

REVISTA
espaçoética

EDUCAÇÃO, GESTÃO E CONSUMO

SÃO PAULO, ANO I, N. 01, JAN./ABR. DE 2014



Podemos falar de ética nas práticas de consumo?

Ética no consumo segundo o pensamento afro-brasileiro

João Luiz de Almeida Carneiro¹

Érica Ferreira da Cunha Jorge²

Maria Elise Rivas³

A palavra ética percorre o linguajar cotidiano brasileiro. É um termo recorrente que vem sendo aplicado a várias situações, por exemplo, a ética trabalhista, a ética no mercado, a ética religiosa, cada qual com suas variantes metodológicas de análise. Optamos por entender a ética segundo a perspectiva dialógica (HABERMAS, [1962] 2003), em que as pessoas inseridas no mundo se relacionam intersubjetivamente na prática cotidiana operacionalizando um *modus vivendi* próprio (CARNEIRO, 2012, 2014).

A sociedade ocidental contemporânea estruturou seu modo de pensar e agir em bases que recorrem a uma tradição filosófico-política pautada no individualismo e no sistema capitalista de produção (DUMONT, 1985). A ideia de indivíduo foi concebida como uma construção social do mundo moderno, cujos alicerces são as transformações sociais, políticas, econômicas e filosóficas dos séculos XVII e XVIII (desde a Reforma Protestante até

1 João Luiz Carneiro: Doutorando em Ciências da Religião (PUC/SP). Mestre em Filosofia (UGF/RJ). Especialista em Teologia afro-brasileira e Docente da FTU.

2 Érica Jorge Ferreira da Cunha Jorge: Doutoranda em Ciências Sociais (UFABC). Mestre pela mesma instituição. Teóloga e Docente da FTU e membro do grupo de pesquisa Identidades Plurais e Representações Simbólicas.

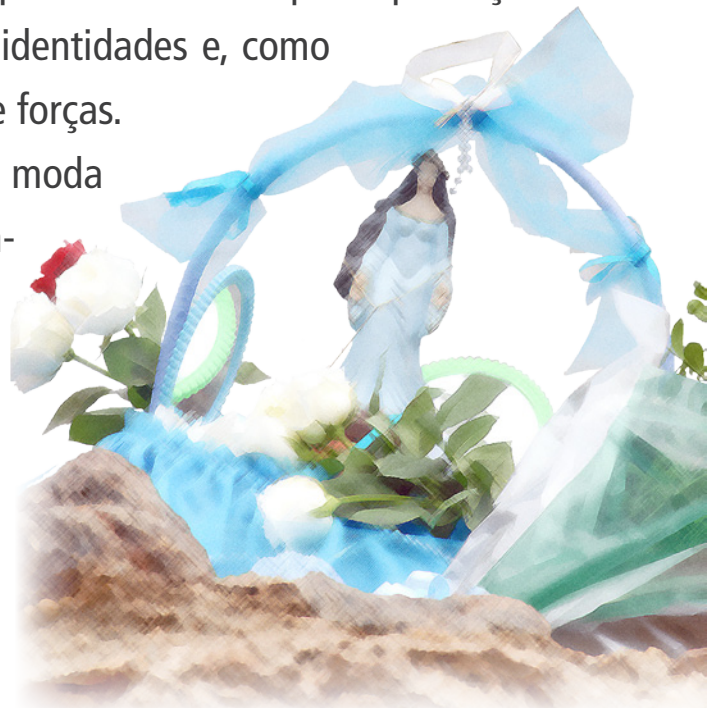
3 Maria Elise Rivas: Mestre em Ciências da Religião (PUC/SP). Teóloga, docente e vice-diretora da FTU. Membro do Grupo de Pesquisa Gênero, Poder e Política (PUC/SP).

o Iluminismo), e tem como principal resultante a reflexividade do sujeito em sua sociedade e não mais às sujeições normativas de determinadas metafísicas sobre a realidade.

