elementos aquáticos, terrestres e clima proporcionam equilíbrio único (WILSON, 1994). O consumismo pode gerar exploração incontida desses recursos, o que tem ocasionado até extinção de espécimes e desastres ambientais irreversíveis, já que o homem não tem o poder de criar ou recriar esses habitats com a complexidade e biodiversidade original (MACEDO, 1995).

O consumismo torna-se grave problema ambiental quando é recorrente e massivo ou quando a qualidade do que é consumido compromete a sustentabilidade ambiental e o bem-estar social. Segundo o relatório “Situação das Florestas no Mundo”, divulgado em 2007 pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO), o mundo perdeu, diariamente, perto de 20 mil hectares de florestas entre os anos de 1990 e 2005; a principal causa da deflorestação seria a conversão de florestas em terras agrícolas e pastagem. A criação de rebanhos adquire grande proporção, em parte, devido ao consumismo. Singer (1993) discute a pertinência ética e ambiental de se comer carne, não apenas por sacrifícios que esse hábito humano causa aos animais mas pelo impacto que a criação de rebanhos vem causando no equilíbrio ambiental. A creofagia, que é tradicionalmente defendida pelos médicos, encontra resistência em parte do movimento ambiental, uma vez que a oferta de carne animal também estaria atrelada a uma cadeia produtiva envolvendo mutações de espécies para favorecer o mercado consumidor, como atestariam as atividades de grandes corporações envolvidas em práticas de clonagem e produção de espécies transgênicas.

As empresas são parte fundamental na estrutura de uma sociedade de consumo, pois não somente servem-na com seus produtos e serviços, como faz uso de intenso comercialismo para criar marcas, promover ideias e persuadir consumidores no sentido de ampliar seu espectro de consumo (LIPOVETSKY, 1989). Os parques industriais, complexos comerciais, shoppings centers são partes de uma gigantesca estrutura que atende e estimula mercados na direção consumista, como atesta a indústria da propaganda (GOVATTO, 2007). Porém, face à grande pressão social, algumas corporações estão caminhando para uma postura socialmente responsável (MAKOWER, 1993).

As pressões sociais sobre as organizações decorrem de amargas experiências em que a sociedade e o meio ambiente foram prejudicados pela orientação lucrativa e produtiva de empresas e governos a elas ligados, o que

ajudou a formar o que se chamou de capitalismo selvagem. Nesse sentido, grupos e entidades sociais organizaram-se para exigir o comprometimento de todos – pessoas, empresas, governos, instituições – com a qualidade de vida (COIMBRA, 2002).

Vislumbra-se um quadro preocupante para o meio ambiente e para a humanidade caso o consumismo permaneça nos padrões atuais: cerca de 20% da população mundial consome 80% dos recursos; novos contingentes de pessoas têm ingressado no mercado de consumo; a renda *per capita* mundial tem se elevado; e, de acordo com projeções, a população mundial continuará crescendo até 2100, quando poderá se estabilizar em 11 bilhões de pessoas (FELDMANN, 1998).

Ruether (1992) argumenta que a sociedade precisa respeitar todos os ciclos da natureza (criação, destruição, dominação e recuperação), pois cada um é vital para o pleno equilíbrio socioambiental. Segundo a autora, a capacidade de ser agente de destruição da Terra também significa que a sociedade deve aprender a ser seu cocriador antes que tal destruição torne-se terminal. Argumenta que para construir um mundo mais saudável é preciso igualdade: igualdade entre homem e mulher, grupos humanos, comunidades globais, espécie humana e outros membros da comunidade biótica e, finalmente, igualdade entre pessoas com posses, aqueles que possuem necessidades urgentes e aqueles que virão a tê-las.

Os fatos científicos e as sombrias perspectivas de qualidade de vida da sociedade global conduzem a muitas reflexões. Talvez a mais evidente seja a relacionada à compreensão de consumo sustentável, ligado à satisfação das necessidades legítimas atuais sem comprometer o atendimento de necessidades futuras e a viabilidade do sistema ambiental. Esse conceito pode ser atribuído ao próprio termo “consumo” ou “consumo sustentável”, diferentemente de “subconsumo” – que seria aquele aquém das necessidades humanas e, portanto, nocivo – e “hiperconsumo”, que caracterizaria o consumo extravagante e desproporcional, com implicações nocivas ao próprio homem e ao meio ambiente (WELLAUSEN, 1988).

Atualmente, defende-se que a cultura consumista seja freada a partir da infância, de forma a instituir uma política educacional voltada à conscientização das pessoas desde o início de suas práticas de consumo. A educação ambiental e a de consumo seriam alternativas em que o comportamento das crianças e adultos estaria atrelado a diversas práticas, como respeito às pessoas e minorias, recursos naturais e efetivação dos 3 “R”s – reduzir, recuperar e reciclar (CASCINO, 2000).

2. Discurso religioso: algumas inserções do consumismo e meio ambiente

Governo, empresas, organizações e instituições contemplam em seus discursos aspectos do consumismo e do meio ambiente, o que representa importante fator para as atitudes, comportamento e decisões dos cidadãos envolvendo suas relações de consumo e posturas ecológicas. O discurso ambiental registrou forte tom denunciativo e apocalíptico nos anos de 1970, talvez por ser o período de evidência de um “capitalismo selvagem” que promovia grande destruição de patrimônios naturais. A necessidade de obter adesão da sociedade ao movimento e a causas ambientais motivou, décadas mais tarde, um tom mais associativo e pró-ativo, embora as duas abordagens convivessem em certos casos (GIACOMINI-FLHO, 2004).

Um fator determinante para a crença no movimento ambiental é a qualidade e veracidade das informações, além da extensão ou dano real a elas associado. Além disso, a aceitação e validação do discurso ambiental estaria diretamente relacionada com a realidade vivida pelas pessoas ou com os postulados aceitos pelos grupos de referência (CORRADO, 1994).

As técnicas de comunicação e os apelos precisam ser apropriados, tanto para lidar com o assunto como para mobilizar participantes e provocar situação de empatia. Ambos devem ser relevantes para que as necessidades genuínas sejam direcionadas. No evangelho cristão, por exemplo, a conversão deve advir do compromisso tanto do coração e mente quanto do apelo emocional ou lógico (JOHANNESSEN, 1990). A forma pela qual as igrejas, como grupos de referência, apresentam suas versões sobre as relações de consumo e o meio ambiente pode auxiliar os seguidores a formarem opinião sobre tais assuntos (COIMBRA, 2002).

