

Faculdade Batista
Pioneira



GUILHERME WURSTER

MENOS É MAIS:
Consumismo, minimalismo e a vida cristã

IJUÍ/RS
2021

GUILHERME WURSTER

**MENOS É MAIS:
Consumismo, minimalismo e a vida cristã**

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Teologia, apresentado para cumprir as exigências da disciplina de Supervisão de Pesquisa, ministrada pela professora Dr^a. Marivete Zanoni Kunz.

Orientadora: Dr^a. Marivete Zanoni Kunz.

FACULDADE BATISTA PIONEIRA
IJUÍ/RS
2021

FACULDADE BATISTA PIONEIRA

**MENOS É MAIS:
Consumismo, minimalismo e a vida cristã**

Autor: **Guilherme Wurster**

Orientador de Conteúdo: **Dr^a. Marivete Zanoni Kunz**

Avaliador de Forma: **Dr. Josemar Valdir Modes**

Avaliador de Português: **Ma. Juliana Scheibner Dellafavera**

Avaliador Final: **Dr. Rogel Esteves de Oliveira**

Aprovado em: ___/___/_____

IJUÍ

2021

“Tenham cuidado e não se deixem dominar por qualquer tipo de avareza, porque a vida de uma pessoa não consiste na abundância dos bens que ela tem”

Lucas 12.15

RESUMO

A presente pesquisa expôs o surgimento e o impacto do consumismo e a devida resposta do minimalismo: menos é mais. Menos consumismo, mais minimalismo. Menos bens de consumo, mais simplicidade. Menos preocupações, mais contentamento. Para tal, o primeiro capítulo apresentou a natureza do consumismo; o segundo capítulo expôs os problemas que o consumismo traz para a vida dos indivíduos e para a igreja cristã; e o terceiro capítulo verificou o contraponto do minimalismo, sua base cristã e como a adoção de um estilo de vida minimalista é conveniente à vida cristã. Houve a exposição e o diálogo entre diversos pensadores das áreas de sociologia e teologia, sendo alguns Lipovetsky, Bauman, Foster e Botelho.

Palavras-chave: Estilo de vida. Consumismo. Minimalismo. Simplicidade. Contentamento.

ABSTRACT

This research exposed the emergence and impact of consumerism and the appropriate response of minimalism: less is more. Less consumerism, more minimalism. Less consumer goods, more simplicity. Less worries, more contentment. To this end, the first chapter presented the nature of consumerism; the second chapter exposed the problems that consumerism brings to the lives of individuals and to the Christian church; and the third chapter verified the counterpoint of minimalism, its Christian basis, and how the adoption of a minimalist lifestyle is convenient to Christian life. There was the exhibition and dialogue between several thinkers in the areas of sociology and theology, some of which were Lipovetsky, Bauman, Foster and Botelho.

Key Words: Lifestyle. Consumerism. Minimalism. Simplicity. Contentment.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
I – A NATUREZA DO CONSUMISMO	9
1.1 A evolução histórica do consumismo	9
1.1.1 A gênese e a primeira fase da era do consumo.....	9
1.1.2 A segunda fase da era do consumo.....	11
1.1.3 A terceira fase da era do consumo	12
1.2 O Ethos do consumismo	15
1.2.1 A sociedade de consumo.....	15
1.2.2 A cultura do consumo.....	17
1.2.3 A mente do consumidor.....	20
II – EFEITOS COLATERAIS DO CONSUMISMO	24
2.1 Complicações do consumismo ao ser humano	24
2.1.1 Danos socioambientais, interpessoais e morais	24
2.1.2 Danos financeiros.....	27
2.1.3 Danos psicológicos	28
2.1.4 Danos espirituais.....	31
2.2. Complicações do consumismo à Igreja cristã	34
2.2.1 A teologia da prosperidade	34
2.2.2 Consumidores de igrejas	36
2.2.3 O comércio de itens cristãos.....	38
III – O CONTRAPONTO DO MINIMALISMO	43
3.1 A simplicidade do minimalismo	43
3.1.1 Concepções do minimalismo e sua relação como estilo de vida.....	43
3.1.2 A vida minimalista no cotidiano.....	47
3.2 As raízes bíblicas do minimalismo	51
3.2.1 O minimalismo no Antigo Testamento	51
3.2.2 O minimalismo em Jesus Cristo	54
3.2.3 O minimalismo ao longo da história da Igreja cristã	57
3.3 O estilo de vida minimalista e a vida cristã	60
3.3.1 O minimalismo e o chamado cristão	60
3.3.2 O minimalismo e o contentamento cristão	62
3.3.3 O minimalismo e a compaixão cristã	66
3.3.4 O minimalismo e a mordomia cristã.....	67
CONCLUSÃO	70
REFERÊNCIAS	73

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa bibliográfica intitulada “MENOS É MAIS” tratará do consumismo, do minimalismo e de suas respectivas relações com a sociedade e a vida cristã. Esse tema é pertinente, pois o consumismo é um problema na sociedade em geral e o é também no meio cristão e teológico. O minimalismo se torna uma via alternativa para essa questão.

O acadêmico se interessou pelo assunto ao se deparar com o movimento minimalista, e analisar à luz das Escrituras sobre como a vida simples e essencial pregada pelo minimalismo pode ser perfeitamente comparada e integrada com a vida simples e essencial pregada pelo cristianismo. Apesar da distância de quase 2 mil anos do contexto bíblico para a sociedade pós-moderna do século XXI, o ser humano continua sendo ambicioso e avaro. Na atualidade, essas características humanas são manifestas pelo consumismo. Por isso, o principal problema a ser respondido pela pesquisa é como o minimalismo aplicado à vida cristã pode responder aos impasses do consumismo. A hipótese central é de que o minimalismo leva o cristão a viver da forma que Cristo viveu, isto é, uma vida voltada ao simples e ao essencial, resumido na oração menos é mais, para, então, livrar-se do consumismo.

O primeiro e o segundo capítulos da presente pesquisa tratarão do consumismo. O primeiro capítulo abordará o que é o consumismo, ou seja, a sua natureza. Para compreender o fenômeno consumista será apurado a evolução histórica do consumismo, ou seja, como se chegou ao cenário atual, passando por três eras do consumo entre século XIX ao século XXI. Em seguida será analisado o Ethos consumista que explicará como o consumismo se tornou o modus operandi da civilização pós-moderna, pelo qual tanto a sociedade, como a cultura e a própria mentalidade dos indivíduos foi alterada para girar em torno do consumo.

O segundo capítulo tratará à tona os efeitos colaterais que o consumismo causou. Uma primeira análise abordará os problemas que o consumismo trouxe ao ser humano, realçando os danos socioambientais, interpessoais e morais – como o consumismo danificou a relação do ser humano com os seus semelhantes e com o planeta em que vive; os danos financeiros – como o consumismo danificou a relação do ser humano com o seu bolso; os danos psicológicos – como o consumismo danificou a relação do ser humano consigo mesmo; e os danos espirituais – como o consumismo danificou a relação do ser humano com a sua vida espiritual. Uma segunda análise focará nos problemas que o consumismo trouxe à igreja cristã, a começar pela teologia da prosperidade e o seu foco exacerbado na abundância relativa aos bens materiais, passando pelos chamados consumidores de igrejas, que frequentam os templos como quem frequenta um

mercado, escolhendo aquilo que mais lhe agrada, e finalizando com o comércio de itens cristãos que, se desmedido, perde o seu foco principal.

Por sua vez, o terceiro capítulo apresentará o minimalismo, cujo pressuposto é ser o contraponto do consumismo. Em primeiro lugar, será esmiuçado o movimento minimalista, sua definição, origem e simplicidade. Após esclarecer do que se trata o minimalismo, serão dadas dicas de como o estilo de vida minimalista pode ser posto em prática no dia a dia. Em segundo lugar, serão explanadas as raízes bíblicas do minimalismo, isto é, como os alicerces do minimalismo podem ser facilmente encontrados na Bíblia, e em especial em Jesus Cristo, tendo sua simplicidade repercutida ao longo de toda a história da Igreja cristã, através de diferentes indivíduos, grupos e denominações. Em terceiro lugar será demonstrado como o estilo de vida minimalista corresponde com exatidão ao estilo de vida cristã, sobretudo no que diz respeito ao chamado, contentamento, compaixão e mordomia cristã.

Diversas obras já foram escritas sobre o consumismo, o minimalismo e a vida cristã. Porém é quase inexistente uma obra que englobe os três assuntos, em especial no contexto cristão. A presente pesquisa pretende preencher esta lacuna, e assim auxiliar os cristãos e a sociedade em geral a conhecer, refletir e abandonar os hábitos prejudiciais do consumismo. Para tanto, é necessário desenvolver um estilo de vida mais minimalista, isto é, intencional e focado no que realmente importa para, então, constatar que uma vida equilibrada não segue a máxima de que “quanto mais melhor”, mas sim de que “menos é mais.”

I – A NATUREZA DO CONSUMISMO

Bauman defende a tese de que houve uma revolução consumista com a passagem do consumo ao consumismo.¹ Conforme Campbell, o consumismo entrou em vigor na sociedade, quando as atividades relacionadas ao consumo, como a procura, a compra e a utilização de bens e serviços, passou a ser especialmente importante, se não o centro da vida da maioria das pessoas na sociedade contemporânea.² Conforme Fontenelle, o consumismo foi um processo historicamente construído.³ Por isso, antes de analisar o cenário atual, será levantado um panorama da evolução histórica do consumismo.

1.1 A evolução histórica do consumismo

Segundo Bauman, por toda a história humana, as atividades correspondentes ao consumo - produção, armazenamento, distribuição e o consumo em si - estavam presentes. Inclusive, para o sociólogo, a história humana poderia facilmente ser escrita com base nas atividades de consumo.⁴ Lipovetsky propõe uma síntese de evolução da civilização consumidora em três fases da era do consumo, as quais serão descritas na sequência.⁵

1.1.1 A gênese e a primeira fase da era do consumo

De acordo com Fontenelle, para se entender a ocorrência do consumismo, é necessário resgatar a sua pré-história, ou seja, alguns acontecimentos que constituíram o palco para o seu surgimento. Estes eventos que deram origem à era consumista estão ligados aos eventos que deram origem ao mundo moderno: as Revoluções Industriais e a Revolução Francesa.⁶ Conforme Hobsbawm, a Revolução Francesa⁷ esteve para as transformações políticas, o que a

¹ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 38.

² CAMPBELL, Colin. **Eu compro, logo sei que existo**: as bases metafísicas do consumo moderno. In BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin (orgs). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 47.

³ FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo**: fundamentos e formas contemporâneas. E-pub. Rio de Janeiro: FGV, 2017, p. 17.

⁴ BAUMAN, 2008, p. 38.

⁵ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia das Letras, 2007, p. 26.

⁶ FONTENELLE, 2017, p. 18-20.

⁷ **REVOLUÇÃO FRANCESA** - Um levante popular, que trouxe fim a estrutura aristocrata e a máquina estatal do feudalismo rural francês, e forneceu uma nova ideologia política liberal e nacionalista, servindo de exemplo ideológico de mundo moderno, não somente para a Europa, mas para o globo inteiro. In. HOBBSAWM, 1977, p. 71-72.

Revolução Industrial⁸ esteve para as transformações econômicas da Europa do século XIX.⁹ De acordo com Fontenelle, neste cenário, a gênese da era consumista já estava presente.¹⁰ Isso porque, com a Revolução Francesa, a era do indivíduo se iniciou.¹¹ Já com a Revolução Industrial, o capitalismo começou a se configurar.¹² Todavia, a Segunda Revolução Industrial,¹³ iniciada no final do século XIX nos Estados Unidos, está mais diretamente relacionada com a construção do cenário para o surgimento do consumismo.¹⁴

Segundo Sevcenko, o período da passagem para o século XX também é chamado de Revolução Científico-Tecnológica, devido às novas invenções, como a eletricidade, o uso do petróleo, dos motores a combustão, das indústrias químicas, siderúrgicas e dos primeiros plásticos. Também aos novos meios de transporte, como trens, caminhões, automóveis, motocicletas e aviões. Além das novas comunicações, como o telégrafo, o telefone, a fotografia, o rádio e o cinema.¹⁵

Lipovetsky denomina o período da Segunda Revolução Industrial (de 1880 até a Segunda Guerra Mundial) como a primeira fase da era do consumo. Nesta fase os pequenos mercados locais deram lugar aos grandes mercados nacionais, que puderam se estabelecer graças a moderna infraestrutura que se desenvolvia na época, tanto na comunicação como nos transportes, que passaram a poder levar mais carga, com maior regularidade e velocidade.¹⁶

Conforme Lipovetsky, até 1880, os produtos eram anônimos, vendidos a granel e sem grandes marcas atreladas a eles. Todavia, com a Segunda Revolução Industrial, os produtos passaram a ser fabricados em massa, o que mudou o cenário. O grande número de produtos em estoque precisava ser vendido. A solução encontrada pelas indústrias foi atrelar o produto ao seu nome, criando assim uma marca. Esta, por sua vez, precisava ser publicitada. Assim, as indústrias passaram a consagrar enormes orçamentos com a publicidade, criando o marketing

⁸ **REVOLUÇÃO INDUSTRIAL** - Iniciou-se na Inglaterra do final do século XIII, quando a mão de obra manual das indústrias foi substituída por maquinário industrial, o que fez com que houvesse um significativo crescimento e barateamento da produção de produtos. *In.* HOBBSAWM, 1977, p. 58.

⁹ HOBBSAWM, Eric J. **A era das revoluções: 1789-1848**. Trad. Maria Tereza Teixeira e Marcos Penchel. São Paulo: Paz e terra, 1977, p. 71.

¹⁰ FONTENELLE, 2017, p. 54.

¹¹ FONTENELLE, 2017, p. 26.

¹² FONTENELLE, 2017, p. 20.

¹³ **SEGUNDA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL** - As máquinas das fábricas começaram a ser automatizadas, elevando assim a velocidade, produtividade e o barateamento da produção. Por exemplo, um Ford modelo T, que demorava doze horas e 28 minutos para ser fabricado em 1910, passou a ser fabricado em uma hora e 33 minutos em 1914. Deu-se início a produção em massa. *In.* LIPOVETSKY, 2007, p. 27.

¹⁴ FONTENELLE, 2017, p. 54.

¹⁵ SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 15.

¹⁶ LIPOVETSKY, 2007, p. 26-27.

de massa. Os resultados alteraram a relação do consumidor com os produtos. O cliente que comprava por fidelidade ao comerciante, passou a comprar pela marca do produto.¹⁷

Segundo Lipovetsky, para que este novo modo de vida vingasse, era necessário que o consumidor fosse afastado dos seus hábitos tradicionais, deixando de lado a mentalidade operária e camponesa. Para tal, foram criados os primeiros shoppings no final do século XIX, como uma nova ocupação distrativa, para fazer compras. Assim, lentamente, foi sendo criada a necessidade de consumo na vida das pessoas.¹⁸ Contudo, Bauman aponta para o fato de que não foi uma mudança radical. As pessoas viam-se ainda como produtores, em decorrência da grande industrialização, e por isso, foi necessário mudar esta mentalidade.¹⁹

Segundo Lipovetsky, um novo ciclo histórico do consumo passou a ser construído ao longo das três décadas pós-guerra. Dava-se início à segunda fase da era do consumo, uma época marcada pela abundância.²⁰

1.1.2 A segunda fase da era do consumo

Conforme Lipovetsky, após a Segunda Guerra Mundial houve um massivo crescimento econômico e uma elevação do nível de produção do trabalho, graças ao modelo de Taylor-Ford de organização da produção. Isso permitiu uma alta da produtividade (devido à automação da fabricação, a padronização dos produtos e o advento das linhas de montagens) e um aumento de salários, trazendo um poder de compra muito maior para as pessoas.²¹ De acordo com Fontenelle, o período de 1945 a 1975, ficou conhecido como as décadas douradas do capitalismo.²²

Lipovetsky afirma que foi neste período que o consumo de massa surgiu. A publicidade e as mídias passaram a exaltar os benefícios do consumo, como o conforto e o lazer. O consumo passou a ser um estilo de vida, um sonho, uma razão de viver. A liberação dos prazeres passou a ser pregada, e a disciplina das eras passadas foi ficando de lado.²³

Conforme Fontenelle, este cenário se desenvolveu principalmente nos Estados Unidos: “Consumir se tornou o *american way of life*” (grifos da autora).²⁴ Durante os anos 50 e 60, ter acesso a esse modo de vida mais fácil, livre e confortável, já era um motivo e tanto para os americanos irem para a loja mais próxima e comprarem uma nova televisão ou um novo carro.

¹⁷ LIPOVETSKY, 2007, p. 29-30.

¹⁸ LIPOVETSKY, 2007, p. 130.

¹⁹ BAUMAN, 2008, p. 71-72.

²⁰ LIPOVETSKY, 2007, p. 32.

²¹ LIPOVETSKY, 2007, p. 32-33.

²² FONTENELLE, 2017, p. 55.

²³ LIPOVETSKY, 2007, p. 34-37.

²⁴ FONTENELLE, 2017, p. 19.

Porém, outra motivação se configurava: os objetos sonhos de consumo passaram a ser sinais tangíveis de prestígio social, sucesso e riqueza.²⁵ Nesta época, conforme Lipovetsky:

Os carros americanos são sobrecarregados de cromados e de aletas aerodinâmicas para impressionar o olhar, criar uma imagem de superioridade social. Da mesma maneira que se fica orgulhoso de exibir os objetos como emblemas de posição, a publicidade esforça-se em louvar os produtos como símbolos de condição social: são mulheres maquiadas, finas e elegantes que encenam os visuais publicitários para o carro, a bateadeira ou o aspirador.²⁶

Fontenelle salienta a importância da televisão para a transmissão da publicidade.²⁷ De acordo com Anderson, essa invenção: “foi o primeiro avanço tecnológico de importância mundial no pós-guerra. Com a TV dava-se um salto qualitativo no poder das comunicações de massa.”²⁸ Conforme Fontenelle, as empresas aproveitaram a tecnologia disponível da época, o que caracterizou a segunda fase da era do consumo como a era das imagens a serem vendidas e consumidas.²⁹ E, assim, toda uma nova disposição cultural, principalmente nos Estados Unidos, foi transformando a paisagem das cidades, bem como moldando a sociedade como um todo, tornando o consumo como modo e referência de vida.³⁰

Entretanto, de acordo com Lipovetsky, a segunda fase da era do consumo já foi sobreposta. Desde o fim da década de 1970, é o terceiro ato que se apresenta no palco da era do consumo.³¹

1.1.3 A terceira fase da era do consumo

Segundo Lipovetsky, a terceira fase da era do consumo é caracterizada pelo surgimento de duas revoluções: a informatização e a globalização dos mercados. Ambas influenciaram por demais a terceira fase da era do consumo. A revolução informática foi a responsável por permitir a produção personalizada em massa dos produtos que até então eram padronizados, enquanto a globalização está ligada com o fato de que as empresas, imersas em um cenário global, entraram na febre da internacionalização. Isso fez com que ao longo do final do século XX, surgissem mega marcas, que terceirizando a sua produção, espalharam os seus produtos personalizados e inovadores por toda o globo.³²

²⁵ LIPOVETSKY, 2007, p. 39-40.

²⁶ LIPOVETSKY, 2007, p. 40.

²⁷ FONTENELLE, 2017, p. 55.

²⁸ ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999, p. 104.

²⁹ FONTENELLE, 2017, p. 59.

³⁰ FONTENELLE, 2017, p. 51.

³¹ LIPOVETSKY, 2007, p. 37.

³² LIPOVETSKY, 2007, p. 76-79.

Conforme Sevcenko, a Revolução Microeletrônica foi a responsável pela aceleração das transformações tecnológicas desta época: “A escala das mudanças desencadeadas a partir desse momento é de uma tal magnitude que faz os dois momentos anteriores parecerem projeções em câmera lenta.”³³ Desde 1975, a Revolução Microeletrônica passou por uma aceleração explosiva em uma escala de mudança nunca vista na história humana: foram mais de 10 revoluções tecnológicas sucessivas no espaço de duas décadas e meia.³⁴ A multiplicação em um curto espaço de tempo, de computadores, satélites e da rede de internet desencadeou uma revolução nas comunicações.³⁵

Segundo Lipovetsky, o consumidor, que comprava principalmente para adquirir status diante dos outros, neste novo cenário, passou a consumir para o seu bel prazer, para sentir sensações, viver experiências, ser independente, conservar a juventude e a saúde. Enfim, para perseguir a felicidade. O consumo focado no outro passou a ser o consumo focado em si. A partir de então, o consumo passou a definir a identidade individual do sujeito. Passou-se a consumir aquilo que combina com a pessoa. Aquilo que responde a pergunta “quem sou eu.”³⁶ Lipovetsky denominou essa fase de hiperconsumo.³⁷

De acordo com Sevcenko, a nova cultura do poder do consumo chegou nas casas das pessoas através da publicidade:

A força de sedução das novas técnicas publicitárias explorou até os limites as técnicas comunicacionais, intensificando sua capacidade de gerar apelos sensuais e sensoriais, associados a fantasias que envolvem desejos de poder, posse, preponderância, energia, vitalidade, saúde, beleza e juventude eterna.³⁸

Na leitura de Lipovetsky e Serroy, foi um ressurgimento de fatores já existentes no universo consumista – como a publicidade, por exemplo - mas que encontra uma nova amplitude e significação:

A intensificação da concorrência e as novas expectativas dos consumidores levaram ao advento de uma economia pós-fordiana marcada pelo imperativo de inovação e hiperdiversificação dos produtos. Paralelamente à unificação mundial dos mercados e ao desenvolvimento das marcas presentes em todo o globo, se dá uma diversificação sem precedentes da oferta, e isso em todos os domínios: objetos, lojas, estilos, música, cinema, séries de TV.³⁹

³³ SEVCENKO, 2001, p. 16.

³⁴ SEVCENKO, 2001, p. 37-38.

³⁵ SEVCENKO, 2001, p. 28.

³⁶ LIPOVETSKY, 2007, p. 43-45.

³⁷ LIPOVETSKY 2007, p. 42.

³⁸ SEVCENKO, 2001, p. 47.

³⁹ LIPOVESTKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista.** Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Cia das Letras, 2015, p. 201.