Nesse contexto, a implementação acentuada do regime capitalista e suas novas reconfigurações atuais implicam necessariamente algumas consequências: o aumento das desigualdades sociais, a diminuição expressiva dos recursos naturais do planeta, os desajustes climáticos, o aumento da criminalidade e do caos urbano, a não garantia de direitos de minorias étnicas, entre outros.

As mudanças estruturais que foram estabelecidas a partir do século XVIII na Europa Ocidental, especialmente com a Revolução Industrial aperfeiçoaram um olhar voltado para o acúmulo constante de capital, sendo este destinado, naturalmente, às elites ou aos que, porventura, tenham condições de compra e não estejam em posição marginal no sistema. O fato é que esse modelo de atividade consumista deixou de se constituir por atividades econômicas, passando a representar um campo de produção de significados, de simbologias e de identidades e, como todo campo, é um estabelecimento de forças.

Hoje, o necessário não dita mais a moda e sim o supérfluo, o excedente. Alimentação, saúde e educação são importantes, mas não menos que a manutenção de uma identidade perante um grupo (mesmo que fictícia). Essa é a sociedade do consumo (BAUDRILLARD, [1970] 1995), em que um ciclo vicioso é sempre alimentado



pela insaciabilidade e insatisfação. O consumo deixou de ser produto para se configurar como autor na rede de relações estabelecidas na sociedade moderna e esse fato marca a nova fase de estudos que se debruçam sobre a cultura, sobretudo nos meios urbanos.

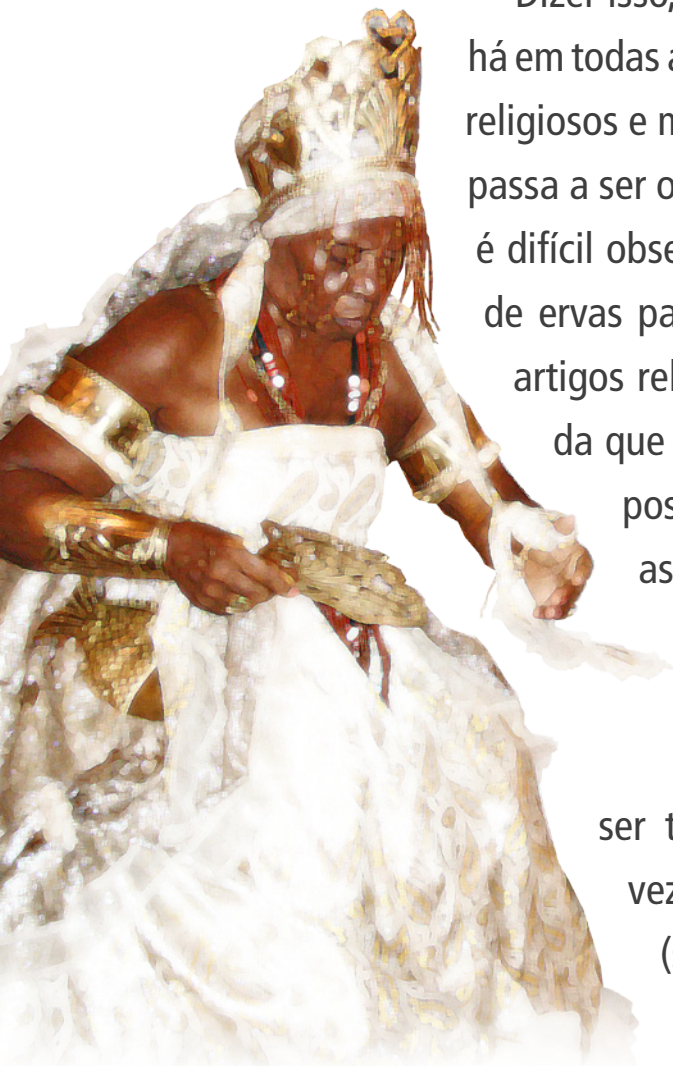
E como as religiões afro-brasileiras se colocam perante esse cenário? Do ponto de vista sociológico, é importante pontuar que as religiões são grupos sociais inseridos em uma dinâmica maior e, portanto, estão sujeitas aos determinantes elaborados coletivamente e que determinam o arranjo da sociedade brasileira. Nenhuma religião que se expresse no Brasil está totalmente desvinculada da cultura nacional. Não são poucos os exemplos que atestam que no Brasil o protestantismo e mesmo o catolicismo se configuraram de maneira diferente de alguns países europeus, por exemplo.