Bourdieu (1999) analisa a religião num campo sociológico, em que há discurso, representações e trocas simbólicas. Nesse contexto, ela cumpre funções sociais em que se associam produção, reprodução, difusão e consumo de bens, dentre eles a própria mensagem religiosa. Martelli (1995) sustenta que a religião é atualmente um fator relevante na mutação social, pois tem oferecido à sociedade interpretações sobre a modernização, tecnologias da comunicação, novas fronteiras das ciências e novos desafios valorativos que o homem moderno enfrenta, dentre os quais os dilemas ambientais.

As igrejas, além de possuírem espaço nos veículos de comunicação convencionais, utilizam mídias próprias, altamente dirigidas, que atingem comunidades e grupos de determinada paróquia ou irmandade, obtendo credibilidade face ao contato bastante próximo com os seguidores. Assim, o conteúdo favorável à ecologia ou condenatório do consumismo encontra respaldo em um líder de opinião (pároco, pastor etc), é transmitido em uma

linguagem familiar e pode ter considerável repercussão já que, muitas vezes, tal discurso é difundido também em versões impressas e eletrônicas.

Bocock (2000) considera que, embora as religiões tenham inconsistências ideológicas, podem ser importante aliado do meio ambiente na crítica ao consumismo. Para o autor, elas podem ajudar a superar a ideologia do consumismo e as práticas socioeconômicas associadas com consumo antes que os danos ao planeta sejam tão grandes a ponto de sustar “civilizadas” formas de vida.

Ortiz (2001, p. 69) mostra que o consumismo possui também aversões no islamismo e no budismo:

O budismo nos ajuda a abrir nossos olhos espirituais e abarcar o ciclo ecológico e global. Ele nos ensina como manter nossas vidas sem gastar os recursos preciosos, e como controlar nossos desejos, o que é possível de acordo com o princípio budista do comportamento espiritual equilibrado, aplicável tanto à produção quanto ao consumo.

O espiritismo pode ser apontado como uma corrente religiosa que busca sintonizar os valores ambientais e os de consumo. Na obra pioneira *O Livro dos Espíritos*, codificado por Allan Kardec na França e publicado em 1857, há os capítulos V (“Lei de Conservação”) e VI (“Lei de Destruição”), que abordam temas como meios de conservação, gozo dos bens da terra necessário e supérfluo, destruição necessária e destruição abusiva, flagelos destruidores e guerras (SANTOS, 2004). Segundo o mesmo autor: “Os espíritas, contudo, são otimistas e acreditam que tudo está em evolução: o ser humano está em processo de aprendizagem e a humanidade está evoluindo, pois passou do estado de barbárie à civilização material e desta passará à civilização moral” (2004, p. 52-3).

Para Milaré e Coimbra (2004), a tradição judaico-cristã reforçou a posição de suposta supremacia do ser humano sobre todos os demais seres, como se constataria em passagens do apóstolo Paulo e no contexto da Filosofia Cristã conforme a Bíblia (2004, p. 30): “[...] Façamos o homem à nossa imagem, conforme a nossa semelhança; e domine sobre os peixes do mar, e sobre as aves dos céus, e sobre o gado, e sobre toda a terra, e sobre todo o réptil que se move sobre a terra (Gênesis 1:26)” e “[...] Frutificai e multiplicai-vos, e enchei a terra, e sujeitai-a; e dominai sobre os peixes do mar e sobre as aves dos céus, e sobre todo o animal que se move sobre a terra (Gênesis 1:28)”. Coimbra (2002) considera que boa parte do pensamento religioso moderno dedica-se a uma reação ao discurso passivo diante dos dilemas ambientais, mas caracterizado por uma visão atrelada à ciência

mecanicista da ecologia de forma que não apresenta satisfatoriamente uma ponte espiritual entre o homem e a natureza.

Os documentos religiosos formalizam o discurso e norteiam práticas e, portanto, constituem importantes referenciais do posicionamento das igrejas sobre as questões consumistas e ambientais. Por exemplo, São Tomaz de Aquino dimensionou os sete pecados capitais, dentre eles a avareza, a gula e a inveja, que possuem ligação direta com o consumismo. O primeiro por envolver o comercialismo, o segundo por caracterizar o consumo espúrio e extravagante de alimentos e o terceiro por retratar forte individualismo centrado na posse de bens, notadamente alheios.

Igrejas que seguem a Bíblia, caso da Católica, adotaram recentemente posturas alinhadas com o movimento ambiental, como a pregação ao não-desperdício de água durante a Campanha da Fraternidade em 2004. A Igreja Católica, desde suas origens, teve caracteristicamente um discurso contrário ao consumismo, algo reforçado por documentos como *Centesimus Annus* (em 1991) e *Veritatis Splendor* (em 1993).

3. Análise documental da Bíblia

A Bíblia é provavelmente o livro mais difundido no mundo. Os dados não são consensuais face à longevidade e à complexidade de difusão da obra, além da dificuldade de controle diante da questão de direitos autorais, mas podem ter sido vendidas no mercado algo em torno de 2,5 bilhões de cópias. Pesquisas não conclusivas apontam que só nos Estados Unidos sejam comercializados anualmente 25 milhões de exemplares e que perto de 90% das donas-de-casa americanas tenham ao menos uma Bíblia (RADOSH, 2006). Se for considerada a quantidade de pessoas que leram a Bíblia, esse número deve ser bem maior, pois um mesmo exemplar pode ser compartilhado com várias pessoas, além da disponibilidade de textos bíblicos em diferentes suportes, como na internet.

A Bíblia recebeu diversas traduções e oferece ao mercado usual os textos do Antigo Testamento (AT) e Novo Testamento (NT). As versões brasileiras também são variadas. Para conduzir a presente reflexão, optou-se pela obra *Bíblia Sagrada*, traduzida em português por João Ferreira de Almeida e editada pela Sociedade Bíblica do Brasil (Barueri-SP) em 1993. Essa escolha se justifica pelo conceito que a editora possui no segmento religioso e por essa versão apresentar todos os textos do AT e NT.