Segundo Bauman, esta foi uma revolução consumista, já que, em sua opinião, o consumismo se inicia quando o consumo assume a importância que o trabalho tinha na sociedade dos produtores.⁴⁰ Conforme Lipovetsky:

Aparentemente, nada ou quase nada mudou: continuamos a nos mover na sociedade do supermercado e da publicidade, do automóvel e da televisão. No entanto, a contar das duas últimas décadas, surgiu um novo “ismo” que pôs fim a boa e velha sociedade do consumo, transformando tanto a organização da oferta quanto as práticas cotidianas e o universo mental do consumismo moderno: a própria revolução do consumo foi revolucionada.⁴¹

Segundo Lipovetsky e Serroy, a partir dos anos 90, com a massificação das tecnologias de comunicação, o capitalismo de produção foi substituído pelo capitalismo cultural, em que as empresas não buscavam somente fabricar um produto, mas também criar uma imagem em torno do mesmo, um espetáculo, um lazer, visando a experimentação do usuário. Desenvolveu-se o mercado da experiência.⁴²

A revolução da tecnologia da informação, segundo Lipovetsky e Serroy, é um dos principais vetores do crescimento das atividades de consumo. As mídias digitais e a internet têm vendido cada vez mais produtos estilizados, apelando para as emoções que o produto causa nos consumidores, mais do que a sua utilidade.⁴³ É o que eles chamam de capitalismo artista:

O capitalismo artista é esse sistema que produz em grande escala bens e serviços com fins comerciais, mas impregnados de um componente estético-emocional que utiliza a criatividade artística tendo em vista a estimulação do consumo mercantil e do divertimento de massa.⁴⁴

Um exemplo que Lipovetsky e Serroy trazem é a Apple, que mescla alta tecnologia com design, performance com entretenimento, prezando pela modernidade e elegância de seus dispositivos. O MacBook, neste caso, não é somente uma máquina, é uma cultura, um estilo de vida.⁴⁵

Conforme Assadourian, o consumo teve um crescimento significativo nos últimos 50 anos. Em 2006, as pessoas no mundo inteiro gastaram 30,5 trilhões de dólares em bens e serviços, ao passo que em 1960 foram gastos 4,9 trilhões de dólares. Contando com o crescimento populacional, os gastos com consumo praticamente triplicaram em meio século.⁴⁶

⁴⁰ BAUMAN, 2008, p. 41

⁴¹ LIPOVETSKY, 2007, p. 12.

⁴² LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 56.

⁴³ LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 57-58.

⁴⁴ LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 58.

⁴⁵ LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 58-59.

⁴⁶ ASSADOURIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: WWI. **Estado do mundo 2010 – transformando culturas:** do consumismo à sustentabilidade. Salvador: UMA, 2010, p. 4.

O consumismo foi e continua sendo um processo histórico, que tem evoluído nos últimos dois séculos, em especial no período pós-guerra. Cada vez mais, o consumo tem se tornado central para a vida em sociedade, o que tem alterado o funcionamento do mundo como um todo, mesmo que por muitas vezes, de forma sutil. Tanto que os costumes, os hábitos e os modos de ser dos indivíduos passaram a ser regidos pelo Ethos do consumismo.

1.2 O Ethos⁴⁷ do consumismo

Conforme Lipovetsky, o consumismo não foi um efeito espontâneo. Muito pelo contrário, ele teve de bater de frente com uma conjuntura social de uso, costumes e mentalidades. O consumismo se impôs, foi vitorioso e se difundiu. Todas as esferas da vida das pessoas passaram a ser regidas de acordo com os princípios do consumismo. Todos foram educados nesta escola.⁴⁸ Segundo Bauman, praticamente todas as dimensões do mundo foram transformadas segundo o padrão do consumismo.⁴⁹ Por isso, Lipovetsky entende que o consumismo se tornou o Ethos estruturador de todas as esferas da atualidade.⁵⁰ Em seguida analisar-se-á três facetas da realidade consumista: sociedade, cultura e indivíduo.

1.2.1 A sociedade de consumo

Segundo Lipovetsky, com a expansão do consumismo o universo cliente-usuário tornou-se o paradigma dominante da sociedade, “uma espécie de “fenômeno social total”. O ato de consumir se tornou o modelo que rege o conjunto das relações do indivíduo com a sociedade.⁵¹ Segundo Assadourian, o consumismo foi internalizado na sociedade contemporânea, e nela se autoperpetua.⁵² Conforme Bauman, a sociedade pós-moderna engaja os seus membros pela condição de consumidores. A ênfase e a prioridade está em consumir. O maior dever de um cidadão pós-moderno é consumir.⁵³ É até questionável se há vida fora do consumo:

O consumidor em uma sociedade de consumo é uma criatura acentuadamente diferente dos consumidores de quaisquer outras sociedades até aqui. Se os nossos ancestrais filósofos, poetas e pregadores morais refletiam se o homem trabalha para viver ou vive para trabalhar, o dilema sobre o qual mais se cogita

⁴⁷ **ETHOS** – o conjunto de crenças morais, atitudes, hábitos, etc., que são característicos de uma pessoa ou grupo. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ethos>. Acesso em: 19 jun. 2021.

⁴⁸ LIPOVETSKY, 2007, p. 128-130.

⁴⁹ BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 92.

⁵⁰ LIPOVETSKY, 2007, p. 136.

⁵¹ LIPOVETSKY, 2007, p. 136.

⁵² ASSADOURIAN, 2010, p. 10.

⁵³ BAUMAN, 1999, p. 87.

hoje em dia é se é necessário consumir para viver ou se o homem vive para poder consumir.⁵⁴

Conforme Bauman, a vocação de todo ser humano está em consumir, independente de classe, gênero ou idade.⁵⁵ É desde a infância que os indivíduos são educados para serem consumidores ao longo de sua vida inteira: “Os consumidores da sociedade de consumo são treinados desde o berço.”⁵⁶

De acordo com Bauman, a opção de não comprar não existe. Afinal, em uma sociedade marcada pelo consumismo, não se consome somente itens como roupas, automóveis ou comida. Se consome estilos de vida, habilidades sociais, imagens públicas, entre outros bens intangíveis.⁵⁷ Para Bauman, qualquer atividade feita na sociedade consumista, segue a norma do consumo:

Se comprar significa esquadrihar as possibilidades, examinar, tocar, sentir, manusear os bens a mostra, (...) então vamos as compras tanto nas lojas quanto fora delas; vamos as compras na rua e em casa, no trabalho e no lazer, acordados e em sonhos. O que quer que façamos e qualquer que sejam o nome que atribuamos a nossa atividade, é como ir às compras, uma atividade feita nos padrões de ir às compras. O código em que nossa “política de vida” está escrito deriva da pragmática do comprar.⁵⁸

Segundo Bauman, a sociedade de consumo se comporta como no mito do Rei Midas⁵⁹: tudo o que o toca, vira mercadoria de consumo, independente do que seja.⁶⁰ Segundo Lipovetsky: “até o não-econômico – família, religião, sindicalismo, escola, procriação, ética – é permeado pela mentalidade do *homo consumericus*” (grifos do autor).⁶¹ Contudo, ainda existem valores não-comerciais, como a amizade, o altruísmo e o voluntariado.⁶² Os direitos humanos, a verdade e o amor verdadeiro também escapam da esfera do lucro e do ganho.⁶³ Conforme Lipovetsky: “Ainda que se generalizem as trocas pagas, nossa humanidade afetiva, sentimental, empática, não está ameaçada.”⁶⁴ Porém, como apontam Douglas e Isherwood: “o

⁵⁴ BAUMAN, 1999, p. 87-88.

⁵⁵ BAUMAN, 2008, p. 73.

⁵⁶ BAUMAN, 2008, p. 131-132.

⁵⁷ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, p. 87-88.

⁵⁸ BAUMAN, 2001, p. 87.

⁵⁹ **MITO DO REI MIDAS** - afirma que ele acabou tendo uma maldição, ao pedir para transformar em ouro tudo que tocasse. In: PINTO, Tales. **Mito do Rei Midas**. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/grega/mito-do-rei-midas.html>. Acesso em: 23 mar. 2021.

⁶⁰ BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, p. 118.

⁶¹ **HOMO CONSUMERICUS** - Homem consumidor em latim. In: Google Tradutor. Disponível em: <https://translate.google.com.br/?hl=pt-BR&sl=la&tl=pt&text=homo%20consumericus%0A&op>. Acesso em: 24 mar. 2021.

⁶² LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004, p. 122.

⁶³ LIPOVETSKY, 2004, p. 35-36.

⁶⁴ LIPOVETSKY, 2004, p. 122.

consumo é um processo ativo em que todas as categorias sociais estão sendo continuamente redefinidas.”⁶⁵

Conforme Bauman, a sociedade de consumo promete satisfazer os desejos humanos de uma forma como nenhuma sociedade no passado ousou prometer.⁶⁶ Em seus próprios termos: “a sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na *vida terena, aqui e agora*” (grifos do autor).⁶⁷ A infelicidade, portanto, é um pecado. Ser infeliz não é permitido. Afinal, tem-se acesso a muitas coisas que outrora nem existiam.⁶⁸ Isso faz com que, segundo Sevcenko, quem tem poder de compra tenha tudo o que deseja. Mas quem não tem, seja empurrado para as margens ou até mesmo para fora do sistema.⁶⁹ Conforme Bauman:

A sociedade de consumidores, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional.⁷⁰

Segundo Bauman, o consumo se torna o alicerce e a direção da sociedade,⁷¹ sendo o detentor do poder soberano sobre todos os indivíduos. O mercado consumista tem mais poder sobre os indivíduos do que a própria política. O mercado consumista tem poder, inclusive sobre a política. Quem tem a palavra final na sociedade atual é o mercado.⁷²

Segundo Lipovetsky e Serroy, a sociedade de consumo molda, inclusive, a própria organização das cidades. Os lazeres comerciais passaram a moldar a sociedade. As cidades se tornaram os centros do consumo e da recreação. A vida urbana foi reorganizada em prol dos ideais de uma cultura do consumo.⁷³

1.2.2 A cultura do consumo

Segundo Douglas e Isherwood, culturas de diferentes sociedades mudam constantemente. Porém, a cultura não evolui por si só. As pessoas desempenham um ofício nesta mudança. Quando consomem algo, elas estão contribuindo para que uma cultura referente

⁶⁵ DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens:** para uma antropologia do consumo. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003, p. 116.

⁶⁶ BAUMAN, 2008, p. 63.

⁶⁷ BAUMAN, 2008, p. 60.

⁶⁸ BAUMAN, 2008, p. 61.

⁶⁹ SEVCENKO, 2001, p. 48.

⁷⁰ BAUMAN, 2008, p. 71.

⁷¹ BAUMAN, 2007, p. 125.

⁷² BAUMAN, 2008, p.85-87.

⁷³ LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 291-292.

ao consumo se desenvolva. Desta forma, os bens materiais se relacionam diretamente com a cultura de um povo, pois é em volta dos bens materiais que as pessoas não somente encontram subsistência, como estabelecem e mantem relações sociais:

A dona de casa com sua cesta de compras chega em casa: reserva algumas coisas para a casa, outras para o marido e para as crianças; outras ainda são destinadas ao especial deleite dos convidados. Quem ela convida para sua casa, que partes da casa abre aos estranhos e com que frequência, o que lhes oferece como música, bebida e conversa, essas escolhas exprimem e geram cultura em seu sentido mais geral.⁷⁴

Assim, conforme Douglas e Isherwood, a cultura é materializada no dia a dia dos indivíduos. Por exemplo, em suas escolhas de alimentação, moradia e vestimenta, os indivíduos prezam por um padrão cultural que os situam no espaço e no tempo.⁷⁵ Segundo Baudrillard, isso faz com que os produtos físicos passem por um processo de aculturação, transformando-se em produtos culturais.⁷⁶

Contudo, uma cultura do consumo não é composta somente por bens tangíveis. Conforme Sevcenko, o próprio sistema cultural adquire um novo aspecto, quando em contato com o consumismo:

Assim, as rádios tocavam as músicas da indústria fonográfica, que por sua vez haviam sido lançadas pelos filmes musicais da indústria cinematográfica, a qual fornecia o quadro de astros e atrizes, de cantoras e cantores cujas vidas eram escrutinadas pelos populares programas de auditório e sessões de fofocas das rádios. Nos intervalos vinham os anúncios comerciais, cujos produtos eram, uma vez mais, associados ao estilo de vida dos protagonistas do cinema, do rádio e do disco.⁷⁷

Desta forma, de acordo com Sevcenko, a nova cultura do entretenimento redefiniu o padrão cultural das sociedades urbanas. Contudo, é normal que haja uma mudança cultural advinda do desenvolvimento tecnológico. Por exemplo, com a difusão da imprensa mecanizada de Gutenberg, consolidou-se uma nova cultura visual – a leitura. Da mesma forma, com a introdução dos aparelhos eletrônicos, consolidou-se uma nova cultura, agora amplificada, de imagens e sons.⁷⁸

⁷⁴ DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003, p. 102-105.

⁷⁵ DOUGLAS; ISHERWOOD, 2003, p. 114.

⁷⁶ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 18-19.

⁷⁷ SEVCENKO, 2001, p. 76-77.

⁷⁸ SEVCENKO, 2001, p. 77-80.

Esta conjuntura, conforme Lipovetsky e Serroy, levou a uma estetização do mundo. É um mundo marcado pela abundância de estilos, narrativas e espetáculos, em que as manifestações culturais se integraram ao universo consumista.⁷⁹ Deste modo, não há mais:

Distinções entre o econômico e o estético, a indústria e o estilo, a moda e a arte, o divertimento e o cultural, o comércio e o criativo, a cultura de massa e a alta cultura: doravante, nas economias da hipermodernidade, essas esferas se hibridizam, se misturam, se curto-circuitam, se interpenetram.⁸⁰

De acordo com Lipovetsky e Serroy, a estetização foi impulsionada pelo globalismo. Em todos os continentes, criou-se uma cultura de consumo de massa mundial. Toda uma lógica cultural de mercado foi adotada no mundo inteiro. O gosto pelos espetáculos, pela música e pela moda, por exemplo, se difundiu em todas as camadas da sociedade. Esta cultura estética mundial estrutura o consumo de todos os indivíduos. Aliás, estrutura a sua própria noção de vida, visto que na cultura vigente não se vive mais em prol de princípios e ideais exteriores a sua personalidade, mas a princípios e regras interiores, que tem como objetivo saciar a sua própria vida. Assim, a cultura do consumo é uma cultura individualizada.⁸¹

Todavia, Slater afirma que a transformação do lazer em mercadoria é anterior a Revolução Industrial.⁸² Na realidade, para ele, a própria cultura do consumo não é um fenômeno pós-moderno, antes está ligado à modernidade do séc. XVIII. Por isso, em seu entendimento, a cultura do consumo não é uma consequência tardia da modernização industrial, mas parte da construção do mundo moderno.⁸³

Segundo Assadourian, a cultura do consumo está atrelada diretamente a criação do mundo moderno, já que dirigir carros, ter casas grandes e usar ar condicionado são elementos naturais da vida em uma sociedade de consumo. O consumismo, assim, é o padrão cultural dominante, que orienta as pessoas a: “encontrar significado, satisfação e reconhecimento através daquilo que consomem”.⁸⁴ O paradigma cultural cada vez mais dominante na sociedade é o consumismo. Este leva as pessoas a associarem o nível elevado de consumo ao bem-estar e ao sucesso. Quanto mais se consome, mais feliz e bem-sucedido se é.⁸⁵ Para o pesquisador, este é um estereótipo difícil de ser separado da cultura vigente:

O consumismo está hoje infiltrado de modo tão absoluto nas culturas humanas que, por vezes, fica até difícil reconhecê-lo como uma construção cultural. Ele

⁷⁹ LIPOVESTKY; SERROY, 2015, p. 9.

⁸⁰ LIPOVESTKY; SERROY, 2015, p. 10.

⁸¹ LIPOVESTKY; SERROY, 2015, p. 24-26.

⁸² SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. Trad. Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002, p. 28.

⁸³ SLATER, 2002, p. 18.

⁸⁴ ASSADOURIAN, 2010, p. 3.

⁸⁵ ASSADOURIAN, 2010, p. 7-8.

dá a impressão de ser simplesmente natural. Mas, de fato, os elementos culturais – linguagem e símbolos, normas e tradições, valores e instituições – foram profundamente transformados pelo consumismo em sociedades do mundo todo.⁸⁶

Segundo Assadourian, o próprio governo dos países tem parte no incentivo à cultura do consumo. Por exemplo, após a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos promoveram ativamente o consumo para que assim o país se desenvolvesse.⁸⁷ Segundo Leonard, o economista norte-americano Victor Lebow disse nesta época:

A nossa enorme economia produtiva exige que façamos do consumo a nossa forma de vida. Que tornemos a compra e uso de bens, em rituais. Que procuremos a nossa satisfação espiritual, a satisfação de nosso ego no consumo. Precisamos que as coisas sejam consumidas, destruídas, substituídas e descartadas a um ritmo cada vez maior.⁸⁸

Conforme Gebhards, foram as forças culturais do humanismo, do existencialismo e do materialismo que auxiliaram o ser humano a desenvolver uma mentalidade consumista.⁸⁹ O humanismo⁹⁰ tornou legítimo os desejos egoístas do coração do ser humano. Já o existencialismo⁹¹ possibilitou que esses desejos fossem expressos sem restrições. Por fim, o materialismo⁹² moderno semeou no ser humano a mentalidade que busca o benefício pessoal em todas as coisas, dando origem, dentre outras coisas, a mente do consumidor.⁹³

1.2.3 A mente do consumidor

Conforme Lindstrom, existe uma lógica, aparentemente irracional, por trás do comportamento de consumo, seja ele exacerbado ou não.⁹⁴ São “pensamentos, sentimentos e desejos subconscientes que impulsionam as decisões de compra que tomamos em todos os dias

⁸⁶ ASSADOURIAN, 2010, p. 8.

⁸⁷ ASSADOURIAN, 2010, p. 15.

⁸⁸ LEONARD, Annie; FOX, Louis; SACHS, Jonah. **The story of stuff**. São Francisco: Free Range Studios, dez. 2007. 21min, 16s. Disponível em: <https://www.storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>. Acesso em: 17 mar. 2021.

⁸⁹ GEBHARDS, Kurt. In. MACARTHUR, John. **Ouro de tolo?** Discernindo a verdade em uma época de erro. Trad. Maurício Fonseca dos Santos Junior. São Paulo: Fiel, 2006, p. 180-181.

⁹⁰ **HUMANISMO** – Um sistema de crenças baseado no princípio de que as necessidades espirituais e emocionais das pessoas podem ser satisfeitas sem Deus ou religião. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/humanism>. Acesso em: 19 jun. 2021.

⁹¹ **EXISTENCIALISMO** – Um sistema de ideias famoso por Jean Paul Sartre na década de 1940 em que o mundo não tem sentido e cada pessoa está sozinha e é completamente responsável por suas próprias ações, pelas quais fazem seu próprio caráter. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/existentialism>. Acesso em: 19 jun. 2021.

⁹² **MATERIALISMO** – A crença de que ter dinheiro e posses é a coisa mais importante na vida. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/materialism>. Acesso em: 19 jun. 2021.

⁹³ GEBHARDS, Kurt. In. MACARTHUR, John. **Ouro de tolo?** Discernindo a verdade em uma época de erro. Trad. Maurício Fonseca dos Santos Junior. São Paulo: Fiel, 2006, p. 180-181.

⁹⁴ LINDSTROM, Martin. **A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos**. Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Harper Collins Brasil, 2016, p. 14.

de nossas vidas.”⁹⁵ Fontenelle afirma que quando alguém compra algo, este não o faz com base em seu próprio julgamento, mas sim a partir de influências externas a sua psique, as quais, muitas vezes de forma inconsciente, moldam o seu agir.⁹⁶ Estas influências decorrem de diferentes fatores subconscientes, portanto, ocultos, mas poderosos sobre as escolhas individuais.⁹⁷

Campbell afirma que são os estados emocionais que sustentam o desejo de consumir.⁹⁸ Segundo Lindstrom, ao tomar a decisão de comprar algo o cérebro compacta uma grande quantidade de lembranças, fatos e emoções, o que faz com que 50% de todas as decisões de compras sejam tomadas espontaneamente, ou seja, inconscientemente.⁹⁹ Portanto, as emoções são fundamentais para a tomada de decisão de compra.¹⁰⁰ Bauman afirma que os consumidores são acima de tudo consumidores de sensações. Os produtos são somente o meio para conseguir tal emoção.¹⁰¹

De acordo com Lindstrom, destaca-se em especial a emoção do prazer. A dopamina, uma substância natural do corpo, porém extremamente viciante, é uma das principais motivadoras para a decisão de compra. Ao se deparar com algo que trará um prazer imediato, ou por vezes a longo prazo, o cérebro é inundado pelo prazer da dopamina, o que faz com que o ser humano geralmente não pense duas vezes antes de comprar - aliás, são necessários apenas 2,5 segundos para se tomar uma decisão de compra.¹⁰²

Bauman define o desejo como um estimulante muito mais poderoso para fisgar o consumidor do que a simples satisfação das necessidades - sejam elas psicológicas ou físicas. Assim, o consumismo prega a liberação dos desejos pessoais.¹⁰³ Por isso, Lipovetsky e Serroy salientam que o consumidor nesta conjuntura é extremamente hedonista, buscando acima de tudo o seu prazer.¹⁰⁴ O consumidor passa a ser orientado a sentir.¹⁰⁵ Por isso, Bauman define o consumidor atual como caçador de emoções e colecionador de experiências.¹⁰⁶

Segundo Lindstrom, são os desejos e as aspirações subconscientes das pessoas que as conectam com os produtos.¹⁰⁷ Ao comprar um produto, uma pessoa não está comprando

⁹⁵ LINDSTROM, 2016, p. 13.

⁹⁶ FONTENELLE, 2017, p. 40.

⁹⁷ LINDSTROM, 2016, p. 25.

⁹⁸ CAMPBELL. *In*. BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 48.

⁹⁹ LINDSTROM, 2016, p. 115.

¹⁰⁰ LINDSTROM, 2016, p. 33.

¹⁰¹ BAUMAN, 1999, p. 90.

¹⁰² LINDSTROM, 2016, p. 62.

¹⁰³ BAUMAN, 2001, p. 88-89.

¹⁰⁴ LIPOVESTKY; SERROY, 2015, p. 21-22.

¹⁰⁵ LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 53.

¹⁰⁶ BAUMAN, 1999, p. 101.

¹⁰⁷ LINDSTROM, 2016, p. 171.

somente o produto em si, mas uma imagem, uma atitude que vem atrelada a esta mercadoria,¹⁰⁸ como por exemplo: jovialidade, sensualidade, saúde, beleza ou popularidade.¹⁰⁹ De acordo com Campbell, as pessoas buscam afirmar, confirmar ou construir a sua identidade com base no que elas consomem. A sua identidade passou a ser definida com base em seus gostos.¹¹⁰ Conforme Sevcenko, a filosofia de vida das pessoas passou a ser: “Eu consumo, logo existo!”¹¹¹

Segundo Assadourian, os valores das pessoas foram afetados pelo consumismo: “A crença de que mais riqueza e mais posses materiais são essenciais para se chegar a uma vida boa aumentou de modo surpreendente em muitos países nas últimas décadas.”¹¹² As pessoas estão dando mais importância a ter uma boa situação financeira do que em viver uma vida plena de sentido.¹¹³

Segundo Lindstrom, o ser humano é uma criatura de hábitos. Ao longo do tempo ele se acostuma com o *modus operandi* em que se encontra.¹¹⁴ Assim, em um mundo caótico e complexo, as pessoas têm no consumo habitual um lugar onde elas podem se sentir seguras, no controle do seu mundo.¹¹⁵ É em busca de suprir os medos, as inseguranças e as imperfeições que as pessoas colocam no consumo o seu porto seguro.¹¹⁶ Segundo Douglas e Isherwood, as pessoas buscam construir um universo inteligível com aquilo que ela consome.¹¹⁷ Nas palavras de Lindstrom:

Quando estamos estressados, ou quando a vida parece aleatória e descontrolada, muitas vezes buscamos conforto em produtos ou objetos conhecidos. Queremos ter padrões sólidos e consistentes em nossa vida, e em nossas marcas.¹¹⁸

De acordo com Leonard, quando as necessidades básicas de um indivíduo são supridas, os seres humanos passam a determinar o seu consumo com base nas pessoas ao seu redor. Como diz a famosa frase: “a grama do vizinho é sempre mais verde.” Entretanto, antigamente o padrão de comparação das pessoas era parecido, pois delimitava-se ao seu círculo pessoal. Já com o surgimento das tecnologias de comunicação, como a televisão e as redes sociais, o grupo de referência se expandiu verticalmente. Agora uma pessoa se equipara a uma celebridade, por

¹⁰⁸ LINDSTROM, 2016, p. 59.