As religiões afro-brasileiras estão, portanto, inseridas em uma tessitura social mais ampla cujos alicerces, pontuados anteriormente, denotam o aprofundamento e o alastramento da sociedade de consumo. Como a teologia afro-brasileira entende o consumo? E mais: é possível, partindo de uma lente religiosa, pensar em uma ética do consumo?

Para esta teologia específica, cada religião afro-brasileira precisa dar sentido às suas verdades e não podem se esquecer de seus públicos: filhos de santo, clientes ou simpatizantes e a sociedade como um todo. Essa atribuição de sentido é o que torna cada grupo religioso uma comunidade particular regida por valores próprios, ainda que imersos na superestrutura social. Assim, os filhos de santo são apresentados a uma filosofia espiritual que tem por pressuposto a relação do indivíduo com:

- ele mesmo e com a sociedade;
- com a natureza;
- com o Sagrado.

A própria constituição da teologia afro-brasileira se pauta em estruturas mitológicas cujas raízes, ainda que reconfiguradas constantemente em cada terreiro, estabelecem como fundamental a boa relação do indivíduo com seus pares, com a natureza física e com a natureza espiritual, o Sagrado, em suas várias denominações (RIVAS NETO, 2012). Nesse sentido, as lideranças afro-brasileiras e seus filhos e filhas de santo defendem uma lógica humana (e que seria refletida no mercado) não devastadora. Há mitos de exu, por exemplo, que exemplificam a relação dar-receber-retribuir, sendo a lógica da restituição de energias essencial ao conhecimento religioso afro-brasileiro e que, certamente, é conduzido para além das paredes dos terreiros.



Dizer isso, porém, não é deixar de reconhecer que há em todas as religiões um elevado consumo de bens religiosos e mesmo a religião, em algumas situações, passa a ser o próprio 'produto' a ser consumido. Não é difícil observar casos de venda de receitas à base de ervas para determinadas doenças em casas de artigos religiosos de umbanda e candomblé. Ainda que respeitemos a lógica de mercado, é impossível consentir com essas vendas, já que as mesmas ferem a ética sacerdotal. Para os religiosos afro-brasileiros, esses "produtos" são consumíveis apenas dentro das casas de santo e não devem ser tratados de maneira massificada, uma vez que o tratamento para cada pessoa (seja filho(a) de santo ou clientes) é indi-

vidualizado e atende a um contexto espiritual muito maior que o mercado jamais apreenderá.

Para o pensamento umbandista e, certamente, o mesmo se expande para o pensamento afro-brasileiro como um todo, existe ética no consumo se a ética for desenvolvida pelo indivíduo e for vivenciada em suas várias redes de sociabilidade. Falar em ética no consumo é, portanto, resgatar a ética em seu sentido mais amplo, com um olhar espiritual voltado para a responsabilidade, alteridade e identidade do indivíduo (crente religioso) com o mundo à sua volta.

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, JEAN. *A sociedade do consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

CARNEIRO, JOÃO LUIZ DE ALMEIDA. *A ética como extensão do diálogo*. São Paulo: Arché Editora, 2012.

_____. Notas introdutórias para uma ética das religiões afro-brasileiras. In: DIAS, IRENE; JORGE, ÉRICA; RIVAS, MARIA ELISE (Orgs.). *Teologia afro-brasileira*. São Paulo: Arché Editora, 2014 (no prelo).

DUMONT, LOUIS. *O individualismo*. São Paulo: Rocco, 1985.

HABERMAS, JÜRGEN. *Mudança Estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003

RIVAS NETO, FRANCISCO. *Escolas das religiões afro-brasileiras. Tradição oral e diversidade*. São Paulo: Arché Editora, 2012.