A presente análise documental deteve-se no tratamento de conteúdos ambientais e consumistas presentes na Bíblia de forma a incorporar textos do AT e NT em cada categoria de análise seguindo o modelo de Bardin (2004). É possível categorizar tais ocorrências de forma a revelar conexões entre o

discurso ambiental e consumista. Parte do conteúdo repete-se ou assume significados semelhantes ao longo dos textos, motivo pelo qual algumas passagens não foram consideradas. A seguir, são categorizados os fatores presentes na Bíblia que abarcam conexões entre meio ambiente e consumismo. Cada categoria apresenta um texto introdutório que a sustenta conceitualmente e, na sequência, a análise documental propriamente dita.

a) Habitat – criação e domínio de Deus

A teofania seria o primeiro posicionamento teológico da criação que retrata a manifestação de Deus no universo (COIMBRA, 2002). Wilson (1994), desdobrando as ideias de Darwin (século XIX), caracteriza a diversidade biológica como subproduto da evolução, ou seja, no plano da moderna ecologia, a criação se caracterizaria por mutações e não por atos humanos. Porém, as mutações causadas pelo homem – cultura de espécies transgênicas, clonagens – parecem causar mais inquietações do que segurança, talvez porque estejam direcionadas a satisfazer necessidades humanas, dentre elas a de melhorar padrões de consumo (MILARÉ, 2007).

Análise documental:

A criação dos componentes ambientais (terra, água, animais, plantas etc) pode ser verificada em várias passagens, algo que sugere serem obras de Deus a ecologia e a Terra, nelas incluídos os seres humanos. O Senhor impõe sua criação e domínio sobre tudo (Jó 37; Atos 4:24; João 1:1, 3). Deus tem o poder de recriar o espaço natural, como no caso de transformar águas ruins e terra estéril em recursos úteis e saudáveis (2 Reis 2:19, 21, 22). É um contexto em que o ser humano compõe o cenário ambiental, material e imaterial diante da criação (Gênesis 1:1, 11, 20, 21, 26).

Mas em outras passagens, o reconhecimento de que a vida é cíclica traz uma abordagem próxima do que prevê a ecologia, em que nada se cria: “O que foi é o que há de ser; e o que se fez, isso se tornará a fazer; nada há, pois, novo debaixo do sol. Há alguma coisa de que se possa dizer: vê, isto é novo? Não! Já foi nos séculos que foram antes de nós” (Eclesiastes 1:9-10).

b) Habitat – destruição

A Terra tem passado por vários ciclos em que houve destruição natural de habitats, mas a chamada crise ecológica moderna tem origem humana, por exemplo o crescimento populacional e de suas necessidades (DIAS, 2003). Parte dessa crise pode ser imputada ao homem em suas ações para consumir (PENNA, 1999).

Análise documental:

Conteúdos bíblicos mostram que a prática de destruição de seres vivos e habitats se justificaria para extinguir ou atenuar os males do homem (Gênesis 6:4,5; Sofonias 1:1-18; Isaías 24; 2 Reis 3:19; Zacarias 11:1-3). Um exemplo é o episódio da Arca de Noé: “Disse o Senhor: Farei desaparecer da face da terra o homem que criei, o homem e o animal, os répteis e as aves dos céus; porque me arrependo de os haver feito” (Gênesis 6:7).

Mas, talvez, a visão de João do apocalipse na Terra fosse o pior cenário para o planeta (Apocalipse 8:14, 15, 16). A Bíblia relata muitas guerras, embora poucas passagens deem conta de danos ambientais (Isaías 10:33-34), ao contrário das pragas contra o Egito, que podem ser consideradas procedimento bastante destrutivo do meio ambiente (Êxodo 7-11). Menciona também a destruição de diversas cidades, dentre elas Jericó (Josué 6) e Ai (Josué 8), embora a de Sodoma e Gomorra seja emblemática (Gênesis 13:10; Deuteronômio 29:23), pesando decisivamente ali o comportamento hedonista e consumista de seus habitantes (Gênesis 13:13; Deuteronômio 32:32-33; 2 Pedro 2:6; Lucas 17:26-29).

Porém, Deus se mostraria arrependido de causar tanta destruição ao meio ambiente devido aos males humanos: “Não tornarei a amaldiçoar a terra por causa do homem, porque é mau o desígnio íntimo do homem desde a sua mocidade; nem tornarei a ferir todo vivente, como fiz” (Gênesis 8:21). Talvez a destruição imbuta a intenção da criação ou recriação, pois esses atos se sucedem (Salmos 107:33-35).

c) Ciclo ecológico

Consiste em fases características de sistemas ambientais de forma que a emergência de um novo ciclo ocorre em virtude da modificação de estados anteriores e que o fator “ameaça” é capaz de causar tais mudanças (MACE-DO, 1995). É preciso que o homem respeite os ciclos ecológicos de forma a não segregar determinadas espécies em função de outras que seriam mais “úteis” (RUETHER, 1992). Os sistemas ambientais embutem fenômenos de renovação, reconstrução e transformação lastreados no ciclo de nascimento, vida, reprodução e morte de espécies (WILSON, 1994). O problema ambiental moderno repousa no desequilíbrio desse ciclo, para o qual o consumismo pode desempenhar papel central (BOCOCK, 2000).

Análise documental:

A noção de ciclo ecológico foi delineada na Bíblia: “Geração vai e geração vem; mas a terra permanece para sempre. Levanta-se o sol, e põe-se o sol, e volta ao seu lugar, onde nasce de novo. O vento vai para o sul e faz o

seu giro para o norte; volve-se, na sua carreira, e retorna aos seus circuitos. Todos os rios correm para o mar, e o mar não se enche; ao lugar para onde os rios vão, para lá tornam eles a correr” (Eclesiastes 1:4-7).