¹⁰⁹ LINDSTROM, 2016, p. 63.

¹¹⁰ CAMPBELL. *In*. BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 49-52.

¹¹¹ SEVCENKO, 2001, p. 47.

¹¹² ASSADOURIAN, 2010, p. 10.

¹¹³ ASSADOURIAN, 2010, p. 10.

¹¹⁴ LINDSTROM, 2016, p. 91.

¹¹⁵ LINDSTROM, 2016, p. 95.

¹¹⁶ LINDSTROM, 2016, p. 172.

¹¹⁷ DOUGLAS; ISHERWOOD, 2003, p. 113.

¹¹⁸ LINDSTROM, 2016, p. 96.

exemplo.¹¹⁹ Por isso, Barahona ressalta que a comparação atual é muito maior do que era em gerações passadas, pois as pessoas comparam a sua vida com as outras constantemente.¹²⁰

Conforme Lindstrom, ao comprarem o mesmo produto que os outros usuários de determinada marca, as pessoas alimentam um sentimento de pertencimento com aquele grupo, e de lealdade com aquela marca. O mesmo que uma pessoa tem (ou teria) com uma igreja.¹²¹ Lindstrom traz o exemplo da Apple: “para seus milhões de fervorosos clientes, a Apple não é uma marca, é uma religião.”¹²² As emoções que as pessoas sentem ao consumirem suas marcas favoritas são idênticas as emoções geradas pelas atividades religiosas.¹²³ Nas palavras de Lindstrom:

Eu até me arriscaria a dizer que há algo tão atraente nessa sensação de estabilidade e familiaridade que muitos consumidores têm um sentimento de lealdade quase religioso em relação a suas marcas e produtos favoritos. De fato, na maioria das vezes a compra de um produto é mais um comportamento ritualizado do que uma decisão consciente.¹²⁴

Douglas e Isherwood concordam que o consumo é um processo ritual, que tem como objetivo dar sentido aos acontecimentos da realidade.¹²⁵ E rituais envolvem símbolos. Conforme Assadourian, na maioria dos países atualmente, as pessoas estão expostas a milhares de símbolos diariamente. São logotipos, slogans, mascotes e marcas que influenciam o comportamento das pessoas inconscientemente. Um estudo constatou que as crianças reconhecem antes personagens de desenhos animados do que animais reais. Crianças de dois anos já reconhecem o símbolo do McDonald’s, sem nem mesmo saber ler a letra M.¹²⁶

Assim sendo, nota-se que a natureza do consumismo foi se desenvolvendo ao longo do tempo, culminando no cenário atual, na qual, para fazer parte da sociedade e da cultura houve uma mudança na mentalidade do ser humano. O consumismo tornou-se um ingresso para a vida pós-moderna. Um remédio para os mais diversos problemas do ser humano. Contudo, Guerra aponta para o fato de que, como qualquer remédio, o uso frenético do consumismo traz consigo alguns efeitos colaterais.¹²⁷

¹¹⁹ LEONARD, Annie. In. MILLBURN, Joshua Fields; NICODEMUS, Ryan. **Minimalismo já**. Netflix, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹²⁰ BARAHONA, Denaye. In. MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹²¹ LINDSTROM, 2016, p. 100-102.

¹²² LINDSTROM, 2016, p. 108.

¹²³ LINDSTROM, 2016, p. 111.

¹²⁴ LINDSTROM, 2016, p. 91.

¹²⁵ DOUGLAS; ISHERWOOD, 2003, p. 112.

¹²⁶ ASSADOURIAN, 2010, p. 8-9.

¹²⁷ GUERRA, Richarde. **Desconforme-se**: um alerta para o jovem do século XXI. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2017, p. 132.

II – EFEITOS COLATERAIS DO CONSUMISMO

Consumir em excesso não faz bem. Segundo Nicodemus, o apetite por mais coisas é uma via destrutiva a ser seguida.¹²⁸ Conforme Benton, uma sociedade consumista abre brechas para sua autodestruição. Em suas palavras: “o consumismo tem em si as sementes de sua própria destruição.”¹²⁹ E isso faz com que a sociedade seja extremamente instável, trazendo complicações para os indivíduos.¹³⁰ Este capítulo está organizado em dois subpontos. O primeiro subponto tem como ênfase os danos do consumismo ao ser humano, enquanto o segundo trata dos danos do consumismo à Igreja Cristã.

2.1 Complicações do consumismo ao ser humano

Benton compara o consumismo a Hidra da mitologia grega, como sendo um monstro de muitas cabeças.¹³¹ Como um verdadeiro monstro, o consumismo traz problemas a várias áreas do ser humano: socioambientais, interpessoais, morais, financeiros, psicológicos e espirituais.

2.1.1 Danos socioambientais, interpessoais e morais

De acordo com Bauman, a “síndrome consumista” é marcada pela velocidade, pelo excesso e pelo desperdício.¹³² Conforme Botelho, vive-se em um mundo de excessos. A modernidade trouxe facilidade para a vida das pessoas, mas também exageros. Nesta sociedade, todas as coisas devem ser cada vez mais rápidas, fáceis e grandes. Tudo deve ser intenso. Todas as pessoas são encorajadas para trabalhar mais e receber cada vez mais dinheiro.¹³³ Bauman diz que o consumismo deu origem a um excesso de informação no mundo inteiro.¹³⁴ Nas palavras de Botelho: “Vivemos debaixo de uma tempestade de informações e interatividade.”¹³⁵ Conforme Cury, um jornal de grande circulação contemporâneo tem mais informações do que uma pessoa adquiriria durante toda a sua vida em séculos passados. É insustentável para o

¹²⁸ NICODEMUS, Ryan. *In. MILLBURN, Joshua Fields; NICODEMUS, Ryan. Minimalism: a documentar about the important things.* Netflix, 2016. 1h18min. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹²⁹ BENTON, John. **Cristãos em uma sociedade de consumo.** Trad. Sírely Vieira Amorim Strobel. São Paulo: Cultura Cristã, 2002, p. 126-127.

¹³⁰ BENTON, 2002, p. 130.

¹³¹ BENTON, 2002, p. 147.

¹³² BAUMAN, 2008, p. 111.

¹³³ BOTELHO, André Lima. **Menos é mais: O que Jesus ensinou, mas insistimos em não entender.** São Paulo: Lampejos, 2017, p. 9.

¹³⁴ BAUMAN, 2008, p. 54.

¹³⁵ BOTELHO, 2017, p. 9.

cérebro humano assimilar esta enxurrada de informações.¹³⁶ Desta forma, conforme Bauman, a maior parte da informação disponível na sociedade se torna inútil.¹³⁷

Segundo Benton, devido à sobrecarga de informações as pessoas desistem de usar a razão para tomar decisões, afinal é muito trabalhoso investigar cuidadosamente todas as informações disponíveis. Por isso, elas deixam se levar pelas emoções.¹³⁸ E é exatamente nesta brecha, que segundo Bauman, as empresas buscam atingir a seus potenciais clientes, principalmente através das propagandas.¹³⁹ De acordo com Millburn e Nicodemus, o dinheiro gasto com publicidade nos Estados Unidos saltou de cinco bilhões de dólares nos anos 50, para 240 bilhões de dólares nos últimos anos. Além disso, desde o início do século XXI, grande parte desta publicidade migrou da televisão e do rádio para a internet.¹⁴⁰ Tudo isso, para conforme Reinke, criar no ser humano “novas coceiras” que só o novo bem de consumo pode aliviar, isto é, despertar o desejo nas pessoas, criando uma ansiedade que só pode ser aliviada pelo ato de comprar.¹⁴¹

Contudo, conforme Lipovetsky, poucos bens duráveis satisfazem as pessoas depois dos primeiros momentos de utilização. Quando deixa de ser novidade, é abandonado e as pessoas partem para uma nova busca por conforto.¹⁴² De acordo com Leonard, somente 1% de todas as mercadorias compradas são utilizadas 6 meses após a compra. Aliás, as empresas fabricam os bens de consumo para se tornarem inúteis o quanto antes. Isso quando não se joga fora algo que ainda era perfeitamente utilizável, mas que por ter recebido uma nova versão, é descartado.¹⁴³

Segundo Bauman, a troca constante causada pela deterioração rápida dos produtos, trouxe um aumento exponencial na quantidade de lixo fabricada.¹⁴⁴ Conforme Leonard, para cada lata de lixo de resíduos descartados pelo usuário final, setenta latas de lixo são geradas somente para produzir aquele lixo.¹⁴⁵ Benton assegura que o estilo de vida descartável é

¹³⁶ CURY, Augusto. **Inteligência socioemocional**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019, p. 13.

¹³⁷ BAUMAN, 2008, p. 55.

¹³⁸ BENTON, 2002, p. 33.

¹³⁹ BAUMAN, 2008, p. 55.

¹⁴⁰ MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹⁴¹ REINKE, Tony. **A guerra dos espetáculos: o cristão na era da mídia**. Trad. Vinicius Silva Pimentel. São José dos Campos: Fiel, 2020, p. 47.

¹⁴² LIPOVETSKY, 2007, p. 161-162.

¹⁴³ LEONARD; FOX; SACHS. Disponível em: <https://www.storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>. Acesso em: 17 mar. 2021.

¹⁴⁴ BAUMAN, 2008, p. 45.

¹⁴⁵ LEONARD; FOX; SACHS. Disponível em: <https://www.storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>. Acesso em: 17 mar. 2021.

totalmente insustentável para a ecologia mundial.¹⁴⁶ Segundo Leonard, um terço de todos os recursos naturais do planeta foram consumidos nas últimas décadas.¹⁴⁷ De acordo com Benton, cerca de 20% da população mundial consome 80% dos recursos do planeta. Cerbasi afirma que: “a sociedade percebeu que não iria sobreviver por muito tempo. Decidiu rever suas escolhas e fomentar uma reflexão sobre o que é realmente necessário em termos de consumo”. Assim, para conter o processo de destruição da vida no planeta, países criaram políticas de redução de poluição, reciclagem, conscientização e educação para o consumo.¹⁴⁸

E não somente o lixo é descartável. Na sociedade consumista, as pessoas se tornaram descartáveis. De acordo com Benton, empregados são contratados e demitidos à medida que tem utilidade; esposas e maridos se separam quando querem trocar de parceiro. Tudo isto indica que a sociedade atual é a mais inconstante e a que menos quer se comprometer. As pessoas estão comprometidas somente com elas mesmas, com o que lhes traz prazer momentâneo.¹⁴⁹ Por esse motivo, muitas pessoas na atualidade não querem mais formar uma família e ter filhos.¹⁵⁰ E se formam famílias, as pessoas têm cada vez menos tempo para elas, conforme Bauman, pois estão ocupados em ganhar mais dinheiro para comprar as coisas que julgam precisar para serem felizes, compensando a ausência do lar com a compra de presentes, materializando o seu amor.¹⁵¹ Desta forma, Lipovetsky afirma que nem a família escapa inteiramente das garras do consumismo.¹⁵²

Até mesmo a moralidade se tornou descartável. Benton destaca que o consumismo mantém as pessoas em silêncio no que se refere à moralidade: “o consumismo é a droga que faz com que pessoas comuns caiam em um sono moral e permaneçam em silêncio no que se refere a todas as questões de caráter público.” A única coisa que importa é a paz e a segurança do seu mundo particular. Para isso, as pessoas não consideram a ética e a moralidade. Não se busca mais o certo ou o errado, mas somente o que mantém o *status quo* do consumismo funcionando, ou seja, o que faz com que as pessoas se sintam bem, em seu sentido material.¹⁵³ Não importa se algo é imoral, desde que isso faça a pessoa feliz. O foco não é mais a vida interior, mas a exterior.¹⁵⁴

¹⁴⁶ BENTON, 2002, p. 16.

¹⁴⁷ LEONARD; FOX; SACHS. Disponível em: <https://www.storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>. Acesso em: 17 mar. 2021.

¹⁴⁸ CERBASI, Gustavo. **A riqueza da vida simples**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019, p. 83.

¹⁴⁹ BENTON, 2002, p. 108-109.

¹⁵⁰ BENTON, 2002, p. 127.

¹⁵¹ BAUMAN, 2008, p. 153.

¹⁵² LIPOVETSKY, 2007, p. 135.

¹⁵³ BENTON, 2002, p. 129-130.

¹⁵⁴ BENTON, 2002, p. 152.

Austin alerta que não se pode esperar por alguma melhoria socioambiental no que se refere ao consumo, se o estilo de vida se mantiver o mesmo. É necessária uma mudança. Tem que se abrir mão de muita coisa, mas que no final, não fará falta alguma.¹⁵⁵ Uma área em que isso pode começar a ser feito é na área pessoal das finanças, posto que o consumismo trouxe danos financeiros à vida das pessoas.

2.1.2 Danos financeiros

Conforme Lipovetsky, o sistema de crédito, criado na segunda metade do século XX, permitiu o desenvolvimento de uma nova psicologia, em que não é mais necessário economizar para comprar.¹⁵⁶ De acordo com Benton, as pessoas são tentadas a gastar o dinheiro que elas ainda nem receberam com o sistema de cartão de crédito:¹⁵⁷ “A sociedade do cartão de crédito diz: “Por que esperar? Compre o que você quer agora!””¹⁵⁸

De acordo com Cerbasi: “o que determina nossa saúde financeira são nossos gastos. Em outras palavras, não é a nossa renda, mas sim o nosso consumo que determina se teremos ou não dificuldades financeiras.”¹⁵⁹ Conforme Rhone, as pessoas pensam que mais dinheiro é sinônimo de mais segurança, mas o problema é que não se tem o controle sobre ganhar mais. O que se tem controle é sobre gastar menos.¹⁶⁰ De acordo com Cerbasi, muitas pessoas ao invés de trabalhar para viver, apenas vivem para trabalhar.¹⁶¹ Conforme Lopes: “o dinheiro é um bom servo, mas um péssimo patrão.”¹⁶² Segundo Kunz, muitas pessoas passaram a trabalhar tão somente para ter recursos financeiros a fim de pagar suas dívidas. Muitas pessoas que estão endividadas, trabalham por obrigação, numa espécie de escravidão moderna. Neste cenário, o consumo que deveria ser a recompensa do trabalho torna-se um fardo. Por isso, Kunz salienta que os sistemas de crédito deturpam a condição humana, pois: “não são os pobres que compram a prazo, é a compra a prazo que os deixa mais pobres”.¹⁶³

Conforme Kunz, as pessoas podem usar ferramentas financeiras, mas não podem deixar com que estas controlem as suas vidas. Antes devem aprender a usar os sistemas de

¹⁵⁵ AUSTIN, Jay. In. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹⁵⁶ LIPOVETSKY, 2007, p. 130.

¹⁵⁷ BENTON, 2002, p. 15.

¹⁵⁸ BENTON, 2002, p. 152.

¹⁵⁹ CERBASI, 2019, p. 19.

¹⁶⁰ RHONE, Patrick. In. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹⁶¹ CERBASI, 2019, p. 25.

¹⁶² LOPES, Hernandes Dias. **Lucas**: Jesus, o homem perfeito. São Paulo: Hagnos, 2017, p. 531.

¹⁶³ KUNZ, Claiton André. Administre corretamente as finanças. In. KUNZ, Claiton André (org). **Vida cristã com excelência**: uma jornada rumo à maturidade. Ijuí: Faculdade Batista Pioneira, 2020, p. 192-193.

crédito a seu favor.¹⁶⁴ Segundo Cerbasi, a educação financeira já tem feito avanços neste sentido, levando as pessoas a questionarem cada decisão de compra, avaliando se é uma necessidade ou uma compra por impulso e se a mesma não afetará o orçamento, a ponto de custar mais caro futuramente.¹⁶⁵

2.1.3 Danos psicológicos

De acordo com Keller, desde os tempos antigos busca-se o segredo da felicidade. Tanto Buda e os sábios chineses no Oriente, como os filósofos estoicos gregos no Ocidente pensavam a respeito disso.¹⁶⁶ Conforme Lipovetsky, a ideia da felicidade não é nova. Nova é a associação da felicidade às facilidades da vida que a melhoria contínua da existência material trouxe.¹⁶⁷ Conforme o sociólogo, as pessoas na sociedade contemporânea afirmam ter encontrado a felicidade por meio do consumo, porém os índices de stress, depressão e ansiedade não param de crescer, desmentindo esta tese.¹⁶⁸ Quanto mais se consome, menos se vive.¹⁶⁹ Nas palavras de Lipovetsky e Serroy: “consumimos cada vez mais belezas, porém nossa vida não é mais bela”.¹⁷⁰ Bauman é enfático ao afirmar que: “o consumo não é um sinônimo de felicidade nem uma atividade que sempre provoque sua chegada.”¹⁷¹ Na realidade, de acordo com Keller, quanto mais uma sociedade é próspera no sentido material, mas comum se torna a depressão em seu meio.¹⁷² Por isso, Lipovetsky define a sociedade do hiperconsumo como “a civilização da felicidade paradoxal.”¹⁷³

Conforme Hanson, uma certa quantia de dinheiro pode comprar felicidade de certo modo. Pesquisas apontam que para pessoas que vivem com menos de 70.000 dólares anuais, adicionar um maior bem-estar material traz um bem-estar psicológico. Todavia, se este limite é ultrapassado, o dinheiro passa a não comprar mais a felicidade. As pessoas podem até ganhar mais dinheiro, mas não se sentem mais felizes.¹⁷⁴ Segundo Becker, Jim Carrey disse certa vez: “Desejo que todos possam se tornar ricos e famosos, para que percebam que isso não é a

¹⁶⁴ KUNZ. *In*. KUNZ, 2020, p. 193.

¹⁶⁵ CERBASI, 2019, p. 83-84.

¹⁶⁶ KELLER, Timothy. **Deus na era secular**: como os céticos podem encontrar sentido no cristianismo. Trad. Jurandy Bravo. São Paulo: Vida Nova, 2018, p. 108.

¹⁶⁷ LIPOVETSKY, 2007, p. 216-217.

¹⁶⁸ LIPOVETSKY, 2007, p. 16.

¹⁶⁹ LIPOVETSKY, 2007, p. 158.

¹⁷⁰ LIPOVETSKY, SERROY, 2015, p. 27-28.

¹⁷¹ BAUMAN, 2008, p. 61-62.

¹⁷² KELLER, 2018, p. 108.

¹⁷³ LIPOVETSKY, 2007, p. 17.

¹⁷⁴ HANSON, Rick. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

resposta."¹⁷⁵ De acordo com Leonard, apesar de as pessoas terem mais coisas, elas se sentem infelizes. Muito porque elas têm menos tempo para o que realmente as fazem felizes, para o que realmente importa. E as pessoas têm trabalhado mais do que nunca, tanto que desde a sociedade feudal não se tinha tão pouco tempo livre. E no pouco tempo livre que as pessoas têm na atualidade, elas passam com aparelhos eletrônicos e fazendo compras, vivendo tão somente neste ciclo de trabalhar, ver anúncios e comprar.¹⁷⁶ Nas palavras de Sayão: “a vida torna-se um correr atrás de bugigangas inúteis!”¹⁷⁷ Conforme Botelho:

Este estilo de vida caracterizado por intensidade e quantidade não nos trouxe realização. Nos sentimos ansiosos, estressados, com a sensação permanente de que estamos perdendo alguma coisa importante. O “muito” nos prometeu a felicidade, mas não conseguiu entregar. Estamos cada vez mais cansados e não sabemos o que fazer para mudar isso.¹⁷⁸

Conforme Lipovetsky, as pessoas atualmente têm a impressão de que a vida está mais pesada, mais caótica e mais difícil. Apesar das melhorias das condições materiais, ainda se fazem presentes na sociedade do hiperconsumo as depressões, ansiedades, carências de autoestima e dificuldades de viver. Apesar de desfrutarem um maior bem-estar, as pessoas têm um sentimento de não terem vivido o que elas precisavam viver.¹⁷⁹ Em uma época que diz ser plenamente feliz, ao mesmo tempo ter tantas tentativas de suicídio e uso de medicamentos psicotrópicos é um paradoxo. Logo, os danos psicológicos do consumismo são perfeitamente observáveis na expansão dos distúrbios psíquicos nos últimos anos.¹⁸⁰

Segundo Benton, o consumismo, à primeira vista, é extremamente confortável, pois possui um efeito calmante, que consola e fascina o ser humano. Contudo, este sentimento de segurança é apenas ilusório. Embora o consumismo aparenta ser tão seguro e imutável, está fadado a fracassar.¹⁸¹ Segundo Austin, a vida consiste em mais do que somente dinheiro, trabalho e contas.¹⁸² De acordo com Lipovetsky, a alegria de viver não tem nada a ver com o progresso, pois apesar de se ter mais satisfações materiais, as “portas da alegria de viver” não foram escancaradas.¹⁸³

¹⁷⁵ BECKER, Joshua. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹⁷⁶ LEONARD; FOX; SACHS. Disponível em: <https://www.storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>. Acesso em: 17 mar. 2021.

¹⁷⁷ SAYÃO, Luiz Alberto. **Agora sim!** Teologia na prática do começo ao fim. São Paulo: Hagnos, 2012, p. 112.

¹⁷⁸ BOTELHO, 2017, p. 10.

¹⁷⁹ LIPOVETSKY, 2007, p. 149.

¹⁸⁰ LIPOVETSKY, 2007, p. 201.

¹⁸¹ BENTON, 2002, p. 132.

¹⁸² AUSTIN, Jay. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

¹⁸³ LIPOVETSKY, 2007, p. 149.

No entendimento de Guerra, o ser humano pós-moderno vive em busca de cada vez mais insatisfação, mesmo que não perceba. Ele investe tempo, dinheiro e trabalho a fim de satisfazer seus desejos, com a ilusão de que isso trará felicidade. Mas o resultado alcançado é mais insatisfação. Um novo desejo nasce depois de se ter alcançado o anterior. E assim sucessivamente, de forma sutil.¹⁸⁴ De acordo com Bauman, o consumismo prospera à medida que consegue tornar contínua a insatisfação dos consumidores. Outra forma de prosperidade do consumismo é através da criação de novas necessidades que são desencadeadas no momento em que uma necessidade é satisfeita. Desta forma, o que começa com um esforço para uma necessidade transforma-se em uma compulsão, um vício.¹⁸⁵

Conforme Cerbasi, sem se darem conta, as pessoas se viciam em consumir: “Em algum momento, estará como um zumbi pelos shopping centers, procurando nas vitrines algo que nem sabe o que é, mas que precisa encontrar para conter sua ansiedade.”¹⁸⁶ Guerra concorda que esta busca frenética se torna um vício:

Como usuários de drogas, sabemos que o consumo não trará felicidade, apenas prazer momentâneo que satisfaz um desejo atendido; mesmo assim continuamos nos entorpecendo. Se somos treinados a consumir e buscar felicidade com base na satisfação de nossos desejos, vamos ansiar pela próxima dose de bem-estar que vem com a nova aquisição. Pode-se dizer que a sociedade de consumo não valoriza exatamente o indivíduo, como parece, mas enfatiza o que falta a eles, como forma de fomentar o consumo.¹⁸⁷

De acordo com Guerra, a tenebrosa ironia do consumismo é que conforme o indivíduo investe cada vez mais em si mesmo (com o objetivo de estar à frente de seu tempo, de ser notado, seguido, valorizado e até mesmo cultuado), acaba ele mesmo sendo consumido, ou seja, ele mesmo se torna uma mercadoria para outras pessoas consumirem.¹⁸⁸ Segundo Bauman: “Dentro desses templos, tanto os objetos de adoração como seus adoradores são mercadorias. Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios produtos de comoditização.”¹⁸⁹ Conforme Ramsey, quando as pessoas dizem para si mesmo: “Vou ser feliz com aquele carro. Vou ser feliz se morar naquela casa, vou ser feliz com aquele sofá,” significa que aquele objeto está sendo adorado e, mesmo que de forma não intencional, esta dependência das coisas se torna em algo espiritual.¹⁹⁰

¹⁸⁴ GUERRA, 2017, p. 132-133.

¹⁸⁵ BAUMAN, 2008, p. 64.

¹⁸⁶ CERBASI, 2019, p. 82.

¹⁸⁷ GUERRA, 2017, p. 133-134.

¹⁸⁸ GUERRA, 2017, p. 135.

¹⁸⁹ BAUMAN, 2008, p. 82.

¹⁹⁰ RAMSEY, Dave. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021

2.1.4 Danos espirituais

Benton afirma que o consumismo pretende ser um novo evangelho, uma boa nova secular, que tem como objetivo proporcionar felicidade ao indivíduo por meio da aquisição de bens materiais.¹⁹¹ Esta é a doutrina básica do consumismo. Aliás, todos os dias as pessoas são evangelizadas pelo consumismo.¹⁹² Com isso, o ponto de vista das pessoas é moldado, o que afeta suas espiritualidades.¹⁹³ E assim, as pessoas desviam a sua atenção do que realmente importa na vida:

Deixe-me também fazer a seguinte pergunta: “O que mais engana os cristãos de hoje? O que faz com que a nossa vida cristã fique lá em baixo?” Parece-me que nem sempre são os grandes pecados, como roubo e adultério, que corrompem a espiritualidade da maioria dos cristãos. O que realmente mina a nossa espiritualidade é que somos pegos pela armadilha dos lugares-comuns da sociedade de consumo. (...) O consumismo nos afasta do foco, e é isto que acorrenta a espiritualidade de muitos de nós.¹⁹⁴

McKinley é enfático ao afirmar que: “A grande maioria não possui coisas; é possuída pelas coisas”.¹⁹⁵ Conforme Stott, a preocupação com os bens materiais pode abafar a vida espiritual de uma pessoa.¹⁹⁶ Conforme Kraybill, da mesma forma que novos brinquedos cativam crianças, bens materiais podem cativar os adultos. É muito fácil se prostrar e adorar no altar do materialismo, em que o luxo dita e manipula a vida individual. Muitos passam a servir a riqueza em si, ao deus mamom¹⁹⁷ ao invés de servir a Deus.¹⁹⁸

Conforme Keller, o coração humano tende a tomar os bens materiais e convertê-los em coisas essenciais. Neste sentido, as pessoas pensam que ao alcançar os bens materiais encontrarão significância, segurança, proteção e realização em suas vidas. Por isso os colocam no centro das suas vidas, como verdadeiros deuses. Não através de uma adoração externa a estátuas, mas uma adoração interna, no coração.¹⁹⁹ McKinley afirma que os seres humanos são constantemente tentados a fazer das suas posses um ídolo. Confiam em seus bens para

¹⁹¹ BENTON, 2002, p. 37.

¹⁹² BENTON, 2002, p. 151.

¹⁹³ BENTON, 2002, p. 15-16.

¹⁹⁴ BENTON, 2002, p. 17.

¹⁹⁵ MCKINLEY, Mike. **Eu sou mesmo um cristão?** Trad. Eros Pasquini Jr. São José dos Campos: Fiel, 2012, p. 145.

¹⁹⁶ STOTT, John W. R. **O discípulo radical.** Trad. Meire Portes Santos. Viçosa: Ultimato, 2011, p. 15.

¹⁹⁷ MAMON – O termo mammon significa posses. *In.* MARTINS, 2020, p. 29.

¹⁹⁸ KRAYBILL, Donald B. **O reino de ponta cabeça.** Trad. Fernanda Milczarek. Bragança Paulista: Mensagem para todos, 2017, p. 154.

¹⁹⁹ KELLER, Timothy. **Deuses falsos:** as promessas vazias do dinheiro, sexo e poder, e a única esperança que realmente importa. Trad. Jurandy Bravo. São Paulo: Vida Nova, 2018, p. 16.

alcançarem felicidade e segurança. No lugar de procurar sua satisfação em Deus, as pessoas ficam cada vez mais presos as suas posses, a ponto de confiar nelas o sentido de suas vidas.²⁰⁰

Conforme Keller, qualquer coisa que se torne central e essencial para a vida de uma pessoa é um ídolo, um deus falso em seu coração. Estes deuses alternativos sempre decepcionam, às vezes, de forma destrutiva. Isso porque as pessoas edificam toda a sua vida, toda a sua felicidade com base em algo que faz bem a ela de início, mas que, ao se tornar supremo em suas vidas, as consomem. Elas passam a viver como se a única coisa que realmente pudesse trazer vida com alegria fosse o ídolo adorado por estas pessoas. Então, quando esse ídolo se transforma em pó, junto vai o sentido da sua vida.²⁰¹

Para Keller, tudo o que uma pessoa adora é uma idolatria: “Ídolo é qualquer coisa que você observe e diga, no fundo do coração: Se tiver isso, então sentirei que minha vida faz sentido, então saberei que tenho valor, então me sentirei importante e seguro.” Por exemplo, muitos andam angustiados o tempo todo por causa de sua aparência, gastando todos seus recursos nisso. A beleza é algo importante, mas não deve ser transformada na coisa mais valiosa da vida de uma pessoa. Keller conclui: “Se qualquer coisa torna-se mais fundamental do que Deus para sua felicidade, sentido na vida e identidade, então essa coisa é um ídolo.” Só Deus pode dar a esperança, o sentido e a realização que as pessoas procuram.²⁰²

Conforme Martins, aquilo que as pessoas acumulam, releva algo sobre o seu interior.²⁰³ Segundo Keller, o padrão de consumo de uma pessoa revela o seu deus. A maioria das pessoas, inclusive os cristãos, tendem a gastar grandes quantias de recursos para adquirir bens duráveis e não duráveis.²⁰⁴ Martins complementa que pessoas que dedicam tempo e recursos a fim de ajuntar bens, revelam que as posses e as riquezas são elementos predominantes em seus corações. E idolatrar posses produz prejuízos piores do que qualquer adversidade financeira, pois é um mau investimento da alma.²⁰⁵ Para Keller, se Deus fosse realmente a essência de sua vida, esta pessoa não hesitaria em doar quantias extraordinárias ao ministério.²⁰⁶ Segundo Martins: “A nossa religião está relacionada ao que batalharemos para ter cada vez mais e ao que nos sentimos mais pobres ao perder. Se nossas riquezas são espirituais, não nos sentimos realmente empobrecidos nas privações de bens.”²⁰⁷

²⁰⁰ MCKINLEY, 2012, p. 142.

²⁰¹ KELLER, 2018, p. 19-20.

²⁰² KELLER, 2018, p. 21-22.

²⁰³ MARTINS, Yago. **No alvorecer dos deuses**: desvendando as idolatrias profundas do coração. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2020, p. 31.

²⁰⁴ KELLER, 2018, p. 178.

²⁰⁵ MARTINS, 2020, p. 31.

²⁰⁶ KELLER, 2018, p. 178.

²⁰⁷ MARTINS, 2020, p. 32.

Ainda de acordo com o referido autor, as pessoas creem que receberão as promessas de seus ídolos. O consumismo prega que é possível alcançar um senso de felicidade, de realização e sucesso através da aquisição dos bens de consumo. Porém, quem deposita suas esperanças em promessas vazias, nada encontra, a não ser mais vazio, futilidade e ganância. Isso porque os ídolos, quaisquer que forem, prometem coisas que apenas Deus realmente pode dar.²⁰⁸ Conforme Beale, as pessoas se assemelham ao que reverenciam:

Deus criou todos os seres humanos para refletir uma imagem. As pessoas sempre refletirão alguma coisa, seja o caráter de Deus, seja algo do mundo. Se elas se dedicarem a Deus, serão como ele; mas, se se dedicarem a algo diferente de Deus, ficarão semelhante a isso, sempre inanimadas espiritualmente e vazias, como o objeto da criação vazio e sem vida a que se dedicaram.²⁰⁹

Segundo Benton, o ser humano é em sua essência egoísta, pois sempre gostou de adquirir bens, sendo tentado a viver para o mundo material ao invés de viver para Deus. Se a pessoa possui bens, ela se sente segura em sua autossuficiência. Em muitos casos, como verdadeiros deuses, já que possuir é ter poder. Esta é a realidade do mundo desde o seu início. A diferença que surgiu nos últimos séculos foi a infinitude de opções com as quais as pessoas se deparam para gastar o seu dinheiro.²¹⁰ E assim, o foco vai somente para esta vida. A eternidade recebe cada vez menos valor diante da propaganda materialista do consumismo. Isso afeta inclusive os cristãos.²¹¹

Benton faz a seguinte pergunta: “o que aconteceu com a contracultura? De que maneira os cristãos estão diferentes?” Em vez de não se amoldarem ao padrão deste mundo, os cristãos estão envolvidos de tal forma na promessa do consumismo como qualquer outra pessoa.²¹² Segundo Cunha, grande parte do que é considerado cultura cristã se tornou em uma expressão do mercado de consumo e está atualmente integrada ao sistema capitalista globalizado. Isso significa que o consumismo está dando forma ao modo de ser cristão na atualidade, o que trouxe complicações à Igreja cristã.²¹³

²⁰⁸ MARTINS, 2020, p. 69.

²⁰⁹ BEALE, G. K. **Você se torna aquilo que adora**: uma teologia bíblica da idolatria. Trad. Marcus Throup. São Paulo: Vida Nova, 2014, p. 281.

²¹⁰ BENTON, 2002, p. 148.

²¹¹ BENTON, 2002, p. 151.

²¹² BENTON, 2002, p. 42.

²¹³ CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel**: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p. 198.

2.2 Complicações do consumismo à Igreja cristã

Segundo Lipovetsky, nem mesmo a religião se constitui em um contrapoder no avanço do consumismo.²¹⁴ De acordo com Krüger, o consumismo tem invadido a igreja e sua teologia de forma bem visível.²¹⁵ Sayão afirma: “até a fé virou mercadoria”.²¹⁶ Conforme Benton, o consumismo não apenas moldou o modo de agir dos indivíduos, como também influenciou a igreja, uma vez que a mesma é formada por indivíduos. E assim as doutrinas do consumismo passaram a reger o rebanho de Deus.²¹⁷ Algumas áreas da Igreja cristã afetadas pelo consumismo serão analisadas, a começar pela teologia da prosperidade, seguindo pelos consumidores de igrejas e finalizando com o comércio de itens cristãos.

2.2.1 A teologia da prosperidade

Segundo Lopes, o que distingue as igrejas pentecostais clássicas das neopentecostais é a prática da teologia da prosperidade, enfatizada pela última.²¹⁸ Conforme Krüger, a característica principal de muitas igrejas neopentecostais é a ligação obrigatória entre a prosperidade e o cristianismo.²¹⁹ Segundo Sayão, a vitória do capitalismo juntamente com o misticismo do povo brasileiro favoreceu o surgimento de uma teologia popular marcada pela prosperidade. Neste cenário, estar bem com Deus é sinônimo de ser bem-sucedido financeira e materialmente. A teologia da prosperidade prega que a falta de riquezas terrenas é nada menos do que falta de fé ou, ainda, obra do inimigo.²²⁰

De acordo com Lopes, a teologia da prosperidade defende, além da riqueza, a saúde e a longevidade dos cristãos. Estes não devem enfrentar nenhum problema ou dificuldade em suas vidas. Mas, para que Deus lhes dê isso, os cristãos devem investir na obra, através das ofertas, dízimos e doações. Os sacrifícios financeiros obrigariam o Senhor a retribuir abundantemente a fidelidade dos fiéis.²²¹ Todavia, a teologia da prosperidade erra ao omitir que toda benção material que Deus dá às pessoas é graça e não direito. Deus tem o direito de não responder aos pedidos dos cristãos, não por falta de fé ou de fidelidade, mas pela soberania divina. O conceito de declarar algo não é bíblico. As palavras do homem não têm poder nenhum em si mesmas para levar Deus a abençoar os seus materialmente. E da mesma forma, a

²¹⁴ LIPOVETSKY, 2007, p. 131.

²¹⁵ KRÜGER, Harriet Wondracek. **A teologia que vem dos palcos evangélicos**. Curitiba: A.D. Santos, 2017, p. 94.

²¹⁶ SAYÃO, 2012, p. 112.

²¹⁷ BENTON, 2002, p. 153.

²¹⁸ LOPES, Augustus Nicodemus. **O que a Bíblia fala sobre dinheiro**. São Paulo: Mundo Cristão, 2021, p. 7.

²¹⁹ KRÜGER, 2017, p. 97.

²²⁰ SAYÃO, 2012, p. 22.

²²¹ LOPES, 2021, p. 7.

fidelidade nos dízimos não é uma condição necessária para as bênçãos materiais. O dízimo tem de ser a expressão da gratidão individual a Deus e não um instrumento de barganha para retribuição.²²²

Botelho afirma que, em muitas igrejas, a ganância se transformou em fé. Os membros destas igrejas são instigados a buscar antes de tudo o sucesso material. Ao invés de aliviar os sobrecarregados, esta teologia gera ainda mais ansiedade e frustração.²²³ Conforme Lopes, estas igrejas lançam diversas campanhas todos os anos, a fim de fazer com que seus membros, muitas vezes cegados pela cobiça ou ignorância, contribuam com enormes quantias financeiras. Como a promessa feita não se concretiza, muitos abandonam a igreja, revoltando-se não só com as que pregam a teologia da prosperidade, mas como as igrejas cristãs em geral.²²⁴ Conforme Lopes:

Prolifera em nossos dias os pregadores da conveniência, os embaixadores do lucro em nome da fé. Multiplicam-se neste canteiro fértil da ganância, homens inescrupulosos que mercadejam a palavra de Deus, fazendo da igreja uma empresa, do púlpito um balcão, do evangelho um produto híbrido, do templo uma praça de negócios e dos crentes consumidores. O vetor desses obreiros da iniquidade é o lucro. Pregam para agradar. Pregam para atrair as multidões com uma oferta de riqueza na terra e não de um tesouro no céu. Torcem as Escrituras, manipulam os ouvintes, enganam os incautos, para se locupletarem. Sonegam ao povo a mensagem da cruz, a oferta da graça, a mensagem da reconciliação por meio do sangue de Cristo. Embora esses pregadores consigam popularidade estão desprovidos da verdade. Embora reúnam multidões para ouvi-los, não oferecem aos famintos o Pão do céu. Embora, se vangloriem de suas robustas riquezas acumuladas na terra, são miseravelmente pobres na avaliação do céu.²²⁵

De acordo com Botelho, muitos líderes eclesiais têm usado a própria Bíblia para defender um conceito de prosperidade diferente daquela defendida por Jesus.²²⁶ Krüger afirma que os líderes destas igrejas enriquecem deliberadamente, com a intenção errônea de decretar a restituição de Deus, isto é, afirmar que Deus dará o dobro, por exemplo. Eles se utilizam dos ideais da sociedade materialista e consumista para prosperar financeiramente, e com isso trocam a adoração ao Deus verdadeiro pela adoração ao deus falso da prosperidade. Logo, “o Cristianismo passa a estar atrelado ao consumismo pós-moderno ou hipermoderno, que se adapta ao padrão de valor secular da busca incontrolável pelo bem material, mesmo que a Bíblia o trate como ídolo (Cl 3.5b)”.²²⁷

²²² LOPES, 2021, p. 31-33.

²²³ BOTELHO, 2017, p. 20.

²²⁴ LOPES, 2021, p. 7-8.

²²⁵ LOPES, Hernandes Dias. **De volta ao Evangelho**. Disponível em: hernandesdiaslopes.com.br/de-volta-ao-evangelho. Acesso em: 06 mai. 2021.

²²⁶ BOTELHO, 2017, p. 20.

²²⁷ KRÜGER, 2017, p. 97-98.

Cunha diz que a teologia da prosperidade fez com que líderes de diferentes igrejas passassem a se espelhar na eficiência encontrada no mercado secular, em que um funcionário é estimulado a mostrar bons resultados, a fim de atingir uma maior lucratividade com baixos custos. Desta forma, as igrejas passaram a considerar um pastor eficiente se este apresenta bons resultados, ou seja, se há crescimento no rol de membros e, conseqüentemente um aumento do patrimônio financeiro.²²⁸

Krüger aponta para o fato de que a religiosidade propagada pelos neopentecostais através da teologia da prosperidade refletiu na fé cristã em uma espécie de consumismo religioso. Os cristãos passaram a agir como consumidores que entram nas igrejas como se entrassem em um mercado para escolher o produto que necessitam para resolver os seus problemas imediatos.²²⁹ Estes são, conforme Gebhards, os consumidores de igrejas.²³⁰

2.2.2 Consumidores de igrejas

Benton afirma: “Não é triste ver que até o cristianismo chega a nós em uma embalagem de consumo?”²³¹ De acordo com Sayão, muitas pessoas passaram a ver a igreja e até mesmo o próprio evangelho como uma mercadoria a ser consumida.²³² Isso porque, conforme Krüger, muitas igrejas se tornaram verdadeiras empresas, onde o pastor mais se assemelha com um gerente empresarial, inclusive nas igrejas tradicionais.²³³

Conforme Augustus Nicodemus Lopes, Jesus preferiu ter discípulos do que consumidores quando este multiplicou os pães em João 6. Quando a multidão, deslumbrada com o milagre, queria proclamar Cristo como rei, ele rejeitou (vs. 15). No dia seguinte, Jesus se absteve de fazer milagres, pois constatou que a multidão apenas o seguia devido aos seus feitos miraculosos (vs. 26, 30). Jesus escolheu ficar com os doze que o seguiam pelo motivo certo do que ter cinco mil seguidores que o seguiam por causa dos benefícios que obteriam com Cristo.²³⁴

Segundo Lopes, atualmente prevalece na igreja evangélica uma mentalidade similar à multidão do tempo de Jesus. Muitas pessoas, influenciadas pela febre crescente do consumo, assumem um comportamento de consumidores no que se trata das coisas de Deus: querem satisfazer apenas suas necessidades pessoais.²³⁵ Sayão complementa que estas pessoas não se

²²⁸ CUNHA, 2007, p. 53.

²²⁹ KRÜGER, 2017, p. 98-99.

²³⁰ GEBHARDS. *In*. MACARTHUR, 2006, p. 179.

²³¹ BENTON, 2002, p. 94.

²³² SAYÃO, 2012, p. 106.

²³³ KRÜGER, 2017, p. 130.

²³⁴ LOPES, 2015, p. 88.

²³⁵ LOPES, 2015, p. 88-89.

enxergam como servos, não veem o panorama mais amplo do Reino e não compreendem a ideia de corpo. Eles querem tão somente o Pai Meu e não o Pai Nosso.²³⁶ E Gebhards diz: “Servir é o oposto de consumir”.²³⁷ Em outras palavras, Krüger realça: “o Evangelho da Cruz está sendo substituído pelo evangelho do “eu”.²³⁸ Segundo Gebhards, o cristianismo ficou tão saturado da mentalidade consumista que o foco no eu não é mais percebido como um erro.²³⁹ O sociólogo Lipovetsky defende que, desta forma, as igrejas têm se adaptado à felicidade terrena:

A diferença do passado, a Igreja não alega mais as noções do pecado mortal, não exalta mais nem o sacrifício nem a renúncia. O rigorismo e a culpabilização foram muito atenuados, ao mesmo tempo que as antigas temáticas do sofrimento e da mortificação. Enquanto as ideias de prazer e de desejo são cada vez menos associadas à tentação, a necessidade de carregar sua cruz na terra desapareceu. (...) De uma religião centrada na salvação no além, o cristianismo se transformou em uma religião a serviço da felicidade intramundana, enfatizando os valores da solidariedade e do amor, a harmonia, a paz interior, a realização total da pessoa.²⁴⁰

Lipovetsky afirma que quando a felicidade terrena é focada, cresce paralelamente a mercantilização das atividades religiosas.²⁴¹ Segundo Beale, diversas igrejas da atualidade se voltaram para os ideais consumistas do mercado e passaram a tentar satisfazer aos desejos de autossatisfação idólatra de seus frequentadores.²⁴² Krüger diz que os cristãos atualmente buscam por experiências e espetáculos cada vez mais frenéticos. Para atender às novas demandas, as igrejas se adaptaram.²⁴³ Lopes afirma que a mentalidade consumista tem moldado a programação de muitas igrejas:

A forma e o conteúdo das pregações, a escolha dos cânticos, o tipo de liturgia e as estratégias para crescimento de comunidades locais. Tudo é feito com o objetivo de satisfazer os apelos emocionais, físicos e materiais dos frequentadores do templo. E, nesse afã prevalece o fim sobre os meios. Métodos se justificam na medida em que se prestam a atrair novos clientes e torna-los mais felizes, satisfeitos e dispostos a continuar ocupando os bancos da igreja.²⁴⁴

Deste modo, conforme Beale, a fé cristã foi transformada em algo atraente para o público contemporâneo, que habitualmente está mais preocupado com o seu próprio mundo

²³⁶ SAYÃO, 2012, p. 106.

²³⁷ GEBHARDS. *In.* MACARTHUR, 2006, p. 188.

²³⁸ KRÜGER, 2017, p. 102.

²³⁹ GEBHARDS. *In.* MACARTHUR, 2006, p. 190.

²⁴⁰ LIPOVETSKY, 2007, p. 131.

²⁴¹ LIPOVETSKY, 2007, p. 131.

²⁴² BEALE, 2014, p. 290.

²⁴³ KRÜGER, 2017, p. 96.