O ciclo da vida é encarado como garantia de que a vida perpetue e renove (Jó 14:7). A terra pode ser comparada à generosidade humana em que se plantando tudo dá (Marcos 4:26-29) ou que precisa da mão do homem para ser mais produtiva (João 15:1,2). A Bíblia ressalta que o ciclo da vida abrange tudo e todos, de forma que nem o homem escape desse fenômeno: “Porque o que sucede aos filhos dos homens sucede aos animais; o mesmo lhes sucede: como morre um, assim morre outro, todos têm o mesmo fôlego de vida, e nenhuma vantagem tem o homem sobre os animais, porque tudo é vaidade. Todos vão para o mesmo lugar; todos procedem do pó, e ao pó tornarão” (Eclesiastes 3:19-20).

d) Antropocentrismo

Um dos fatores que tem contribuído para os danos ambientais atuais e que encampa o fenômeno consumista é a ética antropocêntrica na qual ao homem é reservado papel central no que ocorre – nesse caso também em relação aos recursos naturais (JONAS, 2006). Nesse sentido, o homem é servido pela natureza e, num quadro consumista, essa orientação filosófica torna-se crítica para os já limitados recursos naturais. Para Vieira e Bredariol (1998), o movimento ambiental tem defendido que as atitudes das pessoas sigam uma ética ecocêntrica, na qual tanto o homem como a natureza possam conviver harmoniosamente.

Análise documental:

Várias passagens bíblicas fazem alusão a um homem que domina a natureza e é servido por ela, seguindo assim uma ética antropocêntrica (Gênesis 1:26-27). Uma delas destaca: “Pois toda espécie de feras, de aves, de répteis e de seres marinhos se doma e tem sido domada pelo gênero humano” (Tiago 3:7).

Há trechos que revelam a ação do Senhor para interferir ou reconfigurar a natureza a fim de atender aos homens (Josué 10:13-14). Mas também os textos apresentam trechos que descartam o antropocentrismo, pois estabelecem o Senhor como centro de tudo o que ocorre no universo e no meio ambiente e de quem todas as criaturas dependem (Salmos 104:21-29). Deus impõe limites ao homem e lembra que os seres humanos não são o centro do poder, nem da origem da vida, e sim o próprio Senhor. São mensagens que relatam ser o gênero humano ignorante sobre o funcionamento da natureza (Jó 38-41) ou colocam o homem como um servidor de Deus (Atos 17:24-25; 1 Coríntios 3:9).

e) Educação ambiental

A educação ambiental integra o processo cultural de pessoas para que desenvolvam e difundam práticas ecologicamente corretas (COIMBRA, 2002) como plantio de árvores, práticas de descarte e reciclagem, respeito aos animais, cuidado com os recursos naturais, consumo sustentável, dentre outros (CASCINO, 2000). Trata-se de um processo longo e contínuo que visa, até mesmo, a conscientização sobre práticas de consumo (GUIMARRÃES, 1995).

Análise documental:

A considerar o contexto histórico dos textos bíblicos, verifica-se que os problemas ambientais decorrentes da ação humana eram mínimos e, de outro lado, o meio ambiente se mostrava ameaça à vida das pessoas e obstáculo à ocupação (Isaías 2:13). Algumas passagens parecem não ser bons exemplos para a educação ambiental, pois enaltecem danos a habitats (Salmos 29:5-9; Deuteronômio 22:6-7) ou mostram um sistema ecológico simplificado, em que o homem deve dar valor apenas aos seres úteis ou convenientes para seus propósitos (Apocalipse 16:13; Mateus 12:33; 2 Pedro 2:12; Provérbios 28:15; Lucas 3:9).

Há diversas menções positivas sobre práticas ecologicamente incorretas, como referentes à caça (Gênesis 25:27-28; Gênesis 27:3, 7, 25, 31) e açoite de animais (Provérbios 26:3), além de citações que trazem posturas contrárias aos direitos dos animais (tortura, morte), até responsabilizando-os caso provoquem danos (Êxodo 21:28-32, 36). No entanto, outros textos valorizam os animais e os respeitam: (Êxodo 23:12; 1 Timóteo 5:18; Provérbios 6:5; Provérbios 12:10).

Encontram-se pensamentos bastante atuais em temas de educação ambiental, como “Porque nada temos trazido para o mundo, nem coisa alguma podemos levar dele” (1 Timóteo 6:7). Tal afirmação pode ser interpretada de forma a colocar as pessoas num patamar antimaterialista porque se ajusta aos esforços para que atrativos naturais não sejam depredados ou subtraídos para usufruto particular. Há também passagens que fazem menção contrária ao desperdício (Provérbios 21:20; Provérbios 27:7).

Talvez um personagem bíblico que tenha exercido uma função de educador ambiental foi Salomão, uma vez que incluiu no seu discurso pela justiça e pela sabedoria a valorização da natureza (1 Reis 4:33-34).

f) Creofagia

O hábito de comer carne é contestado por grupos sociais ligados ao meio ambiente (SINGER, 1993). Embora a comunidade médica defenda

a carne animal como uma opção alimentar, grupos ambientais, segundo Koneswaran e Nierenberg (2008), têm contestado a grande demanda por carnes que tem gerado danos ecológicos advindos da criação e manutenção de grandes rebanhos ou áreas de confinamento. Aliam-se a essa preocupação as práticas contrárias aos direitos dos animais quanto às formas de criação e abate (WHITEMAN *et al*, 2007), algo por vezes ligado às grandes corporações da área.

Análise documental:

Inicialmente, Deus oferece ao homem apenas vegetais (Gênesis 2:9), mas depois do Dilúvio é liberada a carne de animais para alimento: “Tudo o que se move e vive ser-vos-á de alimento; como vos dei a erva verde, tudo vos dou agora” (Gênesis 9:3).

Os textos bíblicos fazem referência positiva à creofagia, e as restrições relatadas não versam a respeito de questões ambientais, mas sobre a adequação do tipo de carne para alimento humano (Deuteronômio 14:3-6; Atos 10:12-13). A própria Sabedoria “carneou os seus animais, misturou o seu vinho e arrumou a sua mesa” (Provérbios 9:2).