²⁴⁴ LOPES, 2015, p. 89.

interior do que com qualquer outra coisa. Isso faz com que, muitas igrejas, mesmo sem perceber, contribuam para a manutenção da egolatria, da idolatria ao ego.²⁴⁵

Conforme Lopes, um dos problemas que as igrejas mergulhadas na mentalidade consumista têm de enfrentar é a “síndrome da porta giratória”, em que pessoas em busca de sentido e alívio para suas vidas, ou mesmo em busca de entretenimento, vão à igreja a passeio, como quem vai a um shopping. Escolhem igrejas como quem escolhe o que vai vestir. Se por acaso a igreja não agradar, estas pessoas saem à procura de outra igreja, na qual se sintam confortáveis.²⁴⁶ Desta forma, as próprias igrejas tendem a produzir muito mais consumidores do que reais discípulos de Cristo, e isso se manifesta nos eventos que elas promovem.²⁴⁷

Conforme Sayão, em alguns casos, os consumidores eclesiais até frequentam várias igrejas simultaneamente: “Numa consomem a boa mensagem do culto. Noutra compram o louvor mais animado, e ainda numa terceira desfrutam da escola bíblica para adquirir mais informações.”²⁴⁸ Desta forma, de acordo com Benton, as igrejas muitas vezes mais se parecem com um supermercado espiritual: “onde as pessoas chegam, pegam o que querem e se vão.”²⁴⁹ Estão lá para receber e não para oferecer. Querem ter as suas necessidades pessoais satisfeitas e nada além disso.²⁵⁰ Gebhards afirma:

Em vez de se verem como servos, consideram a igreja como um lugar para se acomodarem e serem servidos. Ao invés de se focalizarem em Deus, eles se voltam para si mesmos. Em vez de considerarem a igreja como um lugar onde Deus é o “consumidor”, eles se veem como o centro das atenções, esperando que suas necessidades sejam supridas.²⁵¹

Segundo Lipovetsky, na sociedade hiperconsumista, até mesmo a espiritualidade se tornou um produto a ser comercializado, mercado de massa, setor a ser gerado e promovido, muito através do comércio de itens cristãos.²⁵²

2.2.3 O comércio de itens cristãos

Segundo Lopes, muitos líderes já se aproveitaram da fé dos crentes para enriquecer ao longo da história da igreja cristã. Foi durante a Idade Média que o lucro com as coisas da fé atingiu patamares estrondosos. A Igreja Católica havia se mesclado com superstições e conceitos religiosos do mundo antigo, o que fez com que grandes desvios teológicos fossem

²⁴⁵ BEALE, 2014, p. 290;

²⁴⁶ LOPES, 2015, p. 90.

²⁴⁷ LOPES, 2015, p. 93.

²⁴⁸ SAYÃO, 2012, p. 106.

²⁴⁹ BENTON, 2002, p. 108.

²⁵⁰ BENTON, 2002, p. 155.

²⁵¹ GEBHARDS. *In*. MACARTHUR, 2006, p. 178-179.

²⁵² LIPOVETSKY, 2007, p. 132.

tomados como verdade. Uma doutrina surgida na época era a de que relíquias²⁵³ possuíam poderes miraculosos e até mesmo salvíficos. Essa doutrina desencadeou um comércio de falsas relíquias, que eram vendidas para as igrejas ou mosteiros, a fim de chamar a atenção do público:

Eram objetos ligados a Cristo, Maria e aos apóstolos, coisas como o manto de Jesus, o manto da Virgem Maria, frascos com leite da Virgem Maria, cachos de seus cabelos, lascas da cruz de Cristo, frascos com seu sangue, pregos usados em sua crucificação, espinhos de sua coroa, a lança que o traspassou e, o mais famoso, o Santo Sudário, guardado numa catedral em Turim, na Itália.²⁵⁴

Lopes afirma que a Igreja Católica incentivava esse comércio, pois trazia muito lucro. No século XVI, os reformadores se revoltaram com estas práticas. João Calvino afirmava que se fossem juntados todos os pedaços da cruz de Cristo, um navio seria lotado. Naquela época não existia um santuário ou igreja europeia que não possuísse uma relíquia. Mas eram relíquias falsas. Em toda a Europa existiam 14 pregos da cruz de Cristo, por exemplo. Imagens de Jesus, Maria e dos santos eram outros itens comercializados. Os católicos devotos adquiriam essas imagens para ter em suas casas ou em seu comércio, pondo em um lugar de destaque. Além disso, crucifixos, rosários, velas, cruces, incensos, medalhas e óleos eram comercializados em massa. Outro comércio destaque da época eram as indulgências.²⁵⁵ Vendedores de indulgências percorriam toda a Europa oferecendo o serviço.²⁵⁶

Conforme Lopes, há uma considerável comparação com a igreja católica medieval e as igrejas neopentecostais. A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), por exemplo, arrecada milhões de reais todos os anos com a venda de objetos ungidos, tal como o sal grosso, a rosa unguida, fitas e pulseiras, entre outros.²⁵⁷ Entretanto, as igrejas neopentecostais não são os únicos segmentos do mercado religioso. Tendo em vista o multiforme público cristão, diferentes lojas, de várias denominações, passaram a explorar este nicho. Conforme Giumbelli, as lojas de artigos evangélicos já se tornaram parte da paisagem urbana.²⁵⁸ Nestas os cristãos podem encontrar além de Bíblias e livros, outros objetos como cartões, peças decorativas, camisetas,

²⁵³ **RELÍQUIAS** - partes de ossos, unhas, cabelo, vestes e objetos pessoais de um mártir cristão. *In.* LOPES, 2021, p. 67.

²⁵⁴ LOPES, 2021, p. 65-67.

²⁵⁵ **INDULGÊNCIAS** – perdão dos pecados assinado pelo papa. Na teologia católica, o papa tem jurisdição pessoal sobre o purgatório, podendo conceder abreviação do tempo de sofrimento ou cancelamento dessa etapa. As indulgências eram concedidas em troca de doações, boas obras ou serviços prestados à igreja. A prática das indulgências foi um dos estopins para o surgimento da Reforma Protestante. *In.* LOPES, 2021, p. 69.

²⁵⁶ LOPES, 2021, p. 68-71.

²⁵⁷ LOPES, 2021, p. 70-71.

²⁵⁸ GIUMBELLI, Emerson. **Lojas de artigos evangélicos: uma pesquisa sobre consumo religioso.** Florianópolis: Ilha, UFSC, v. 7, n. 1 e 2, 2005, p. 213.

pulseiras, bonés, chaveiros, cadernos, adesivos, que contêm dizeres cristãos ou referências bíblicas.²⁵⁹

Segundo Campos, procurando oferecer produtos a diferentes públicos cristãos, as sociedades bíblicas passaram a desenvolver Bíblias temáticas e personalizadas, tal qual “a Bíblia para adolescentes”, “a Bíblia para mulheres” e “a Bíblia jovem”. Muitas destas Bíblias recebem títulos chamativos, como “a Bíblia do garoto radical”, “a Bíblia da garota de fé”, “a Bíblia da mulher que ora”, “a Bíblia da mamãe”, “a Bíblia da vovó”, entre outros.²⁶⁰ Holland afirma que a Bíblia tem passado por diversas cirurgias plásticas na pós-modernidade. Muitas versões mais parecem ser uma adaptação para a cultura popular do que uma cópia fiel das Escrituras.²⁶¹ Conforme Piper:

Nada é sagrado. Se o lucro é gordo, as estratégias de propaganda são indiferentes. Se ser cristão está na moda, é isto que eles vão vender (...). Vivemos dias de muita lucratividade no campo da religião. Está aquecido o mercado de livros, discos, cruzeiros de prata, brincos de peixes, abridores de cartas de madeira de oliveira, adesivos para carros, crucifixos, vidrinhos com água do rio Jordão que fazem você ganhar no bingo ou receber seu dinheiro de volta em noventa dias. Vivemos dias lucrativos para quem está no ramo da espiritualidade!²⁶²

Conforme Cunha, outro segmento que é explorado no meio evangélico e que cresce ano após ano é a indústria fonográfica cristã.²⁶³ De acordo com Lopes, a indústria da música gospel é um segmento cristão que se expande de forma cada vez mais profissional, muitas vezes deixando de lado o propósito inicial de propagar o evangelho, para se tornar um negócio milionário. Assim, os cantores do mundo gospel brasileiro e internacional passaram a cobrar altos cachês para fazer suas apresentações, ao passo que as gravadoras evangélicas passaram a fazer parte do grande cenário do entretenimento.²⁶⁴

Desta forma, percebe-se que, conforme Cunha, o cristianismo passou a ser explorado como um segmento do mercado, seguindo a lógica comercial. Ser cristão tornou-se uma logomarca.²⁶⁵ Para a autora, a cultura gospel²⁶⁶ foi a responsável pela criação da comunidade

²⁵⁹ GIUMBELLI, 2005, p. 219.

²⁶⁰ CAMPOS, Leonildo Silveira. **Bíblias no mercado**: o poder dos consumidores e a competição entre os editores – o caso da Sociedade Bíblica do Brasil. São Paulo: Rever, ano 12, nº 2, jul./dez. 2012, p. 51-53.

²⁶¹ HOLLAND, Rick. *In*. MACARTHUR, John. **Ouro de tolo?** Discernindo a verdade em uma época de erro. Trad. Maurício Fonseca dos Santos Junior. São Paulo: Fiel, 2006, p. 104.

²⁶² PIPER, John. **Em busca de Deus**: a plenitude da alegria cristã. Trad. Hans Udo Fuchs. 2. ed. São Paulo: Sheed, 2008, p. 156.

²⁶³ CUNHA, 2007, p. 55-57.

²⁶⁴ LOPES, 2015, p. 89.

²⁶⁵ CUNHA, 2007, p. 140-142.

²⁶⁶ **CULTURA GOSPEL** – Uma cultura religiosa, um modo de vida construído por um segmento cristão brasileiro – os evangélicos. É um modo de viver e experimentar a fé no sagrado dentro do qual há um sistema de significações que resulta de todas as formas de atividade social deste segmento religioso. *In*. CUNHA, 2007, p. 171.

de consumidores cristãos. Isso porque as pessoas encontram no universo cristão valores e sentidos religiosos para suas vidas. Logo, o consumo tornou-se uma nova opção de mediação entre as pessoas e sua fé:

Nesse novo modo de vida religioso, não importam mais a profissão de fé, o rol de membros, a prestação de contas a uma comunidade; o que importa é Deus e o acesso a ele. E isso pode acontecer por meio do consumo e da diversão, elementos que passam a ser interpretados como consagrados, pois levam a Deus.²⁶⁷

Desta forma, Cunha salienta que a cultura *gospel*, sob a óptica sociopolítica, manifesta-se como um fenômeno do capitalismo globalizado, isto é, do consumismo.²⁶⁸

No momento em que a lógica do capitalismo globalizado – caracterizada pelo permanente consumo de bens materiais (posse), pelos ideais da eficiência e do sucesso e pela conseqüente competição – prevalece como ordenadora da sociedade contemporânea, a cultura *gospel* revela-se sua extensão, ou seja, uma expressão cultural desse capitalismo em versão religiosa. Isto não ocorre somente por meio do culto e dos discursos veiculados pela mídia; outros elementos que caracterizam a cultura *gospel* a descrevem um universo econômico-religioso, como o consumo e o entretenimento. Desse modelo, os cristãos em geral passam a ser interpretados e trabalhados como segmentos do mercado. Já os empresários evangélicos veem-se e agem como sócios do empreendimento de Deus, que é a salvação do mundo. Seus produtos são vistos como sagrados, abençoados por Deus para fazer com que mais pessoas se achem a ele. A base destas interpretações e destas ações encontra-se na premissa de que “consumir não é pecado”.²⁶⁹

Benton afirma que o consumo não é mau em si. Não há nada de errado em comprar certas coisas.²⁷⁰ McKinley salienta que as posses materiais são coisas boas, pois são necessárias para a vida neste mundo.²⁷¹ Contudo, muitas vezes, o que uma pessoa possui não passa de uma anestesia. A anestesia não resolve os problemas, não trata os ferimentos. Apenas torna a pessoa menos consciente dos problemas que tem. Toda riqueza é perigosa, pois entorpece a pessoa da necessidade que tem de Deus.²⁷² Por isso, o sociólogo francês Gilles Lipovetsky ressalta que: “Crer não é consumir. (...) O espírito de fé não pode ser confundido com o espírito pragmático do consumismo.”²⁷³

Sendo assim, apesar do consumismo tentar ser a resposta para os problemas da pós-modernidade, não consegue preencher o vazio na vida das pessoas, que enfrentam novas

²⁶⁷ CUNHA, 2007, p. 169-170.

²⁶⁸ CUNHA, 2007, p. 206.

²⁶⁹ CUNHA, 2007, p. 202.

²⁷⁰ BENTON, 2002, p. 42.

²⁷¹ MCKINLEY, 2012, p. 137.

²⁷² MCKINLEY, 2012, p. 144.

²⁷³ LIPOVETSKY, 2007, p. 133.

dificuldades, agora causadas pelo consumismo. O 39º presidente dos Estados Unidos, Jimmy Carter, em um anúncio oficial em 1979, já alertava acerca dos perigos do consumismo:

Em uma nação que se orgulhava do trabalho duro, famílias fortes, comunidades unidas, muitos de nós agora tendem a venerar o comodismo e o consumismo. A identidade de uma pessoa não é mais definida pelo que ela faz, mas pelo que ela possui. Mas descobrimos que possuir coisas e consumir coisas não satisfaz o nosso desejo de propósito. Aprendemos que acumular bens materiais não é capaz de preencher o vazio de vidas desprovidas de fé ou propósito.²⁷⁴

Segundo McManus, as pessoas se sentem vazias, mesmo possuindo muitas coisas, pois estão se empanturrando de coisas erradas e negligenciando o que realmente importa.²⁷⁵ Conforme Millburn e Nicodemus, os bens de consumo não resolverão os problemas. Neste sentido, há um movimento que vem crescendo nos últimos anos, com a missão de acabar com a loucura do consumismo: o minimalismo.²⁷⁶

²⁷⁴ CARTER, Jimmy. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

²⁷⁵ MCMANUS, Erwin. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

²⁷⁶ MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

III – O CONTRAPONTO DO MINIMALISMO

De acordo com Foster, a simplicidade do minimalismo é uma necessidade do mundo atual. O planeta Terra simplesmente não suporta mais o estilo de vida consumista. Gandhi teria dito que o mundo tem o suficiente para as necessidades de todos, mas não para a ganância de todos.²⁷⁷ Conforme Jay, LaoZi, filósofo chinês, escreveu em uma de suas obras: “É rico aquele que sabe que tem o suficiente.” Isto é, aquele que reconhece a abundância de sua vida, aprende a valorizar aquilo que já possui. E: “cultivar uma postura de gratidão leva a um estilo de vida muito mais minimalista.”²⁷⁸ Tendo isso em vista, o primeiro subponto trará à tona a simplicidade do minimalismo, o que o movimento é e suas aplicações. Já o segundo enforcará os fundamentos bíblicos do minimalismo. Por último, o terceiro subponto mostrará como o estilo de vida minimalista é completamente adequado à vida cristã.

3.1 A simplicidade do minimalismo

Conforme Foster, a ideia de “quanto mais, melhor” tornou-se a norma da sociedade vigente.²⁷⁹ Com isso, Rainer afirma que o mundo ficou bastante complexo: são muitas informações, muitos produtos, muitas ideias. Isso fez com que as pessoas ficassem sedentas pela simplicidade, e o simples passou a ser redescoberto.²⁸⁰ Segundo Cerbasi: “A necessária mudança de comportamento para reverter o desequilíbrio criado pelo consumo tende a ser mais simples do que parece à primeira vista.”²⁸¹ Em virtude da busca pela simplicidade, concepções acerca do minimalismo, e da sua relação como um estilo de vida conveniente à realidade do mundo atual, passaram a ser desenvolvidas, trazendo assim a práticas cotidianas.

3.1.1 Concepções do minimalismo e sua relação como estilo de vida

Cerbasi define o minimalismo como:

um movimento crescente na sociedade, reflexo da consciência contra o consumismo e seus efeitos nocivos para o futuro, é a adoção de uma atitude minimalista de consumo (...). Trata-se de racionalizar as escolhas de modo a evitar radicalmente os excessos e as compras desnecessárias, adotando o consumo de bens e serviços estritamente essenciais ou que não podem ser

²⁷⁷ FOSTER, Richard J. **A celebração da simplicidade**. Trad. Wanda de Assumpção. Campinas: United Press, 1999, p. 153.

²⁷⁸ JAY, Francine. **Menos é mais: um guia minimalista para organizar e simplificar sua vida**. Trad. Guilherme Miranda. Rio de Janeiro: Fontanar, 2016, p. 47-49.

²⁷⁹ FOSTER, 1999, p. 15.

²⁸⁰ RAINER, Thom S; RAINER, Art. **Vida simples: tempo, relacionamentos, dinheiro e Deus**. Trad. José Fernando Cristófal. Brasília: Palavra, 2014, p. 19.

²⁸¹ CERBASI, 2019, p. 106.

substituídos por outra forma de atender as necessidades pessoais ou familiares.²⁸²

Conforme Modelli, a palavra minimalismo começou a ser usada no século XX, por movimentos artísticos que tinham como princípio utilizar poucos elementos visuais. Este movimento, aos poucos, foi migrando para o campo social.²⁸³ Desde então, segundo Botelho, o minimalismo vem sendo aplicado em diferentes áreas além das artes, como arquitetura, decoração, moda, publicidade, finanças e ecologia. Na área do consumo o minimalismo traz mais sustentabilidade, pois menos recursos são usados, gasta-se menos e se consome menos.²⁸⁴

Entretanto, é importante destacar que o minimalismo não é uma forma de ascetismo.²⁸⁵ De acordo com Foster, negar o bem do mundo material é ser um asceta, enquanto negar a limitação do mundo material é ser um materialista. O minimalismo entende que o mundo material de fato é bom, mas é limitado.²⁸⁶ Cerbasi salienta que é comum associar a vida minimalista a uma vida asceta. Contudo, este modo simplista e despojado de viver foi o protótipo, a semente do estilo de vida minimalista, que evoluiu e se adequou as oportunidades e necessidades da vida moderna. O ascetismo evita o consumo. Já o minimalismo envolve concentrar o consumo naquilo que realmente é importante, deixando de gastar com o que não tem utilidade duradoura.²⁸⁷

Conforme Escobar, pessoas que pensam que o minimalismo tem a ver com erradicar totalmente os bens de sua vida, como pregam os ascetas, têm grandes chances de fracassar em sua busca por uma vida mais simples. Poucas pessoas conseguem sobreviver sem nenhum conforto doméstico. A vida minimalista não precisa ser executada sem as coisas básicas, como uma casa ou um carro.²⁸⁸

Outro erro facilmente cometido é associar a vida minimalista com uma vida mais pobre. Conforme Cerbasi, a interpretação correta é que o minimalismo traz um estilo de vida mais funcional e utilitarista de consumo: “Gasta-se menos com o que não terá utilidade para concentrar os gastos naquilo que terá mais utilidade – ou trará mais alegrias.”²⁸⁹

²⁸² CERBASI, 2019, p. 94.

²⁸³ MODELLI, Laís. **O prazer do desapego**: minimalistas defendem que ter menos coisas cria mais liberdade. São Paulo: BBC Brasil, 9 set. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-41077549>. Acesso em: 18 jun. 2021.

²⁸⁴ BOTELHO, 2017, p. 10-11.

²⁸⁵ **ASCETISMO** – A prática da negação de desejos físicos ou psicológicos a fim de alcançar um ideal ou objetivo espiritual. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/asceticism>. Acesso em: 17 jun. 2021.

²⁸⁶ FOSTER, 1999, p. 22.

²⁸⁷ CERBASI, 2019, p. 94-95.

²⁸⁸ ESCOBAR, Lucio José Borba. **Minimalismo**: descobrindo a felicidade além das coisas. Ebook. Feira de Santana: Vida Plena, 2021, p. 34.

²⁸⁹ CERBASI, 2019, p. 96.

Um terceiro erro, de acordo com Foster, é confundir simplicidade com simplismo.²⁹⁰ Segundo Rainer e Geiger, há uma grande diferença entre simplicidade e simplismo. Simples é básico, descomplicado e fundamental. Já simplismo é algo fácil, que não requer esforço.²⁹¹ Foster enfatiza que este é um paradoxo, em que a simplicidade, na prática, é complexa.²⁹² A propósito, a simplicidade é uma realidade interior que pode ser vista em um estilo de vida exterior. A simplicidade exterior não vive sem a simplicidade interior, e vice versa. Por isso, ela é um pouco mais complexa do que aparenta ser.²⁹³

Um quarto erro é entender que o minimalismo pretende ser um sistema a parte do capitalismo. Segundo Modelli, os minimalistas não pretendem construir uma sociedade alternativa, mas combater o consumismo dentro do próprio sistema.²⁹⁴ De acordo com Cerbasi: “A cultura minimalista é uma reação aos desperdícios e a irracionalidade do consumismo das últimas décadas.”²⁹⁵

Segundo Nicodemus, o minimalismo não traz uma vida perfeita, nem uma vida mais fácil, mas uma vida mais simples.²⁹⁶ “Como sua vida pode ser melhor com menos?” Esta pergunta, segundo Millburn, é a essência do minimalismo, já que o seu propósito é simplificar a vida, a fim de ter mais tempo para outras coisas, como saúde, relacionamento, criatividade e finanças, por exemplo.²⁹⁷ Segundo Escobar, em sua essência, o minimalismo é viver com menos. Embora acarrete viver com menos posses literalmente, não se resume somente a isso. Envolve todo um estilo de vida.²⁹⁸ De acordo com Cristian, é ter menos para fazer e viver mais e melhor:²⁹⁹

menos ações e mais resultados; menos objetos e mais conforto; menos objetivos e mais eficiência; menos investimento e mais retorno; menos movimento e mais resultados, em resumo, menos quantidade e mais qualidade em absolutamente todas as coisas e áreas da nossa vida.³⁰⁰

Para tal, é necessário minimizar consideravelmente a quantidade de posses e bens possuídos, mantendo apenas aquelas que são realmente necessários para a edificação de uma

²⁹⁰ FOSTER, 1999, p. 17.

²⁹¹ RAINER, Thom S; GEIGER, Eric. **Igreja simples**: retornando ao processo de Deus para fazer discípulos. Trad. Hilton Figueiredo. Brasília: Palavra, 2011, p. 24.

²⁹² FOSTER, 1999, p. 18.

²⁹³ FOSTER, 1999, p. 21.

²⁹⁴ MODELLI, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-41077549>. Acesso em: 18 jun. 2021.

²⁹⁵ CERBASI, 2019, p. 101.

²⁹⁶ NICODEMUS. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

²⁹⁷ MILLBURN, Joshua Fields. *In*. MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

²⁹⁸ ESCOBAR, 2021, p. 6.

²⁹⁹ CHRISTIAN, Luck C. **Minimalismo cristão**: Provérbios 15.16. Ebook Kindle, 2021, p. 15.

³⁰⁰ CHRISTIAN, 2021, p. 9.

vida simples, rica, abundante, eficiente e sustentável em todos os aspectos.³⁰¹ De acordo com Escobar, o princípio da vida minimalista é remover qualquer coisa que pode ser considerada desordem da vida cotidiana de uma pessoa.³⁰²

Nicodemus salienta que minimalismo é sobre viver com propósito. Tudo o que se tem ou se faz deve responder à pergunta: “Isso está me adicionando valor?”³⁰³ De acordo com Millburn: “minimalismo é o que nos faz superar as coisas para abrirmos espaço para as coisas mais importantes da vida, que, na verdade, nem são coisas.” Em outras palavras, as coisas mais importantes da vida não são as coisas materiais, mas as imateriais.³⁰⁴ Por isso, Nicodemus afirma que o minimalismo leva a uma vida intencional. Uma vida com mais: mais tempo, mais relacionamentos, mais crescimento, mais contribuição e mais contentamento.³⁰⁵ De acordo com Escobar, uma vida intencional é uma vida que intencionalmente cria mais tempo e espaço para todas as coisas que ama, ao passo que elimina tudo o que pode distrair de uma vida aproveitada ao máximo.³⁰⁶

Segundo Foster, a adoção de um estilo de vida simples coloca os bens materiais em seu lugar devido, isto é, como forma de embelezamento da vida, e não como forma de opressão. As pessoas voltam a ser mais importantes do que os bens materiais.³⁰⁷ Millburn ressalta que o certo é amar as pessoas e usar as coisas, pois o contrário nunca funciona.³⁰⁸

Conforme Escobar, uma vida minimalista traz uma série de benefícios para quem adota este modo de vida, pois livra a pessoa de preocupações, culpa, medo e até mesmo da depressão que é decorrente de uma vida conturbada.³⁰⁹ Cerbasi afirma: “Simplifique sua vida. Ou melhor, viva!”³¹⁰ De acordo com Escobar, a vida minimalista implica na prática de algumas ações cotidianas.³¹¹

³⁰¹ CHRISTIAN, 2021, p. 16.

³⁰² ESCOBAR, 2021, p. 7.

³⁰³ NICODEMUS. *In* MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

³⁰⁴ MILLBURN, Joshua Fields. *In* MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

³⁰⁵ NICODEMUS, Ryan. *In* MILLBURN; NICODEMUS, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

³⁰⁶ ESCOBAR, 2021, p. 8.

³⁰⁷ FOSTER, 1999, p. 15.

³⁰⁸ MILLBURN. *In* MILLBURN; NICODEMUS, 2016. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

³⁰⁹ ESCOBAR, 2021, p. 8-9.

³¹⁰ CERBASI, 2019, p. 159.

³¹¹ ESCOBAR, 2021, p. 13.

3.1.2 A vida minimalista no cotidiano

Conforme Escobar, não existem regras rígidas e rápidas de como começar a viver minimamente, pois não é algo que de um dia para o outro se torna uma realidade. É um processo, que em muitos casos, pode ser demorado. Por isso, é bom definir uma estratégia, estabelecer pequenas metas e formular um cronograma, contendo algumas ações práticas para uma vida mais minimalista.³¹²

Segundo Escobar, um dos aspectos mais importantes da implementação do minimalismo é organizar a vida pessoal. Eliminar a desordem física faz parte, mas não é suficiente. A mente deve ser reordenada. Na realidade, atitudes de mente e ações práticas devem andar juntas em prol de uma vida mais minimalista.³¹³

Foster oferece algumas dicas de como viver uma vida minimalista na prática. A primeira dica é resistir contra a obsolescência programada: “Quem no mundo precisa de um novo modelo de automóvel a cada ano? Mudanças significativas de segurança e eficiência ocorrem com muito menos frequência.”³¹⁴ Os minimalistas não ficam na esteira rolante do consumismo desenfreado.³¹⁵ Conforme Kraybill, reduzir o consumo é um bom começo para uma vida minimalista.³¹⁶ De acordo com Guerra, deve-se pensar duas ou três vezes antes de gastar. Deve-se considerar se é realmente uma necessidade ou somente um desejo passageiro. Outra regra de ouro é nunca gastar mais do que se pode, ou seja, não gastar aquilo que irá se receber no final do mês, mas o que se tem como saldo.³¹⁷ Contudo, conforme Cerbasi, o minimalismo leva o indivíduo a ir além de simplesmente comprar menos.³¹⁸

A segunda dica, segundo Foster, é enfatizar a qualidade de vida acima da quantidade de vida. Aumentar a qualidade de vida significa reduzir o desejo material:

Feche seus ouvidos aos anúncios que berram seus horríveis palavrões: “mais, mais, mais!”. Em vez disto, dê ouvidos às palavras vitalizadoras de São João da Cruz: “Que sua alma se volte sempre não para desejar o mais, mas o menos.” Deve-se recusar a definição da vida em termos de *ter* em vez de *ser*. Coisas como música, arte, livros e viagens são: “muito mais valiosas do que todo o entretenimento plástico que o mundo comercial tenta nos vender.”³¹⁹

³¹² ESCOBAR, 2021, p. 22-24.

³¹³ ESCOBAR, 2021, p. 28.

³¹⁴ FOSTER, 1999, p. 145.

³¹⁵ FOSTER, 1999, p. 147.

³¹⁶ KRAYBILL, 2017, p. 191.

³¹⁷ GUERRA, 2017, p. 145-146.

³¹⁸ CERBASI, 2019, p. 104.

³¹⁹ FOSTER, 1999, p. 147.

De acordo com Jay, as ambições, sonhos e memórias de uma pessoa não estão guardados em objetos, mas dentro de si mesmo: “não somos aquilo que temos; somos o que fazemos, o que pensamos e as pessoas que amamos.”³²⁰

A terceira dica, conforme Foster, é não colocar a felicidade como o principal alvo da vida. Ela é o produto da vida, nunca o fim principal dela: “A felicidade não é um direito a ser agarrado, mas uma ventura fortuita a ser desfrutada.”³²¹ Segundo Escobar, quando as pessoas aprendem a valorizar o que já tem, elas se tornam mais gratas, descobrindo que não precisam de uma casa cheia de coisas para ter uma vida abundante. E assim, passam a não correr atrás da felicidade, mas a vivenciá-la.³²²

A quarta dica, de acordo com Foster, é praticar uma recreação saudável e longe de aparelhos. Não é necessária uma roupa cara para correr em volta do quarteirão. Tanto corridas, como natação e caminhadas estão entre as melhores formas de se exercitar e necessitam de poucos equipamentos. Nenhum bem material pode comprar o contato com a natureza.³²³ Jay salienta que deve-se aprender a usufruir das coisas, sem possuí-las. É uma experiência muito mais revigorante ir a um parque ou uma academia do que tentar recriar uma academia em casa. Quando se passa a frequentar lugares públicos, cria-se a oportunidade de aproveitar o mundo, socializar e ter uma vida mais leve.³²⁴

A quinta dica diz respeito à alimentação. Uma pessoa minimalista busca comer de forma saudável, evitando produtos industrializados, cheios de agrotóxicos. Desta forma, segundo Foster, os danos ambientais do consumismo podem ser diminuídos. Inclusive plantar uma horta e consumir os seus próprios alimentos é uma das maiores alegrias da vida. Deve-se aprender a comer fora menos também. Quando ir a restaurantes, fazer disto algo especial. Além disso, sempre que possível comprar de produtores locais.³²⁵ Conforme Jay, comprar de produtores locais traz vantagens éticas, ambientais e econômicas. Éticas, pois a chance de que este produto fora fabricado sob condições de trabalho justas e humanas é expressivamente maior. Ambientais, pois ao eliminar o transporte de longa distância, é poupada muita energia. E econômicas, pois auxilia o comércio local, cria empregos e investe na sociedade.³²⁶

A sexta dica, segundo Foster, é diferenciar viagens significativas com viagens desnecessárias. Se viajar, uma pessoa minimalista viajará com propósito. Um exemplo é uma

³²⁰ JAY, 2016, p. 20.

³²¹ FOSTER, 1999, p. 147-148.

³²² ESCOBAR, 2021, p. 10.

³²³ FOSTER, 1999, p. 148.

³²⁴ JAY, 2016, p. 45-46.

³²⁵ FOSTER, 1999, p. 148-149.

³²⁶ JAY, 2016, p. 53.

viagem voluntária a um lugar carente, onde se pode trazer alívio a algumas necessidades humanas, e não somente consumir. Visando o outro, e não somente o seu próprio prazer. Ou, então, deve-se buscar viajar para lugares em que haja uma experiência única, transformadora, em que não somente se tirará fotos, mas que se vivenciará cada segundo.³²⁷ Da mesma forma, conforme Jay, bens de consumo não substituem a experiência. O que proporcionará boas férias não é a quantidade de equipamentos de camping, brinquedos de piscina ou artigos esportivos, mas sim a presença da família. O mesmo vale para o natal e outras datas especiais.³²⁸

A sétima dica, de acordo com Foster, é comprar as coisas por sua utilidade e nunca por status. Ao construir uma casa, deve-se pensar na sua praticidade e não no quanto ela impressionará os vizinhos. O mesmo serve ao comprar móveis, entre tantos outros objetos. Outra área significativa é a de vestimenta. Os minimalistas compram somente as roupas que precisam. Usam as suas roupas até que estejam gastas. Não tentam impressionar as pessoas pelo que vestem, pela sua aparência, mas pela sua vida, por quem eles são. Roupas devem ser compradas pela sua praticidade e não pelo quanto elas estão na moda.³²⁹ Segundo Cerbasi, o conceito do guarda-roupa cápsula auxilia nesta tomada de decisão. A ideia é ter determinado número de roupas que, combinadas, são suficientes para se vestir em quaisquer ocasiões.³³⁰ De acordo com Escobar, a abordagem *um por um* auxilia neste sentido. Em vez de comprar vários pares de calçado por exemplo, substitui-se um por outro.³³¹

Mas Foster alerta que ser minimalista não significa possuir somente coisas baratas, mas sim, duradouras, úteis e belas.³³² Conforme Escobar, produtos baratos geralmente são mais descartáveis. Por isso, é melhor comprar itens mais elaborados, mesmo que estes custem mais, pois resistirão ao tempo e não precisarão ser trocados constantemente. Deve ser priorizada a qualidade e não a quantidade.³³³ De acordo com Cerbasi, o barato sempre sai caro. É muito melhor pagar mais por um tênis de qualidade, por exemplo, que será usado por um longo tempo e não trará problemas. Adquirir produtos duráveis e de alta qualidade, apesar de custar caro, é uma forma de proteção orçamentária a longo prazo.³³⁴

Estas foram apenas dicas. Todavia, para uma vida minimalista é necessário não somente adquirir novos hábitos, mas também se livrar de antigos. O mesmo vale para os bens

³²⁷ FOSTER, 1999, p. 149-150.

³²⁸ JAY, 2016, p. 19.

³²⁹ FOSTER, 1999, p. 150.

³³⁰ CERBASI, 2019, p. 96.

³³¹ ESCOBAR, 2021, p. 37.

³³² FOSTER, 1999, p. 151.

³³³ ESCOBAR, 2021, p. 37.

³³⁴ CERBASI, 2019, p. 97-98.

peçoais. Segundo Jay, é necessário livrar-se de muitos objetos que estão tornando a vida mais pesada. Não somente guardá-los em caixas ou escondê-los em armários, mas desapegar de verdade.³³⁵ Segundo Jay, deve-se abrir mão de tudo que não for útil ou bonito.³³⁶ Essa tarefa não é tão difícil de ser feita, pois as pessoas usam somente 20% das suas posses durante 80% do tempo.³³⁷

Conforme Escobar, todas as pessoas podem viver uma vida minimalista. Só precisam encontrar a forma mais adequada com o seu estilo de vida. Até porque uma família não consegue ter o mesmo desempenho minimalista que uma pessoa solteira. Mas não há ninguém que não possa se beneficiar de uma vida minimalista, sejam eles velhos ou jovens, casados ou solteiros. É somente adaptar o minimalismo às necessidades de cada um.³³⁸

Conforme Escobar, implementar as mudanças necessárias para uma vida minimalista não é fácil. A mentalidade minimalista é totalmente inversa a mentalidade vigente no século XXI. Abrir mão de algumas coisas ou adotar uma nova mentalidade pode ser uma tarefa árdua. Isto porque o minimalismo é um estilo de vida contínuo, que deve ser adotado em todos os níveis da vida de uma pessoa.³³⁹

Todavia, conforme Botelho, apesar de o minimalismo ser um estilo de vida que facilita e simplifica a vida, ele sozinho não pode ir muito além. É somente através da conduta cristã que o minimalismo pode entrar em “águas mais profundas”.³⁴⁰ De acordo com Foster, a simplicidade do minimalismo não pode funcionar longe da devoção cristã, uma vez que ela é uma disciplina espiritual. Se for isolada esta disciplina pode escravizar tanto quanto o consumismo. Se antes, as pessoas eram tiranizadas pelo desejo de consumir, com a adoção do minimalismo, sem a vida cristã, as pessoas podem passar a ser tiranizadas pelo desejo de serem simples. Consequentemente, não se deve fazer mais da vida simples do que ela realmente é: uma parte do todo da vida cristã. Observando o minimalismo dentro do aspecto cristão, adquire-se o equilíbrio.³⁴¹

Portanto, Botelho argumenta: “Aquilo que o minimalismo tem proposto recentemente, a igreja cristã tem ensinado a séculos por meio do convite de Jesus a simplicidade e a virtude

³³⁵ JAY, 2016, p. 27.

³³⁶ JAY, 2016, p. 35.

³³⁷ JAY, 2016, p. 68.

³³⁸ ESCOBAR, 2021, p. 35-36.

³³⁹ ESCOBAR, 2021, p. 38-40.

³⁴⁰ BOTELHO, 2017, p. 12-13.

³⁴¹ FOSTER, 1999, p. 24-26.

do contentamento”.³⁴² De acordo com Cerbasi, o minimalismo não busca inovar, mas resgatar a hábitos antigos.³⁴³ Christian reitera:

Muito antes do movimento e da filosofia minimalista moderna surgir como uma válida e útil ferramenta de resposta ao caos consumista que se instalou, dominou e violentou a sociedade, os cristãos genuínos, tanto aqueles com menos recursos, quanto os extremamente abastados, já adotavam práticas para minimizar todos os excessos sociais em suas vidas, pois sempre entenderam que possuindo menos coisas, conseguiriam ser, fazer e servir muito mais, tanto para Deus, como para eles mesmos, quanto para todos ao seu redor, de modo a experimentarem a vida com muito mais propósito e qualidade, assim como, com muito menos desperdícios e perturbações.³⁴⁴

Escobar afirma que o minimalismo é bíblico e que há como viver um minimalismo cristão. Para ele: “o minimalismo bíblico permite que você viva intencionalmente, rejeite o materialismo, alimente o contentamento e esteja atento a voz e a presença de Deus em sua vida.”³⁴⁵ Conforme Foster, a simplicidade do minimalismo está profundamente enraizada na tradição bíblica e, em especial, na vida de Jesus Cristo.³⁴⁶

3.2 As raízes bíblicas do minimalismo

Conforme Christian, as Escrituras Sagradas ensinam que a simplicidade é o melhor caminho para uma vida leve, completa e realizada. Por muitos séculos, o verdadeiro cristianismo tem pregado um estilo de vida menos exagerado, menos confuso, mais sustentável e mais eficiente, no qual as pessoas não são escravizadas pelo acúmulo de suas posses materiais, nem pelo desejo de adquiri-las. Um estilo de vida moderado, mais intencional, mais consciente, mais simples, que dedica mais tempo ao que realmente importa na vida.³⁴⁷ Em virtude disso, salienta-se que os fundamentos bíblicos do minimalismo podem ser constatados tanto no Antigo quanto no Novo Testamento, principalmente em Jesus, tendo seus princípios de simplicidade a repercutir na vivência da Igreja cristã.

3.2.1 O minimalismo no Antigo Testamento

De acordo com Foster, o estilo de vida simples do minimalismo está profundamente enraizado na revelação do Antigo Testamento. O registro veterotestamentário fornece diversas pistas para responder aos anseios da sociedade atual por uma vida mais simples, especialmente

³⁴² BOTELHO, 2017, p. 18.

³⁴³ CERBASI, 2019, p. 104.

³⁴⁴ CHRISTIAN, 2021, p. 16.

³⁴⁵ ESCOBAR, 2021, p. 46.

³⁴⁶ FOSTER, 1999, p. 16.

³⁴⁷ CHRISTIAN, 2021, p. 8.

no que tange ao relacionamento com os bens materiais.³⁴⁸ O ponto de partida para compreender a simplicidade no Antigo Testamento é no relato da criação do mundo. Toda a criação dependeu de Deus para existir. O ser humano, desde o princípio, nunca teve capacidade para se autossustentar, pois tudo o que possui é derivado. Tudo o que o ser humano possui ou pode vir a possuir vem única e exclusivamente de Deus. Até mesmo o senso de valor do ser humano vem do Senhor. O valor de uma pessoa não está atrelado à sua riqueza, posição social ou realizações, mas vem do fato de que o ser humano foi criado a imagem e semelhança de Deus. Uma pessoa não é o que ela possui. Uma pessoa é o ponto mais alto da criação de Deus.³⁴⁹ Neste sentido, a queda não foi nada mais do que um repúdio à dependência divina. A simplicidade do minimalismo é um retorno à dependência divina.³⁵⁰

Mais adiante no relato bíblico a vida simples é tratada nos 10 mandamentos. De acordo com Foster, o decálogo diz não à idolatria material. A abundância não deve ser adorada pelo ser humano. A adoração idólatra às coisas é cobiça. Claro que não é errado ter coisas, o desejo indisciplinado que é condenado. As riquezas nunca devem estar acima de Deus. Somente o Senhor pode ser adorado.³⁵¹

Foster aponta para o fato de que Deus sempre cuidou dos seus. Desde Abraão, o Senhor abençoou seu povo materialmente (Gn 13.2; Gn 26.12-14; Gn 32.13-21). Tanto o decálogo (Dt 7.13; Dt 16.15) como os profetas (Is 1.19; Am 9.13-15; Ml 3.10) anunciavam que Deus iria dar bênçãos materiais ao seu povo, condicionada tão somente à obediência a Ele. Contudo, a conexão entre a obediência e a bênção não é motivada pela noção de ser recompensando por fazer o certo. A realidade mais profunda na obediência é o tipo de espírito que ela gera no ser humano: um espírito que não é ganancioso ou cobiçoso, mas um espírito de simplicidade.³⁵² Entretanto, as bênçãos materiais no Antigo Testamento dificilmente eram algo individual, mas coletivo. A bênção era sobre a nação de Israel: “A ideia de que alguém pudesse cortar um pedaço da torta consumista e sair para saboreá-la em isolamento era impensável.”³⁵³

Conforme Kraybill, a prática do Jubileu tinha como objetivo impedir a promoção da ganância, fazendo com que o povo vivesse em simplicidade.³⁵⁴ Segundo Foster, se o Jubileu fosse executado fielmente, teria eliminado completamente o problema de os ricos ficarem mais

³⁴⁸ FOSTER, 1999, p. 29-30.

³⁴⁹ FOSTER, 1999, p. 30-31.

³⁵⁰ FOSTER, 1999, p. 31.

³⁵¹ FOSTER, 1999, p. 32.

³⁵² FOSTER, 1999, p. 32-34.

³⁵³ FOSTER, 1999, p. 35.

³⁵⁴ KRAYBILL, 2017, p. 124.

ricos e os pobres mais pobres.³⁵⁵ De acordo com Kraybill, o Jubileu, ou o quinquagésimo ano, celebrava o fim do sétimo período de sete anos sabáticos. A cada ano sabático eram esperadas três reorganizações: a terra descansava por um ano (Êx 23.10-11; Lv 25.2-7); os escravos eram libertos (Êx 21.1-6; Dt 15.12-18) e as dívidas eram apagadas (Dt 15.1-6). No ano do Jubileu, uma outra grande mudança ocorria: a posse dos terrenos voltava aos proprietários originais (Lv 25.10). Na realidade, os hebreus realmente não compravam as terras, mas compravam o seu uso.³⁵⁶ Isso porque tanto os recursos naturais como os recursos humanos e financeiros são de Deus, emprestados ao ser humano por um curto prazo de tempo.³⁵⁷ Conforme Foster, isso significa que o domínio humano sobre a terra deve ser compassivo, em que não se almeja saquear agressivamente a terra para saciar a fome consumista do ser humano, mas cuidar da mesma com simplicidade.³⁵⁸

Se o Jubileu era cuidadosamente observado, não se tem certeza. Kraybill cita que há referências históricas extrabíblicas que sugerem que a prática de deixar a terra ociosa continuou até a destruição do templo em 70 d.C. Mas não é certo quantas vezes os escravos, as dívidas e as terras foram realmente devolvidas. Algumas evidências sugerem que estas práticas eram observadas parcialmente (Jr 34.16,17).³⁵⁹ Mas Blomberg aponta para o fato que, independentemente de se fosse observada ou não, esta era a vontade de Deus no Antigo Testamento.³⁶⁰

Os livros sapienciais também se destacam por abordar questões da vida simples. Conforme Blomberg, uma passagem sobre as posses materiais se sobressai no livro de Provérbios:³⁶¹

Duas coisas te peço, ó Deus; não recuse o meu pedido, antes que eu morra: afasta de mim a falsidade e a mentira; não me dês nem a pobreza nem a riqueza; dá-me o pão que me for necessário para não acontecer que, estando eu farto, te negue e diga: “Quem é o Senhor?” Ou que, empobrecido, venha a furtar e profane o nome de Deus (Pv. 30.8-9) (NAA).³⁶²

³⁵⁵ FOSTER, 1999, p. 35.

³⁵⁶ KRAYBILL, 2017, p. 122-124.

³⁵⁷ KRAYBILL, 2017, p. 127.

³⁵⁸ FOSTER, 1999, p. 44.

³⁵⁹ KRAYBILL, 2017, p. 124-125.

³⁶⁰ BLOMBERG, Craig L. **Nem pobreza nem riqueza:** as posses segundo a teologia bíblica. Trad. Aline Marques Kaehler. Curitiba: Esperança, 2009, p. 45.

³⁶¹ BLOMBERG, 2009, p. 68.

³⁶² SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL. **Bíblia Sagrada.** Trad. João Ferreira de Almeida. Barueri: SBB, 2018, p. 504.

Segundo Escobar, existem muitos versículos bíblicos que tratam sobre uma vida minimalista.³⁶³ Entretanto, como aponta Rainer e Geiger, o maior exemplo de minimalismo não se encontra no Antigo Testamento, o maior revolucionário do simples foi Jesus.³⁶⁴

3.2.2 O minimalismo em Jesus Cristo

Conforme Foster, Jesus viveu uma simplicidade de vida espantosa.³⁶⁵ Os estudos de Botelho propõem a ideia de que o minimalismo tem tudo a ver com a vida de Jesus. Este é o maior exemplo de simplicidade e humildade de todos os tempos. Ele viveu a ideia de que menos é mais da maneira mais profunda e perfeita. Nem Dalai Lama ou Gandhi abriram mão de tudo o que Jesus teve de abrir. Cristo, e somente Ele, renunciou a glória divina, “se tornou menos, para que pudéssemos ser mais” (2Co 8.9).³⁶⁶ Desta forma, o Senhor demonstrou o que realmente significa desapego:

O desapego não é o simples alívio de cargas, como se faz com um navio quando se está lutando contra uma tempestade. O verdadeiro desapego é muito mais do que livrar-se de nossos excessos e acúmulos. O desapego que vemos em Cristo é missional. Tem sua fonte no amor e no comprometimento. Esse desapego entende que é necessário abrir mão de nossos direitos quando se quer compartilhar a vida com aqueles que carecem dela.³⁶⁷

Conforme Rainer, a vida de Cristo era claramente simples.³⁶⁸ Na concepção de Kraybill, Jesus e seus discípulos viviam com o mínimo para sobreviver. Eles tinham posses escassas, pois eram itinerantes. Seu sustento vinha quase que exclusivamente da oferta dada pelas mulheres ao longo do caminho (Lc 8.3).³⁶⁹ De acordo com Botelho, Jesus viveu uma vida pobre de acordo com os padrões humanos (Lc 9.58). Aliás, desde o seu nascimento, a humildade de Cristo se fazia presente e, assim, foi até a cruz. Contudo, a simplicidade de Jesus não era apenas um hábito externo, mas demonstrava Sua natureza humilde. Logo, Cristo viveu um reinado de ponta-cabeça, sem nenhuma demonstração de status ou sucesso, questionando os valores, padrões de poder e a autoridade das pessoas, desconstruindo assim os paradigmas naturais da sociedade (1Co 1.28). Suas virtudes são revolucionárias em um mundo imerso no consumismo, no sucesso material e no status individual.³⁷⁰

³⁶³ ESCOBAR, 2021, p. 52.