Mas, o estímulo à creofagia não é irrestrito (Romanos 14:21), como: “Melhor é um prato de hortaliças onde há amor do que o boi cevado e, com ele, o ódio (Provérbios 15:17).

g) Hedonismo

Para Gronow (1997), o consumidor moderno é essencialmente hedonista. Boa parte da sociedade moderna busca conforto, conveniência, ócio, e essa procura é tanto melhor atendida quanto maiores o poder aquisitivo e a ambiência nos centros urbanos (BROWN, 2003). Muitas vezes a postura hedonista está ligada a valores fúteis, vãos, caracterizando forte apego à vaidade (WELLAUSEN, 1988). A obtenção do prazer pode se desdobrar na prática da luxúria, libertinagem, gula, jogo, festas, degustação de bebidas, uso de acessórios para vestir-se, compra de bens para obter agradáveis sensações etc. Para o consumismo e a ecologia, essa prática é negativa, pois se forem atendidos todos os desejos hedonistas da população, haverá colapso do sistema ambiental (GALBRAITH, 1987).

Análise documental:

Verifica-se no apontamento bíblico tratamento tanto positivo e de aprovação quanto negativo ou contestação dos princípios hedonistas. As citações positivas, no entanto, parecem ser mais restritas ou na forma indireta (Deuteronômio 14:26). As ocorrências condenatórias são expressivas (Jó 15:31-35;

Oséias 4:11, 18; Eclesiastes 5:10), caso de “Quem ama os prazeres empobrecerá, quem ama o vinho e o azeite jamais enriquecerá” (Provérbios 21:17).

É comum a Bíblia associar ao termo “carne” o prazer humano, os desejos fisiológicos, as tentações físicas do homem. A concupiscência – desejo intenso de bens ou gozo material, inclusive o apetite sexual – é recriminada ao longo dos versículos bíblicos (1 João 2:16-17; 1 Timóteo 6:9; Gálatas 5:16-21; Tiago 4:1-3).

h) Valores materiais

São valores orientados para o usufruto de bens materiais, caso do forte apego aos objetos, riqueza e dinheiro, de forma a enfraquecer os laços humanísticos e espirituais nos quais a ideologia ambiental muito se apoia (SCHWARZ, 1990). A crença de que os bens materiais e o consumismo suprem todo tipo de necessidade humana seria uma distorção do bem-estar e da qualidade de vida (LIPOVETSKY, 1989). Nesse sentido, os danos ecológicos podem se dar em função da alta demanda de recursos naturais para disponibilizar tantos bens (SANTOS, 2004).

Análise documental:

As mensagens condenam os valores materiais (1 Coríntios 13:3; 1 Timóteo 2:9; Jó 31:24-28; Tiago 2:2-5; Provérbios 8:10-11; 1 João 2:15), caso de “Porque o amor do dinheiro é raiz de todos os males; e alguns, nessa cobiça, se desviaram da fé e a si mesmos se atormentaram com muitas dores. Tu, porém, ó homem de Deus, foge destas coisas; antes, segue a justiça, a piedade, a fé, o amor, a constância, a mansidão” (1 Timóteo 6:10-11).

Em um trecho de Jó, há uma narrativa muito atual em que descreve o trabalho predatório do homem na natureza para obter riquezas, mas nesse trabalho não é encontrada a sabedoria: “Estende o homem a mão contra o rochedo e revolve os montes desde as suas raízes. Abre canais nas pedras, e os seus olhos vêem tudo o que há de mais precioso. Tapa os veios de água, e nem uma gota sai deles, e traz à luz o que estava escondido. Mas onde se achará a sabedoria? E onde está o lugar do entendimento?” (Jó 28:9-12).

i) Possessividade

Qualifica atos possessivos ou se atribui às pessoas com exacerbado sentimento de posse. Na sociedade atual, constata-se que os elos e patamares são fortemente estabelecidos pelas relações de consumo (FEATHERSONE, 2000). Assim, é comum que as pessoas sejam avaliadas pela posse de bens e objetos e não propriamente pelo que são (BONDER, 2007). Ser dono de propriedades de terra, possuir roupas finas, ter empregados seriam formas

para agregar status e obter admiração. A postura voltada para a posse e a propriedade de bens é contrária aos interesses ambientais, na medida em que aumentam os resíduos sólidos (lixo) e proporciona duvidosos direitos sobre os recursos naturais, que seriam bens coletivos (PORTILHO, 2005).

Análise documental:

Em várias passagens bíblicas, Deus oferece terras e bens aos que considera merecedores (Deuteronômio 9:4-6; Josué 1:11, 15; Números 33:53), mas admite a posse com moderação (Deuteronômio 23:24). Porém, há diversos versículos que reprovam o possessividade (Isaías 5:8; Provérbios 16:16; Provérbios 22:1), caso de: “Se queres ser perfeito, vai, vende os teus bens, dá aos pobres e terás um tesouro no céu; depois, vem e segue-me. Tendo, porém o jovem ouvido esta palavra, retirou-se triste, por ser dono de muitas propriedades. Então, disse Jesus a seus discípulos: Em verdade vos digo que um rico dificilmente entrará no reino dos céus” (Mateus 19:20-23).

j) Individualismo

A doutrina do individualismo sustenta que interesses pessoais, subjetivos, estão acima dos alheios (ASCH, 1987). Pessoas clamam para si atenção, notoriedade, poder e tratamento especial, muitas vezes canalizando as relações de consumo para esse fim (VEBLEN, 1987). Manifesta-se na forma de inveja, indiferença e desprezo às virtudes de outrem. Segundo Vieira e Bredariol (1998), trata-se de posturas centradas no “eu” e não na coletividade, algo muito negativo para o movimento ambiental uma vez que todos os temas voltados para a sustentabilidade ecológica passam por esforços conjuntos em que os interesses individuais devem ser sobrepujados pelos coletivos. Em termos jurídicos, o meio ambiente é considerado um bem coletivo, um objeto do interesse difuso, de forma que a satisfação de um implica a satisfação de todos (WALDMAN, 2003).

Análise documental:

Há diversas passagens contra o individualismo (João 15:13; Salmos 49:11-12, 16-17; Eclesiastes 5:13), caso de “Amarás o teu próximo como a ti mesmo. Não há outro mandamento maior do que este” (Marcos 12:31) ou “Ninguém busque o seu próprio interesse, e sim o de outrem” (1 Coríntios 10:24). A cobiça pelos bens alheios também é condenada (Jó 20:20; Êxodo 20:17).

k) Qualidade de Vida

O conceito de qualidade de vida refere-se à articulação equilibrada de diversos aspectos que proporcionam bem-estar às pessoas e à coletividade,

caso dos sistemas ecológicos, bons padrões de saúde, acesso a conhecimentos, boas condições de trabalho, correção nas relações de consumo (GIACOMINI-FILHO, 2008). Penna (1999) adverte que o consumismo deprecia a qualidade de vida individual e coletiva quando prejudica biomas naturais. Uma vida satisfatória estaria também atrelada à vivência equilibrada entre bens materiais e espirituais, entre espaço individual e convívio social (LIPOVETSKY, 1989), entre trabalho e consumo (DOWBOR, 2007).

Análise documental:

A Bíblia reserva muitos versículos para retratar um mundo instável para a qualidade de vida do homem, em que se entrecruzam terremotos, fome, secas, enchentes, epidemias, guerras e paz, êxodos e ocupação, embates culturais e religiosos, crescimento e extermínio populacional, gênese e holocausto (Lucas 21:11). Algumas passagens sugerem um equilíbrio entre as relações de trabalho e consumo (Eclesiastes 3:13; Eclesiastes 4:5-6; Eclesiastes 5:18-19), afinidade entre as relações de consumo e bem-estar imaterial (Romanos 14:17) e equilíbrio entre sabedoria e conhecimento com a riqueza e a honra (Provérbios 3:16).

Muitas pessoas, nas modernas sociedades, vivem sozinhas, o que tem gerado consumo maior de produtos e serviços para atender carências advindas de tal isolamento. Registram-se algumas citações negativas sobre esse aspecto (Eclesiastes 4:8; Provérbios 18:1).

A igualdade entre os homens parece ser uma visão bem prática que se pode reconhecer nos textos quanto a uma interpretação do conceito de qualidade de vida: “Porque não é para que os outros tenham alívio, e vós, sobrecarga; mas para que haja igualdade, suprimindo a vossa abundância, no presente, a falta daqueles, de modo que a abundância daqueles venha a suprir a vossa falta, e, assim, haja igualdade, como está escrito: O que muito colheu teve demais; e o que pouco, não teve falta” (2 Coríntios 8:13-15).

1) Comercialismo

Contribui fortemente com o consumismo a postura de empresas e organizações no sentido de promover vendas e estimular o consumidor na aquisição de marcas, produtos e serviços. Dessa forma, as práticas comerciais ou de marketing influenciam o comportamento do consumidor e, quando essas práticas são intensivas, agressivas e prejudiciais à sociedade, assumem o caráter de comercialismo (GIACOMINI-FILHO, 2008). As ações comerciais realizadas pelas empresas podem causar grande repercussão no meio ambiente (DIAS, 2007), principalmente as de grandes corporações para promover seu expansionismo (KLEIN, 2002) ou, segundo Trevisan e Veloso (2007), para maximizar o lucro.

Análise documental:

O comércio por vezes é retratado como algo sábio e gerador de riquezas tanto para o comerciante quanto para nações e cidadãos (Ezequiel 27:33; Ezequiel 28:5), mas há forte ligação das práticas comerciais com injustiças (Ezequiel 28:16, 18; Apocalipse 18:3, 11-12). Diversos conteúdos mostram preocupação com práticas comerciais ilícitas em relação a padrões de medida e peso (Deuteronômio 25:13-15; Levítico 19:35-36). Porém, cabe destacar as considerações contrárias à avareza, ao empréstimo com juros injustos e aos lucros incompatíveis (Provérbios 1:19; Provérbios 15:27; Provérbios 16:8; Ezequiel 18:13; Neemias 5:10-12; Filipenses 1:21; Levítico 25:37).

Parece que já nos tempos bíblicos havia restrições contra as grandes organizações comerciais (Miquéias 2:1-2). Tais preocupações se estendem na forma de lidar com as pessoas e com os trabalhadores (Ezequiel 22:12; Tiago 5:4).

m) Simbologia da mercadoria

Carl Marx, em *O Capital*, cunhou o termo “feiticismo” para designar a mistificação do valor de troca ou fenômeno sociológico no qual as mercadorias ficam investidas de poderes que, de fato, não possuem (JHALLY, 1995). Para Campbell (2001), o consumidor moderno deseja um romance em vez de um produto habitual, porque isso o habilitaria a acreditar que sua aquisição e seu uso podem proporcionar experiências que ele, até então, não encontrou na realidade. Diante das limitações para a exploração de recursos naturais, essa estratégia tem sido muito combatida (CAMPBELL, 2000), isso porque se a demanda natural já é expressiva tendo em vista o crescimento e a renda populacional, ao se trabalharem propriedades emocionais nas marcas e produtos potencializa-se mais ainda a demanda para tais bens, pois eles transcenderiam de uma função utilitária para outras potencialmente ilimitadas.

Análise documental:

A atratividade da maçã no Éden, levando Eva e Adão à desobediência, marca primordialmente o fetiche dos objetos na Bíblia (Gênesis 3:6). O vinho é utilizado para exemplificar ou mostrar fetiches sobre o homem (Provérbios 20:1; Provérbios 23:31-35; Provérbios 31:6-7; Ester 1:10; Salmos 60:3).

Há outras considerações, como uma que valoriza bens duráveis – “Riquezas e honra estão comigo, bens duráveis e justiça” (Provérbios 8:18) – e outra que estabelece relações simbólicas de produtos: “O ornato dos jovens é a sua força, e a beleza dos velhos, as suas cãs” (Provérbios 20:29).

Mas são recorrentes trechos dedicados à idolatria a objetos e coisas, no sentido de condenar a admiração de imagens, figuras e símbolos (Salmos

31:6; 1 Coríntios 8:1, 7; 1 Coríntios 10:14, 19-20), caso do consumo devoto (Atos 17:24; Atos 19:26).

n) Consumo

Consumo designa o ato de usufruir algo e constitui-se em uma das necessidades humanas (DOWBOR, 2007); quando ocorre dentro de padrões aceitáveis pode ser designado como consumo sustentável (JACOBI, 2007). O consumo aquém desses padrões denotaria uma situação de subconsumo e acima caracterizaria o consumismo (WELLAUSEN, 1988). As inquietações envolvendo o meio ambiente relacionam-se ao consumismo, pois a disponibilidade limitada de recursos naturais não suportaria o excesso de demanda por bens e serviços que tem se manifestado na sociedade atual (BOCOCK, 2000).