³⁶⁴ RAINER, GEIGER, 2011, p. 24.

³⁶⁵ FOSTER, 1999, p. 220.

³⁶⁶ BOTELHO, 2017, p. 55.

³⁶⁷ BOTELHO, 2017, p. 58.

³⁶⁸ RAINER; RAINER, 2014, p. 20.

³⁶⁹ KRAYBILL, 2017, p. 112.

³⁷⁰ BOTELHO, 2017, p. 56-57.

Conforme Kraybill, Jesus trouxe em seus ensinamentos uma nova mensagem econômica, evidenciando o governo divino na vida dos homens, pregando a vida simples.³⁷¹ Conforme Reinke, Jesus advertiu aos seus discípulos já no primeiro século a se guardarem do desejo consumidor da riqueza.³⁷² Segundo Kraybill, Jesus sabia que as riquezas trariam consigo preocupações. Em Mateus e em Lucas, Cristo exorta quatro vezes a seus discípulos a não se preocuparem com os alimentos e com as roupas (Lc 12.22-34; Mt 6.19-21; 25-33).³⁷³ Entretanto, segundo Foster, o maior ensinamento de Cristo sobre a simplicidade minimalista encontra-se em Mateus 6.19-34.³⁷⁴ De acordo com Lopes, neste trecho, Cristo orienta os seus discípulos a como relacionar-se com os bens materiais.³⁷⁵ O Senhor queria ensinar que a vida não pode ser determinada pela busca de riquezas nem pelo apego aos bens materiais. Seus discípulos deveriam viver livres da ansiedade quanto ao futuro.³⁷⁶

Conforme Foster, Cristo elenca três razões para não acumular tesouros na terra. Em primeiro lugar, porque este mundo é um lugar muito incerto (Mt 6.19-20).³⁷⁷ Segundo Lopes, Cristo não está condenando a riqueza nem a previdência, tampouco o usufruto. O que Cristo condena é o acúmulo ganancioso dos bens para si.³⁷⁸ Segundo Piper, Jesus não é contra o investimento. Ele é contra ao mau investimento de colocar o coração no conforto e na segurança que o dinheiro pode comprar neste mundo.³⁷⁹

Em segundo lugar, conforme Foster, porque com os tesouros terrenos a vida se enche de preocupações (Mt 6.21-24).³⁸⁰ De acordo com Herrlinger e Mündlein, os bens materiais podem estar no centro das preocupações tanto daqueles que tem pouco como daqueles que “nadam em dinheiro.” Um exemplo é a questão dos impostos. Quanto mais se possui, mais deve-se preocupar com a declaração de impostos.³⁸¹

Em terceiro lugar, Foster afirma que o ser humano não deve acumular coisas aqui nesta terra, porque esta provisão já foi feita por Deus (Mt 6.25-33).³⁸² Conforme Lopes, Deus sabe o que os seus necessitam.³⁸³ Ele promete que se os seus discípulos buscarem o reino de Deus em

³⁷¹ KRAYBILL, 2017, p. 186.

³⁷² REINKE, 2020, p. 80.

³⁷³ KRAYBILL, 2017, p. 144.

³⁷⁴ FOSTER, 1999, p. 50-51.

³⁷⁵ LOPES, 2021, p. 15.

³⁷⁶ LOPES, 2021, p. 21.

³⁷⁷ FOSTER, 1999, p. 51.

³⁷⁸ LOPES, Hernandes Dias. **Mateus: Jesus, o rei dos reis**. São Paulo: Hagnos, 2019, p. 224.

³⁷⁹ PIPER, 2008, p. 161.

³⁸⁰ FOSTER, 1999, p. 52.

³⁸¹ HERRLINGER, Christiane; MÜNDLEIN, Eva. **Histórias de dinheiro na Bíblia**. Trad. Silvia Reinhold Timm. Barueri: SBB, 2008, p. 72.

³⁸² FOSTER, 1999, p. 52.

³⁸³ LOPES, 2021, p. 10.

primeiro lugar, todas as demais coisas – comida, bebida e vestuário – serão acrescentadas por Deus.³⁸⁴

Segundo Kraybill, as coisas que Deus vai suprir não são os bens de luxo. Deus supre as necessidades básicas do ser humano.³⁸⁵ Entretanto, são as nações pagãs que ficam ansiosas por coisas materiais. Jesus convida seus seguidores a mudar de prioridades e se concentrar no Reino.³⁸⁶

Quando o reino é nosso tesouro, mudamos de acumular para compartilhar. Quando elevamos as prioridades do reino, compartilhamos liberalmente nossa riqueza; e no processo não só restauramos e liberamos os pobres, mas também a nós mesmos! Nós nos libertamos da ansiedade e da escravidão da preocupação, dos grilhões do consumo sem fim.³⁸⁷

Conforme Kraybill, o padrão de Jesus é totalmente inverso a qualquer padrão social. O mundo ensina que o sucesso financeiro e material é o objetivo final de todo o ser humano. A vida se torna abundante à medida que as posses sejam abundantes. Mas para Jesus, são outros valores que realmente importam:

Aqui, as carteiras de investimento não medem o valor de uma pessoa. O crescimento financeiro não é igual ao status mais elevado no reino. Na nova ordem de Deus, a cobiça e a busca de lucros e privilégios excessivos são erradas. A mentalidade que constrói celeiros maiores para fins egoístas é claramente denominada: é ganância, nem mais nem menos.³⁸⁸

Entretanto, conforme Kraybill, Jesus não condena a propriedade privada. Ele não pregava uma espécie de comunismo cristão. O que Jesus condenava era a ganância.³⁸⁹

Ao repreender os gananciosos, Jesus questionou as normas econômicas de sua época, que permitiam que os ricos oprimissem os pobres. Ele não disse que as coisas materiais são inerentemente más. Porém Ele advertiu sobre o perigo. Dinheiro e bens materiais podem rapidamente se tornar ídolos, que podem nos controlar e tirar o governo de Deus do trono de nossas vidas.³⁹⁰

Em outras palavras, Jesus não ataca o dinheiro e os bens materiais, mas a escravidão obsessiva a eles. A pessoa ou se entrega totalmente ao Reino ou se dedica inteiramente as paixões materiais. Não se pode servir a Deus livremente sem sair da prisão das riquezas terrenas (Lc 16.13).³⁹¹ Em suma, Lopes afirma que o ensino de Cristo acerca dos bens materiais é que o pecado não está em enriquecer e possuir propriedades, mas em viver em prol dos bens materiais,

³⁸⁴ LOPES, 2021, p. 21.

³⁸⁵ KRAYBILL, 2017, p. 177.

³⁸⁶ KRAYBILL, 2017, p. 145-146.

³⁸⁷ KRAYBILL, 2017, p. 146.

³⁸⁸ KRAYBILL, 2017, p. 156-157.

³⁸⁹ KRAYBILL, 2017, p. 143.

³⁹⁰ KRAYBILL, 2017, p. 143.

³⁹¹ KRAYBILL, 2017, p. 153.

esquecendo-se de Deus e das outras pessoas. O pecado está em ser avarento, em ser acumulador, em ser ganancioso, em amar ao dinheiro.³⁹² Segundo Kraybill, Jesus adverte que: “a riqueza pode se torar em um deus poderoso, capturando nossa imaginação, exigindo nossa lealdade, dobrando nossos joelhos e governando nossas vidas.”³⁹³

Conforme Botelho, Cristo sabia que a sociedade não se tornaria mais humilde com o passar do tempo, muito pelo contrário, ela seria mais egoísta e gananciosa. O que Cristo priorizou eram os seus discípulos. Estes deveriam ter uma mentalidade totalmente diferente da corrente natural do mundo. Os discípulos de Cristo deveriam ser servos uns dos outros; favorecendo as necessidades dos outros antes das suas. Enfim, sendo como foi o Mestre Jesus, que deu a sua própria vida em favor dos seus irmãos.³⁹⁴ Segundo Kraybill, o sucesso econômico perdeu o seu fascínio nos ensinamentos de Jesus. Os discípulos, e depois a igreja, paravam de acumular e passavam a doar, tudo graças ao poder transformador de Deus.³⁹⁵

3.2.3 O minimalismo ao longo da história da Igreja cristã

De acordo com Foster, a igreja de Jerusalém é um testemunho eloquente da simplicidade do minimalismo cristão (At 2.42-45). Entretanto, o exemplo da igreja primitiva não é uma norma universal que deve ser aplicada aos tempos atuais. O diferencial a ser extraído da igreja primitiva é que aquelas pessoas estavam sendo dominadas pela vida do Espírito, levando a uma transformação em todos os pontos de suas vidas. O Espírito Santo mudou até mesmo a vida econômica dos cristãos daquela época, que passaram a viver uma vida de simplicidade.³⁹⁶ Conforme Kraybill: “O apego às riquezas pode competir e destituir o governo de Deus em nossas vidas. Quando Deus se torna verdadeiramente Rei de nossas vidas, Deus transforma nossos valores e práticas econômicas.”³⁹⁷

Assim foi ao longo da história da Igreja. Conforme Foster, diversas personalidades cristãs de diferentes culturas e séculos enxergavam a necessidade da vida simples. Figuras como Agostinho, Francisco de Assis, Blaise Pascal, Robert Barclay, Richard Baxter e John Wesley, por exemplo.³⁹⁸ Aliás, segundo Walker, é difícil, senão impossível, encontrar uma personalidade que deixou uma forte marca na história da Igreja e do mundo que não tivesse

³⁹² LOPES, 2021, p. 28.

³⁹³ KRAYBILL, 2017, p. 187.

³⁹⁴ BOTELHO, 2017, p. 60.

³⁹⁵ KRAYBILL, 2017, p. 114.

³⁹⁶ FOSTER, 1999, p. 60-62.

³⁹⁷ KRAYBILL, 2017, p. 169.

³⁹⁸ FOSTER, 1999, p. 69.

andado na contramão dos costumes e práticas da sociedade de sua época, desenvolvendo um estilo de vida simples.³⁹⁹

Um primeiro modelo de simplicidade cristã, segundo Foster, foi o movimento franciscano no século XIII. A alegria era a principal marca da sua simplicidade.⁴⁰⁰ Entretanto, Lane afirma que Francisco, o expoente do movimento franciscano, não tinha como ideal apenas uma vida simples, mas a total renúncia de todos os seus bens materiais, vivendo em total pobreza. Suas práticas foram, por vezes, controversas.⁴⁰¹ Segundo Walker, este é um exemplo de que nem sempre os testemunhos pessoais servem de modelo a todas as pessoas, pois representam chamados singulares.⁴⁰²

Um segundo exemplo de simplicidade mais radical, de acordo com Foster, são os quakers do século XVII.⁴⁰³ Segundo Walker, os quakers são um dos grupos mais conhecidos da história quando o assunto é um estilo de vida simples.⁴⁰⁴ Conforme McKeown, este grupo cristão manteve somente o essencial em suas vidas, praticando o que ficou conhecido como “testemunho da simplicidade.”⁴⁰⁵ De acordo com Foster, os primeiros quakers viviam a sua simplicidade até em seus trajes.⁴⁰⁶ Segundo Walker, isso significava que as suas vestimentas não possuíam qualquer tipo de adorno tido como pomposo, ostensivo, vaidoso e indecente. Eles faziam questão de não mudarem a sua maneira de vestir, para não acompanhar as mudanças da moda da época. Mas a vida simples não era exclusivamente relativa a vestimentas, mas a todo um estilo de vida.⁴⁰⁷

Um terceiro exemplo de simplicidade encontra-se na figura de John Wesley e dos primeiros metodistas. Conforme Foster, o que conferia integridade ao evangelho pregado por eles era a simplicidade de seu estilo de vida.⁴⁰⁸ Quando jovem, John Wesley recebia 30 libras por ano e calculou que vinte e oito libras anuais cobririam suas necessidades pessoais. Ele conseguiu manter esse nível de gastos durante toda a sua vida. O detalhe está no fato de que,

³⁹⁹ WALKER, Christopher. Simplicidade e o impacto da Igreja na sociedade. Americana: **Impacto**, 2011. Disponível em: <https://www.revistaimpacto.com.br/biblioteca/simplicidade-e-o-impacto-da-igreja-na-sociedade/>. Acesso em: 02 jul. 2021.

⁴⁰⁰ FOSTER, 1999, p. 76.

⁴⁰¹ LANE, Tony. **Pensamento cristão: dos primórdios à Idade Média**. Trad. Eliseu Pereira. São Paulo: Abba Press, 2000, p. 146-147.

⁴⁰² WALKER. Disponível em: <https://www.revistaimpacto.com.br/biblioteca/simplicidade-e-o-impacto-da-igreja-na-sociedade/>. Acesso em: 02 jul. 2021.

⁴⁰³ FOSTER, 1999, p. 81.

⁴⁰⁴ WALKER. Disponível em: <https://www.revistaimpacto.com.br/biblioteca/simplicidade-e-o-impacto-da-igreja-na-sociedade/>. Acesso em: 02 jul. 2021.

⁴⁰⁵ MCKEOWN, Greg. **Essencialismo**. Trad. Beatriz Medina. Rio de Janeiro: Sextante, 2015, p. 235.

⁴⁰⁶ FOSTER, 1999, p. 82.

⁴⁰⁷ WALKER. Disponível em: <https://www.revistaimpacto.com.br/biblioteca/simplicidade-e-o-impacto-da-igreja-na-sociedade/>. Acesso em: 02 jul. 2021.

⁴⁰⁸ FOSTER, 1999, p. 84.

após a venda de seus livros, John Wesley passou a receber por volta de mil e quatrocentas libras por ano. Mas ele continuou vivendo com vinte e oito libras por ano, doando todo o excedente. Assim, John Wesley é um ótimo exemplo de minimalista a serviço do reino de Deus.⁴⁰⁹

Um quarto exemplo, de acordo com Foster, é o movimento missionário moderno, que prezou pela simplicidade desde o início. São diversos os exemplos de missionários que deixaram uma herança de comprometimento com a simplicidade: William Carey, Adoniram Judson, J. Hudson Taylor, C. T. Studd, entre outros.⁴¹⁰ Hudson Taylor, por exemplo, viveu uma vida minimalista, tendo um grande propósito para tal:

Disse ele: “Logo descobri que podia viver com muito menos do que antes achava possível. Manteiga, leite e outros luxos deixei de usar, e descobri que, se vivesse principalmente de aveia e arroz, como variações ocasionais, bastava uma quantia muito pequena para as minhas necessidades.” Desta forma, ele pôde usar dois terços de sua renda para outras finalidades. Escreveu ele: “Minha experiência foi que quanto menos eu gastasse comigo mesmo e quanto mais eu desse aos outros, mais cheia de felicidade e bênçãos minha alma se tornava.”⁴¹¹

Conforme Foster, da mesma forma como foi ao longo da história, o presente século anseia por modelos autênticos de simplicidade.⁴¹² E não há maior modelo de simplicidade, maior modelo de minimalismo, do que o trazido pelas Escrituras Sagradas. Modelo que, salvo exceções, foi seguido ao longo da história cristã:

Jesus Cristo e todos os autores do Novo Testamento nos conclamam a libertar-nos da concupiscência de mamom e viver com jubilosa confiança. Sua crítica radical da riqueza é combinada com um espírito de generosidade incondicional. Eles nos apontam um modo de vida no qual tudo o que temos recebemos como uma dádiva, e tudo o que temos fica sob os cuidados de Deus, e tudo o que temos está à disposição dos outros quando isto for certo e bom. Esta realidade enquadra o cerne da simplicidade cristã.⁴¹³

Tendo isso em vista, Escobar alega que o minimalismo e a vida cristã podem muito bem andar juntos, pois são compatíveis. Deus quer que o ser humano confie Nele e não no dinheiro. Por isso, a adoção de um estilo de vida minimalista é extremamente pertinente na vida cristã.⁴¹⁴

⁴⁰⁹ FOSTER, 1999, p. 157.

⁴¹⁰ FOSTER, 1999, p. 85.

⁴¹¹ FOSTER, 1999, p. 85.

⁴¹² FOSTER, 1999, p. 27.

⁴¹³ FOSTER, 1999, p. 66.

⁴¹⁴ ESCOBAR, 2021, p. 46.

3.3 O estilo de vida minimalista e a vida cristã

Conforme Christian, o estilo de vida minimalista tem tudo a ver com o estilo de vida cristão, pois ambos têm como base a simplicidade, focando no essencial. Tanto um como outro procuram se manter afastados dos “tesouros” que o mundo chama de riqueza, mas que não passam de tralhas, perdendo o valor com o tempo.⁴¹⁵ Como forma de compreender a relação do minimalismo com a vida cristã, serão elencadas quatro áreas elementares da vida cristã: o chamado, o contentamento, a compaixão e a mordomia cristã.

3.3.1 O minimalismo e o chamado cristão

Conforme Foster, o chamado de todo cristão é para viver uma vida simples. O minimalismo, desta forma, não é somente um modismo, mas é essencial para a vida cristã. Na realidade, a simplicidade deve ser uma consequência natural do evangelho atuando na vida humana.⁴¹⁶ É parte integrante do chamado cristão de ser seguidor de Jesus: “A simplicidade é essencial da forma que rodas ou freios ou o motor são essenciais ao automóvel; sem eles não existe nenhum automóvel que funcione.” Da mesma forma, sem uma vida simples, não há discípulo que funcione.⁴¹⁷

Segundo Stott, se o cristão passa a ter uma vida nova com Jesus Cristo, o seu estilo de vida deve ser, da mesma forma, novo. Deve ser distinto do estilo de vida daqueles que não professam o cristianismo.⁴¹⁸ De acordo com Benton, os cristãos devem pensar diferente daqueles que passaram pela lavagem cerebral do consumismo, não deixando se levar pelo evangelho do consumismo que promete a felicidade através dos bens. Esta luta contrária ao desejo de possuir tudo de imediato é uma luta contra os desejos do ser humano. Não é uma luta fácil. É difícil nadar contra a maré quando toda a sociedade vive em prol dos bens materiais. Todavia, o cristão deve aprender a crucificar os seus desejos, a fim de viver em prol do Reino de Deus.⁴¹⁹ De acordo com Escobar: “o minimalismo cristão é viver uma vida que permite espaço para Deus trabalhar.”⁴²⁰

Conforme Stott, o cristão deve ter como característica pessoal a simplicidade, em especial com relação aos bens e ao dinheiro.⁴²¹ A obediência a Cristo requer um estilo de vida pessoal simples. Todo cristão deve aprender a gastar menos e doar mais. Deve abrir mão de

⁴¹⁵ CHRISTIAN, 2021, p. 15.

⁴¹⁶ FOSTER, 1999, p. 16.

⁴¹⁷ FOSTER, 1999, p. 220.

⁴¹⁸ STOTT, 2011, p. 56.

⁴¹⁹ BENTON, 2002, p. 100-102.

⁴²⁰ ESCOBAR, 2021, p. 48.

⁴²¹ STOTT, 2011, p. 53.

todo desperdício e extravagância em todas as áreas de sua vida. Deve saber diferenciar suas necessidades de seus luxos. Enfim, deve mudar seu padrão de consumo.⁴²² Por isso, Botelho adverte que não se deve buscar somente por uma nova rotina, mas uma nova visão de mundo: “Não iremos muito longe em nossa busca pelo “*menos é mais*” se nos ocuparmos somente com novos hábitos. Será necessária uma mudança mais profunda, ou seja, uma mudança de mentalidade.”⁴²³

Segundo Stott, a adoção de um estilo de vida simples não é o bastante. O cristão deve adotar, da mesma forma, um testemunho responsável. A vida deve ser a prova das suas palavras. O cristão não pode pregar a salvação de Cristo se este não evidenciar que Ele o salvou da sua cobiça. Tampouco, pode proclamar o senhorio de Jesus se não é um bom mordomo de suas posses. O estilo de vida luxuoso de muitos, inclusive de pregadores, fecha a porta do evangelho para muitas pessoas.⁴²⁴ Desta forma, o minimalismo está diretamente ligado ao chamado cristão:

o viver simples da parte dos cristãos em geral liberaria consideráveis recursos financeiros e pessoais tanto para a evangelização como para atividades desenvolvimentistas. De maneira que, através do compromisso com um estilo de vida simples, reassumimos, de todo coração, a evangelização mundial.⁴²⁵

O Pacto de Lausanne atesta para a ligação entre a vida simples e a missão cristã: “Aqueles dentre nós que vivem em meio a opulência aceitam como obrigação sua desenvolver um estilo de vida simples a fim de contribuir mais generosamente tanto para aliviar os necessitados como para a evangelização deles.”⁴²⁶ Conforme Kraybill, o cristão tem uma responsabilidade moral:

como cristãos, consumimos menos, não porque é uma solução eficaz para a fome no mundo, mas porque é algo moralmente responsável a fazer. Somos responsáveis não por soluções grandiosas para os problemas mundiais, mas pela nossa obediência pessoal ao nosso conhecimento do evangelho.⁴²⁷

Segundo Kraybill, muitas vezes as pessoas não fazem nada porque creem que o seu ato não vai mudar nada no cenário mais amplo. Contudo, mesmo que mais um carro de luxo e um celular a mais da última geração realmente não faça uma diferença significativa, quando

⁴²² STOTT, 2011, p. 64-65.

⁴²³ BOTELHO, 2017, p. 57.

⁴²⁴ STOTT, 2011, p. 68.

⁴²⁵ STOTT, 2011, p. 68-69.

⁴²⁶ MOVIMENTO DE LAUSANNE. **Pacto de Lausanne**. 1974. Disponível em: <https://lausanne.org/pt-br/recursos-multimedia-pt-br/covenant/pacto-de-lausanne>. Acesso em: 29 jun. 2021.

⁴²⁷ KRAYBILL, 2017, p. 193.

várias outras pessoas se juntam a este novo estilo de vida, ocorre uma mudança realmente grande na sociedade.⁴²⁸

De acordo com Stott, mesmo sem levar em consideração as necessidades dos outros, o cristão é chamado a viver um estilo de vida simples.⁴²⁹ Se o mesmo é rico, não pode resistir a modificação do estilo de vida econômico de suas vidas. Não é possível conciliar uma vida de extravagância com uma consciência tranquila. Uma das duas devem ser sacrificadas. Ou se preserva a consciência e se reduz a riquezas, ou se preserva as riquezas e se abafa a consciência (1Tm 6.17-19).⁴³⁰

Conforme Kraybill, não é pedido aos cristãos que saiam do mundo comercial e corporativo. Administrar dinheiro e posses não é algo errado. Contudo, o reino de Deus deve moldar a aquisição, a administração e a disposição dos bens de riqueza na vida dos cristãos.⁴³¹ Foster diz que: “Tiago instou os mercadores a subordinar as suas compras e vendas aos propósitos maiores de Deus. Ele queria que eles vissem que a vida era maior do que as transações comerciais e a riqueza acumulada” (Tg 4.14).⁴³²

De acordo com Escobar, viver um estilo de vida mais simples proporciona mais liberdade, já que bens, dinheiro, saúde e outras pessoas não estão ditando a vida de um indivíduo. Desta forma, o minimalismo ajuda a aproveitar a vida e viver intencionalmente, através da prática do contentamento.⁴³³

3.3.2 O minimalismo e o contentamento⁴³⁴ cristão

Conforme Escobar: “Se eu pudesse resumir os benefícios de ser minimalista em uma palavra, seria contentamento.”⁴³⁵ Segundo Foster, o contentamento é um dos efeitos mais profundos que um espírito de simplicidade interior produz.⁴³⁶ Stott diz que é o segredo da paz interior, o primo direto da simplicidade.⁴³⁷ De acordo com Benton, o viver com contentamento é essencial ao cristão, já que o mundo estimula de forma contínua e deliberada o descontentamento. O consumismo leva o indivíduo a querer cada vez mais, a crescer na vida e

⁴²⁸ KRAYBILL, 2017, p. 193.