Análise documental:

O consumo moderado é retratado em diversos trechos (Romanos 13:13; Mateus 6:25-31; Isaías 55:2; Provérbios 25:16; Eclesiastes 10:16-17), caso de “Tendo sustento e com que nos vestir, estamos contentes” (1 Timóteo 6:8).

O subconsumo aparece frequentemente tendo em vista as precárias condições da Antiguidade e as características culturais dos povos, muitas vezes ligado à fome (2 Reis 6:25; Lucas 4:25; Gênesis 26:1; Gênesis 41:55, 56, 57; Rute 1:1). Uma manifestação cultural do subconsumo é o jejum, prática bastante citada (Marcos 2:18-19; Esdras 8:21-23; Ester 4:16). O fenômeno da multiplicação de pães e peixes pode ilustrar uma transição de um estado de subconsumo para o consumo pleno (Mateus 14:17-20; Mateus 15:32-37).

O hiperconsumo também possui muitas citações. Talvez o primeiro registro de consumismo na Bíblia seja o excesso de vinho tomado por Noé, cuja embriaguez o deixou dormindo nu (Gênesis 9:21). Há passagens que registram indícios de consumismo de forma não-condenatória (Neemias 9:25; 1 Reis 1:25; 2 Crônicas 9:20; Ester 1:3; Mateus 22:4). Porém verificam-se muitas alusões condenatórias em relação ao consumo espúrio e extravagante (Provérbios 23:1-3, 20-21; Efésios 5:18; Isaías 3:16-20; Salmos 78:29-30; Eclesiastes 6:7; Isaías 5:11, 12; Habacuque 2:9), como pode ilustrar o trecho “O inferno e o abismo nunca se fartam, e os olhos do homem nunca se satisfazem.” (Provérbios 27:20).

4. Comentários e considerações finais

Este trabalho teve como perspectiva analisar fatores presentes no discurso religioso que estabelecem conexões entre meio ambiente e consumismo. A partir do referencial teórico e do discurso religioso representado pela Bíblia, foi possível encontrar 14 fatores: habitats (criação e domínio), habitats (des-

truição), ciclo ecológico, antropocentrismo, educação ambiental, creofagia, hedonismo, valores materiais, possessividade, individualismo, qualidade de vida, comercialismo, simbologia da mercadoria e consumo.

A Bíblia reserva o início de seu conteúdo para a criação do Universo e coloca o homem como centro das atenções divinas. Embora a ecologia não mostre posição definida sobre a criação, considera que o homem não tem possibilidade de criar ou recriar habitats complexos e, por isso, deve esforçar-se na conservação dos recursos disponíveis, evitando assim o consumismo. A teofania predomina, mas deixa transparecer o antropocentrismo, cuja ideologia legitimaria as ações humanas para dispor da natureza conforme suas necessidades, de forma a permitir o consumismo. Porém, vários trechos bíblicos mostram um homem com poderes limitados, até mesmo se comparado às forças naturais, o que reforça posturas do movimento ambiental que prega o ecocentrismo.

Muitas passagens bíblicas apontam a destruição de habitats por ação divina em que o homem, sua proteção e transgressões são grandes motivações. Nessas ações há tentativas para recriar um mundo melhor, um homem melhor. Embora não se registrem atividades humanas reprováveis diretamente relacionadas ao meio ambiente, atitudes hedonistas, possessivas, materialistas e de poder motivaram a ação divina na destruição de habitats. Dessa forma, o homem tem sido responsável por danos ambientais quer na forma indireta, como mostra a Bíblia, quer na forma direta, como apontam os estudos atuais.

O ciclo ecológico é um postulado básico da ecologia que encontra seus princípios respeitados no texto bíblico, já que a biodiversidade, a visão cíclica de vida e os limites do homem neste sistema são ressaltados. Tais características e limites, que incluem as relações de consumo, precisam ser atendidos nos dias atuais para a manutenção de ambientes e sociedades sustentáveis.

A qualidade de vida do homem é diretamente afetada por ocorrências ambientais, tanto negativas como positivas, em que é dado pelos textos bíblicos peso maior aos desastres e catástrofes. A atividade moderada do trabalho e do consumo, a convivência coletiva, o sentido humanístico e o espírito de igualdade entre os homens também retratam o teor para a qualidade de vida nos textos analisados.

Ao tratar de forma predominantemente condenatória o individualismo, o hedonismo, os valores materiais e a possessividade, a Bíblia revela boa sintonia com muitos paradigmas do movimento ambiental moderno, pois tais atitudes humanas associam-se ao consumismo em muitas de suas manifestações. De forma geral, os conteúdos bíblicos não se mostram partidários do individualismo, de forma que também emitem um tom de reprovação para a

cobiça dos bens alheios. Quanto ao hedonismo, os versículos revezam-se em tons condenatórios e permissivos, embora o primeiro se mostre enfático ao longo de toda a obra. As mensagens bíblicas condenam os valores materiais e a possessividade, e há tolerância para a posse de terras e bens dentro de uma finalidade utilitária, portanto, não ostentatória.

O comercialismo, que é um dos fatores influenciadores e contributivos do consumismo, não é bem visto nos textos bíblicos, os quais condenam a usura, o expansionismo e práticas comerciais danosas às comunidades. Essa postura atualmente é responsável por grandes problemas ambientais.

Os textos mostram vários âmbitos do consumo, inclusive menções predominantemente positivas para o hábito de comer carne, algo que encontra oposição em muitos simpatizantes do movimento ambiental. Há diversas manifestações de subconsumo e de hiperconsumo, este último diretamente relacionado com o consumismo, que é comumente retratado na Bíblia de forma condenatória e reprovável.

O estudo mostra, de um lado, discurso permeado com significados contrários a postulados do movimento ecológico moderno; porém, de forma contundente, revela conteúdos sintonizados com as demandas sociais atuais na busca de um desenvolvimento sustentável.

Referências

- ASCH, Solomon E. *Psicologia social*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1987.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2004.
- BOCOCK, Robert. *Consumption*. Londres: Routledge, 2000.
- BONDER, Nilton. *Ter ou não ter, eis a questão: a sabedoria do consumo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BROWN, Lester. *Eco-Economia*. Salvador: Universidade Livre da Mata Atlântica/ EPI – Earth Policy Institute, 2003.
- BURNS, Edward. *História da civilização ocidental*. Porto Alegre: Globo, 1978.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumerismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- _____. The puzzle of modern consumerism. In: LEE, Martyn. *The consumer society reader*. Londres: Blackwell, 2000.
- CASCINO, Fabio. *Educação ambiental: princípios, história e formação de professores*. São Paulo: Senac, 2000.
- COIMBRA, José de Ávila A. *O outro lado do meio ambiente: uma incursão humanista na questão ambiental*. Campinas: Millennium, 2002.
- CORRADO, Frank M. *A força da comunicação: quem não se comunica...* São Paulo: Makron, 1994.
- DEMAJOROVIC, Jacques. *Sociedade do risco e responsabilidade socioambiental: perspectivas para a educação corporativa*. São Paulo: Senac, 2003.
- DIAS, Genebaldo F. *Educação ambiental: princípios e práticas*. São Paulo: Gaia, 2003.

- DIAS, Reinaldo. *Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios*. São Paulo: Atlas, 2007.
- DOWBOR, Ladislau. Consumo inteligente. In: ANTAS-JÚNIOR, Ricardo M. *Desafios do consumo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- FEATHERSTONE, Mike. Lifestyle and Consumer Culture. In: LEE, Martyn. *The Consumer Society Reader*. Londres: Blackwell, 2000.
- FELDMANN, Fábio (ed.). *Consumo sustentável*. São Paulo: Consumers International; PNUD; Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo; IDEC, 1998.
- GALBRAITH, John Kenneth. *A Sociedade Afluente*. São Paulo: Pioneira, 1987.
- GIACOMINI-FILHO, Gino. *Ecopropaganda*. São Paulo: Senac, 2008.
- _____. *Meio ambiente & consumismo*. São Paulo: Senac, 2008.
- GOVATTO, Ana Claudia M. *Propaganda responsável*. São Paulo: Senac, 2007.
- GRONOW, Jukka. *The sociology of taste*. Londres: Routledge, 1997.
- GUIMARÃES, Mauro. *A dimensão ambiental na educação*. Campinas: Papirus, 1995.
- JACOBI, Pedro. Consumo e sustentabilidade: como pensar a aprendizagem social. In: ANTAS-JÚNIOR, Ricardo M. *Desafios do consumo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- JHALLY, Sut. *Os códigos da publicidade: o fetichismo e a economia política do significado na sociedade de consumo*. Porto: Asa, 1995.
- JOHANNESSEN, Richard L. *Ethics in human communication*. 3.ed. Illinois: Waveland, 1990.
- JONAS, Hans. *O princípio responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica*. Rio de Janeiro: Contraponto/ Ed. PUC-Rio, 2006.
- KLEIN, Naomi. *Sem Logo: a tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- KONESWARAN, G; NIERENBERG, D. "Global farm animal production and global warming: Impacting and mitigating climate change". In: *Environmental health perspectives*. Volume. **116**, nº 5, 2008, p. 578-582.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MACEDO, Ricardo K. A importância da avaliação ambiental. In: TORNISIELO, Sâmia M.T. et al. *Análise ambiental: uma visão multidisciplinar*. São Paulo: UNESP, 1995.
- MAKOWER, Joel. *The Green Consumer*. New York: Penguin, 1993.
- MARTELLI, Stefano. *A religião na sociedade pós-moderna*. São Paulo: Paulinas, 1995.**
- MILARÉ, Edis; COIMBRA, José de Ávila Aguiar. Antropocentrismo x ecocentrismo na ciência jurídica. *Revista de Direito Ambiental*, Ano V, n. 36, out. 2004, p. 9-42.
- MILARÉ, Édis. *Direito do ambiente*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.
- MUNDO perde 20 mil hectares de florestas por dia, diz FAO. *Agência Estado*. Ciência e Meio Ambiente. 13 mar 2007. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/ciencia/noticias/2007/mar/13/119.htm>. Acessado em 13 mar 2007.
- ORTIZ, Renato. Anotações sobre religião e globalização. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, V. 16, n. 47, out. 2001, p. 65-74.
- PENNA, Carlos G. *O estado do planeta: sociedade de consumo e degradação ambiental*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

- PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.
- RADOSH, Daniel. Why publishers love the Bible?. *The New Yorker*, 18/12/2006.
- RUETHER, Rosemary Radford. *Gaia & God: an ecofeminist theology of earth healing*. New York: HarperCollins, 1992.
- SANTOS, Alberto Pereira dos. *Meio ambiente: construção de um novo mundo*. São Paulo: Editora DPL, 2004.
- SCHWARZ, Doroty. *Ecologia: alternativa para o futuro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- SINGER, Peter. *Ética prática*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- TREVISAN, Leonardo e VELOSO, Elza. Crédito consignado, lucros bancários e renda pessoal: uma relação muito perigosa. In: ANTAS-JÚNIOR, Ricardo M. *Desafios do consumo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Nova Cultural, 1987.
- VEYNE, Paul et al (orgs.). *História da vida privada: do Império Romano ao ano mil*. Volume 1. São Paulo: Schwarcz, 1990.
- VIEIRA, Liszt e BREDARIOL, Celso. *Cidadania e política ambiental*. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- WALDMAN, Maurício. Natureza e sociedade como espaço de cidadania. In: PINSKY, Jaime e PINSKY, Carla. *História da cidadania*. São Paulo: Contexto, 2003.
- WELLAUSEN, Araré. *Consumismo*. Porto Alegre: Tchê, 1988.
- WHITEMAN, Christina W. et al. Human and domestic animal populations as a potential threat to wild carnivore conservation in a fragmented landscape from the Eastern Brazilian Amazon. *Biological Conservation*, Volume 138, n.2, ago. 2007, p. 290-296.
- WILKINSON, Richard. *Pobreza e progresso: modelo ecológico de desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.
- WILSON, Edward O. *Diversidade da vida*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.