⁴²⁹ STOTT, 2011, p. 64.

⁴³⁰ STOTT, Jhon W. R. **O cristão em uma sociedade não cristã: como posicionar-se bíblicamente diante dos desafios contemporâneos.** Trad. Markus Hediger. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2019, p. 372-373.

⁴³¹ KRAYBILL, 2017, p. 194.

⁴³² FOSTER, 1999, p. 65.

⁴³³ ESCOBAR, 2021, p. 47.

⁴³⁴ **CONTENTAMENTO** – Ter uma mente satisfeita em qualquer situação. O oposto da murmuração e ingratidão. In JONES, Robert. D. **Aprendendo o contentamento em todas as circunstâncias.** Trad. Wânia Gomes Pedrosa Ferrarri, Marta Sampaio e Rejane L. Martins da Quinta. São Paulo: Nutra, 2010, p. 6-7.

⁴³⁵ ESCOBAR, 2021, p. 47.

⁴³⁶ FOSTER, 1999, p. 107.

⁴³⁷ STOTT, 2019, p. 376.

adquirir bens materiais que não lhe satisfaz, ficando envolto no sistema consumista. Por isso, o cristão que vive feliz com o que possui, tendo sua vida alicerçada em Deus, surpreende e impacta ao não cristão, testemunhando a favor de Cristo.⁴³⁸ É através de Cristo que a sociedade pode ser despertada e perceber que a segurança proveniente de um estilo de vida marcado pela ganância não é sustentável. A única forma de segurança inabalável está em Cristo.⁴³⁹

Conforme Lopes, em 1Timóteo 6.6, Paulo adverte que a verdadeira felicidade não está na riqueza, mas no contentamento. Quando todos os desejos do ser humano são satisfeitos, o mesmo não se contenta. Somente quando os desejos do ser humano são restringidos as coisas essenciais é que há o verdadeiro contentamento.⁴⁴⁰ De acordo com Piper, o verso 6 quer dizer que é muito lucrativo não correr atrás das riquezas. Em vez de ser ganancioso, o cristão deve se contentar com a simplicidade.⁴⁴¹

Conforme Piper, dos versos 7 ao 10, Paulo apresenta três razões do porquê o cristão não deve ambicionar as riquezas, mas se contentar. Primeiramente, carros funerários não tem reboque (1Tm 6.7).⁴⁴² De acordo com Lopes, não há caminhão de mudança em enterro e nem gaveta em caixão. As riquezas não duram para sempre. Não se leva nada para a eternidade do que foi acumulado na vida terrena. O homem está destinado à eternidade, os bens materiais são apenas temporais.⁴⁴³

A segunda razão para o contentamento, de acordo com Piper, é porque a simplicidade é possível e é boa (1Tm 6.8): “o cristão pode e deve estar contente ao ter supridas as necessidades mais simples da vida.” Isso porque, ao confiar a sua vida a Deus, uma pessoa não precisa mais do dinheiro ou dos bens materiais para ter paz e segurança.⁴⁴⁴ Conforme Lopes, o ser humano precisa de pouca coisa para viver contente.⁴⁴⁵ Segundo Wiersbe, a sociedade contemporânea está tão saturada de luxos que se esqueceu de desfrutar das coisas mais essenciais da vida.⁴⁴⁶ Conforme Lopes, a riqueza de uma pessoa é proporcional ao número de coisas sem as quais ela consegue viver.⁴⁴⁷

⁴³⁸ BENTON, 2002, p. 138.

⁴³⁹ BENTON, 2002, p. 145.

⁴⁴⁰ LOPES, Hernandes Dias. **1Timóteo: o pastor, sua vida e sua obra.** São Paulo: Hagnos, 2014, p. 139.

⁴⁴¹ PIPER, 2008, p. 156-157

⁴⁴² PIPER, 2008, p. 157.

⁴⁴³ LOPES, 2014, p. 141.

⁴⁴⁴ PIPER, 2008, p. 158.

⁴⁴⁵ LOPES, 2014, p. 142.

⁴⁴⁶ WIERSBE, Warren W. **Comentário bíblico expositivo: Novo Testamento II.** Trad. Susana E. Klassen. Santo André: Geográfica, 2006, v.6, p. 306.

⁴⁴⁷ LOPES, 2014, p. 142.

Segundo Piper, a terceira razão para o contentamento cristão é que as riquezas acabam destruindo a vida de quem as procura (1Tm 6.9-10).⁴⁴⁸ Conforme Lopes, a ambição de enriquecer leva facilmente ao pecado.⁴⁴⁹ De acordo com Wiersbe, a armadilha das riquezas é que elas prometem levar à liberdade, mas na realidade elas levam a pessoa à escravidão.⁴⁵⁰ Lopes afirma que aqueles que querem ficar ricos são dominados por um desejo incontrolável de ajuntar bens materiais. E um pecado acaba levando a outros.⁴⁵¹

Hebreus 13.5 fala: “Que a vida de vocês seja isenta de avareza. Contentem-se com as coisas que vocês têm, porque Deus disse: “De maneira alguma deixarei você, nunca jamais o abandonarei.” (NAA).⁴⁵² Conforme Lopes, a palavra avareza significa literalmente amor ao dinheiro. O problema não é o dinheiro, mas o amor a ele. E o antídoto para o amor ao dinheiro é o contentamento.⁴⁵³ Segundo Jones, o contentamento não é algo inato a todo cristão, mas deve ser aprendido (Fp 4.11-12). Não é recebido no momento da conversão, mas deriva do processo de crescimento espiritual,⁴⁵⁴ chegando ao ponto de viver satisfeito em qualquer situação.⁴⁵⁵

Conforme Stott, o apóstolo Paulo aprendeu a estar contente em qualquer circunstância (Fp 4.11). Escrevendo para Timóteo, Paulo disse que as pessoas nada trazem ao mundo e nem podem levar dele (1Tm 6.7). Afinal, na vida, as pessoas estão peregrinando, e por isso, é de grande sabedoria levar pouca carga (Jó 1.21).⁴⁵⁶ Infelizmente, segundo Lopes, muitos cristãos perderam a vocação de peregrinos neste mundo, e submetidos à mentalidade predominante na sociedade consumista, passaram a viver como ateus, desconsiderando Deus no que tange aos bens materiais.⁴⁵⁷ Conforme Kunz, o cristão deve aprender a trocar o conceito de que ele é o que possui pelo conceito de viver com contentamento.⁴⁵⁸ No texto de Filipenses 4.10-13, o apóstolo Paulo afirma:

Fiquei muito alegre no Senhor porque, agora, uma vez mais, renasceu o cuidado que vocês têm por mim. Na verdade, vocês já tinham esse cuidado antes, só que lhes faltava oportunidade. Digo isto, não porque esteja necessitado, porque aprendi a viver contente em toda e qualquer situação. Sei o que é passar necessidade e sei também o que é ter em abundância; aprendi o segredo de toda e qualquer circunstância, tanto de estar alimentado como de

⁴⁴⁸ PIPER, 2008, p. 159.

⁴⁴⁹ LOPES, 2014, p. 143.

⁴⁵⁰ WIERSBE, 2006, p. 306.

⁴⁵¹ LOPES, 2014, p. 143-144.

⁴⁵² SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2018, p. 926.

⁴⁵³ LOPES, Hernandes Dias. **Hebreus: a superioridade de Cristo**. São Paulo: Hagnos, 2018, p. 288-289.

⁴⁵⁴ JONES, Robert. D. **Aprendendo o contentamento em todas as circunstâncias**. Trad. Wânia Gomes Pedrosa Ferrarri, Marta Sampaio e Rejane L. Martins da Quinta. São Paulo: Nutra, 2010, p. 24.

⁴⁵⁵ JONES, 2010, p. 34.

⁴⁵⁶ STOTT, 2011, p. 16.

⁴⁵⁷ LOPES, 2021, p. 27.

⁴⁵⁸ KUNZ. *In*. KUNZ, 2020, p. 193.

ter fome, tanto de ter em abundância como de passar necessidade. Tudo posso naquele que me fortalece (NAA).⁴⁵⁹

Conforme Benton, o contentamento de Paulo não dependia da conjuntura externa. A sociedade contemporânea foca muito na conjuntura externa, como nos bens materiais, por exemplo. Todavia o contentamento é algo interior e pessoal, que reflete na simplicidade da vida exterior.⁴⁶⁰ Da mesma forma, o contentamento do cristão é decorrente de sua paz interior, da alegria que vem do Senhor e da confiança na bondade soberana de Deus, o que permite que o cristão fique em paz independente da situação em que se encontra. O contentamento cristão tem a sua base em Deus, diferentemente do contentamento do mundo que tem a sua base nos bens materiais, o que o torna frágil e vulnerável.⁴⁶¹ É por meio de Cristo que o cristão pode ser diferente do mundo.⁴⁶²

De acordo com Platt, nos capítulos 8 e 9 de 2Coríntios, Paulo afirma que Deus fornece aquilo que as pessoas necessitam (2Co 9.8), e o excesso que estas recebem deve ser compartilhado com as outras (2Co 9.11). O evangelho leva o cristão a reconhecer em humildade aquilo que lhe é suficiente, de modo que este possa livremente doar seus excessos ao próximo. Ao fazer isso, o cristão evita entrar na cilada de ter a vida girando em torno de seus bens, à medida que passa a desfrutar do contentamento defendido por Paulo.⁴⁶³ Por essa razão, Platt defende que o cristão precisa resistir a ideia de que é necessário adquirir cada vez mais coisas para ser bem-sucedido:

Esse tipo de atitude vai totalmente contra a natureza da nossa cultura, pois somos bombardeados pela mentira de que um salário mais alto requer um padrão de vida mais elevado. Se tivermos mais dinheiro, deveríamos gastar mais dinheiro com nós mesmos. Ora, temos direito a mais coisas, a bens mais sofisticados e a luxos maiores. Se formos bem honestos, veremos que a maioria de nós pensa desta maneira, ainda que afirmemos seguir a Cristo. Afinal de contas, o dinheiro foi benção de Deus, certo? No entanto, essa atitude não está de acordo com a Escritura. A Bíblia nos ensina que Deus nos dá mais não para que *tenhamos* mais, mas para que possamos *dar* mais. Deus não nos dá dinheiro em excesso para que nos entreguemos a prazeres terrenos que perecerão. Ele nos dá dinheiro para que possamos investi-lo no tesouro eterno que durará para sempre.⁴⁶⁴

Conforme Platt, ao compreender isso uma pessoa terá o seu estilo de vida alterado: “De modo semelhante à Paulo, olharemos nossos bens com espírito de oração e diremos: “Com isso estaremos contentes”.” Ou seja, colocará um limite em seu estilo de vida, determinando o

⁴⁵⁹ SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2018, p. 904.

⁴⁶⁰ BENTON, 2002, p. 139.

⁴⁶¹ BENTON, 2002, p. 140.

⁴⁶² BENTON, 2002, p. 145.

⁴⁶³ PLATT, 2016, p. 61.

⁴⁶⁴ PLATT, 2016, p. 61-62.

que é suficiente. Assim, ao receber a mais, não acumulará com a intenção de subir de nível de vida, mas passará a compartilhar o seu excesso com os outros. Em outros termos, priorizará suas necessidades e minimizará o excedente.⁴⁶⁵ Segundo Kraybill, o amor de Deus transforma o comportamento econômico do indivíduo. A misericórdia toma o lugar da acumulação. A doação substitui o consumo.⁴⁶⁶ Segundo Foster: “Para Paulo, a razão para adquirir dinheiro não é ajuntar um pé-de-meia, mas poder repartir com os outros que tiverem necessidade (Ef 4.28).”⁴⁶⁷

3.3.3 O minimalismo e a compaixão cristã

Conforme Stott, a simplicidade do minimalismo tem uma grande conexão com o princípio da generosidade (1Jo 3.17). “Nosso Deus é um Deus generoso. Se o seu amor habita em nós, devemos relacionar aquilo que “temos” (posses) com aquilo que “vemos” (as necessidades dos outros) e agir.”⁴⁶⁸

Segundo Botelho, o minimalismo inspira as pessoas a buscarem ter menos coisas a fim de ter menos estresse e ansiedade. O cristão minimalista, entretanto, deve pensar além. Ele não somente será liberto dos excessos do consumismo, mas poderá também desfrutar da alegria em ajudar o próximo, doando (At 20.35). Não somente como forma de autossacrifício, mas principalmente, a fim de atender a necessidade do próximo.⁴⁶⁹ Conforme Foster: “a atraente capacidade de renunciar aos nossos direitos pelo bem dos outros é essencial a tudo que se refere a simplicidade”.⁴⁷⁰ Platt resume o amor sacrificial que o cristão deve ter na simplicidade de uma vida minimalista:

Em uma cultura que tanto enfatiza o lazer, o luxo, o ganho financeiro, o aprimoramento pessoal e as posses materiais, será cada vez mais contracultural o cristão que trabalha diligentemente, vive com simplicidade, doa sacrificialmente, ajuda as pessoas de forma construtiva e investe na eternidade. Todavia, é isso o que devemos fazer.⁴⁷¹

Segundo Stott, o modelo da generosidade para o cristão é Jesus Cristo, que sendo rico, se fez pobre (2Co 8.9). O cristão deve se libertar da sedução das riquezas e passar a cultivar uma generosidade sacrificial (1Tm 6.18).⁴⁷² Platt diz que os indivíduos da sociedade ocidental são incrivelmente ricos no plano material. Dificilmente um cidadão comum, da classe média,

⁴⁶⁵ PLATT, 2016, p. 62-63.

⁴⁶⁶ KRAYBILL, 2017, p. 186-187.

⁴⁶⁷ FOSTER, 1999, p. 65.

⁴⁶⁸ STOTT, 2019, p. 378.

⁴⁶⁹ BOTELHO, 2017, p. 21.

⁴⁷⁰ FOSTER, 1999, p. 63.

⁴⁷¹ PLATT, 2016, p. 54.

⁴⁷² STOTT, 2011, p. 62.

seja ele dos Estados Unidos ou do Brasil, não tem acesso à água potável, comida e roupa em quantidade mais do que suficiente, um teto, acesso a remédios, um meio de transporte, entre tantas outros bens que bilhões de pessoas não possuem. O problema está na perspectiva, no ponto de comparação. Ao olhar para as populações carentes do terceiro mundo, qualquer pessoa passa a perceber que é verdadeiramente rica. Na realidade, o padrão de vida da sociedade capitalista ocidental contemporânea é extremamente raro na história humana, sem precedentes.⁴⁷³

John Piper faz a pergunta: “Por que Deus nos abençoa com abundância? Para termos o suficiente para vivermos e então usar o restante para todo tipo de boa ação que alivia a miséria espiritual e física. Suficiente para nós; abundância para os outros.”⁴⁷⁴ Claro que, segundo Kraybill, o significado de rico depende do contexto social em que o indivíduo está inserido e do ponto de comparação. Se as pessoas não acham que precisam de muito, podem aprender a viver felizes com pouco.⁴⁷⁵ Conforme Piper, o problema não é o quanto se ganha. O problema é achar que um salário de 10 mil tem de ser acompanhado por um estilo de vida de 10 mil. Deus chamou os seus para ser canal de bênçãos, que não precisam ser revestidos de ouro.⁴⁷⁶ De acordo com Kraybill, esta é a maior dificuldade do materialismo. Quanto mais a pessoa tem, mais vai desejar. Quanto mais ela tem, mais precisará para manter o já possuído.⁴⁷⁷ Por isso, Kraybill sugere que as pessoas devem começar a consumir menos:

Muitas de nossas chamadas necessidades são símbolos de status que lustramos para manter uma imagem respeitável entre nossos amigos. Compras incessantes tem se tornado um ritual de sacrifício no altar do materialismo. Reduzir o consumo é o início do processo de ser um mordomo responsável dos recursos não renováveis.⁴⁷⁸

3.3.4 O minimalismo e a mordomia cristã

Conforme Stott, o cristão deve prezar pela boa administração dos recursos dados por Deus. Por isso não deve ser conveniente com o desperdício e com a acumulação de bens. Por outro lado, o cristão não deve necessariamente viver uma vida asceta. O posicionamento do cristão em relação aos bens materiais deve ser de equilíbrio. Antes de tudo, ele deve buscar ser um bom mordomo de Deus.⁴⁷⁹

⁴⁷³ PLATT, 2016, p. 46.

⁴⁷⁴ PIPER, 2008, p. 168.

⁴⁷⁵ KRAYBILL, 2017, p. 189.

⁴⁷⁶ PIPER, 2008, p. 168-169.

⁴⁷⁷ KRAYBILL, 2017, p. 192.

⁴⁷⁸ KRAYBILL, 2017, p. 191.

⁴⁷⁹ STOTT, 2011, p. 60.

De acordo com Kunz, um mordomo é um administrador de bens alheios.⁴⁸⁰ Segundo Lopes, o cristão, sendo um mordomo, deve se conscientizar de que tudo o que ele possui não é dele, mas de Deus. Os indivíduos são somente administradores dos recursos e deverão prestar contas a Deus acerca de como lidaram com os bens confiados a eles. O Senhor, não outorgou a gerência de toda a criação ao ser humano para que este a usasse como quisesse, para o seu prazer ou para a sua glória. Pelo contrário, o Dono de todas as coisas concedeu bens ao ser humano, a fim de que ele as usasse para a glória e o louvor de Deus.⁴⁸¹ Em resumo:

A doutrina da mordomia cristã nos ajuda a enxergar o mundo da perspectiva bíblica: não vivemos para nós mesmos; em vez disso, somos gerentes encarregados de administrar o que recebemos com uma única finalidade, que é a glória de Deus.⁴⁸²

Conforme Rainer e Rainer, um mordomo é caracterizado por duas coisas: desapego e sabedoria. Desapego, pois um administrador jamais pode pensar que as posses são suas. Somente quando o mordomo está totalmente desapegado dos bens do seu senhor é capaz de administrar a propriedade de seu senhor.⁴⁸³ Tudo se resume à mordomia: “Não importa se temos apenas alguns centavos em nosso bolso ou alguns milhões em nossa conta bancária. Nenhum de nós é merecedor do que possui. Tudo o que nos foi dado é um presente, e somos os mordomos.”⁴⁸⁴ Segundo Guerra:

Dedicar a Deus cada centavo que está em nosso bolso é reconhecer que aquilo só está ali porque ele nos deu vida, trabalho, saúde, inteligência e tudo mais que é preciso para se trabalhar. Ele, em sua graça, permite que usufruamos do muito que ele nos dá; o próprio fato de poder aproveitar do fruto do trabalho é benção de Deus.⁴⁸⁵

Conforme Foster, a simplicidade tanto é uma graça como uma disciplina. É uma graça, pois foi dada por Deus. Não tem como alcançar a verdadeira simplicidade longe de Deus. E é uma disciplina, pois é necessário que haja uma ação. O que uma pessoa faz não traz simplicidade, mas a coloca no lugar em que ela pode recebê-la. Coloca a pessoa diante de Deus, para que o Senhor trabalhe a graça da simplicidade em sua vida.⁴⁸⁶ De fato, é uma graça tanto fácil como difícil:

Na simplicidade há horas de luta e esforço, horas nas quais nos desesperamos de jamais ter nossos estilos de vida em que sentimos que deveriam estar, horas nas quais pensamos se nossas vidas jamais terão inteireza. Mas

⁴⁸⁰ KUNZ. *In*. KUNZ, 2020, p. 188.

⁴⁸¹ LOPES, 2021, p. 39-41.

⁴⁸² LOPES, 2021, p. 45.

⁴⁸³ RAINER; RAINER, 2014, p. 186.

⁴⁸⁴ RAINER; RAINER, 2014, p. 192.

⁴⁸⁵ GUERRA, 2017, p. 149.

⁴⁸⁶ FOSTER, 1999, p. 19-20.

ocasionalmente, no meio da luta, temos uma sensação de adentrar a simplicidade, e espontaneamente glorificamos ao nosso Pai do céu porque sabemos que nada mais fizemos do que receber uma dádiva.⁴⁸⁷

De acordo com Foster, o custo do minimalismo é grande, mas o custo do consumismo é maior ainda, pois andar pela via do consumismo custa a vida abundante que Jesus traz.⁴⁸⁸ Nas palavras de Stott: “Que Deus nos ajude a simplificar nosso estilo de vida, a crescer em generosidade e a viver em contentamento!”⁴⁸⁹

⁴⁸⁷ FOSTER, 1999, p. 19-20.

⁴⁸⁸ FOSTER, 1999, p. 220.

⁴⁸⁹ STOTT, 2019, p. 378.

CONCLUSÃO

Segundo Grüm, a arte de viver é aprender a se satisfazer com pouco. A ficar satisfeito sem precisar de muita coisa.⁴⁹⁰ Foi assim com Jesus. Ele se satisfez com o necessário neste mundo, para assim ter como o objetivo principal da sua vida a proclamação do evangelho do Reino de Deus. Cristo sabia que uma vida plenamente rica nesta terra não depende das posses que uma pessoa tem, mas que a felicidade está presente nas pequenas coisas, no que é mais simples aos olhos humanos, no que é menos para este mundo.

Contudo, ao desenvolver meios de automatizar e tornar a própria vida mais fácil, os seres humanos perderam o contato com a simplicidade da vida. A vida se tornou complexa. Como uma máquina da época das revoluções industriais, as pessoas passaram a viver de modo automático, deixando de aproveitar a existência de maneira apropriada. Com isso, não se diz que não deve haver progressos e evoluções tecnológicas. Elas são inevitáveis e imprescindíveis à vivência humana. Mas, como sempre, o ser humano tende a pender para um lado da balança. Ao se depararem com as novidades consumistas do século XX, muitas pessoas se embriagaram com este mundo, fascinadas com a expertise humana, com as comodidades e feitos do mundo moderno e, por um momento, esqueceram que este mundo é finito e a passagem nesta terra é breve. Julgaram ser capazes de atingir a felicidade através do consumo ininterrupto de bens e riquezas materiais. Entenderam que na abundância está o contentamento. Assim, deu-se início à corrida consumista, na qual o ter se tornou o mais importante na sociedade, na cultura e na mente dos indivíduos. Toda uma cosmovisão foi remodelada. A simplicidade das coisas mais básicas da vida não podia mais satisfazer os indivíduos impelido a buscar sempre por mais e mais.

Entretanto, a automedicação consumista em busca do prazer e do sucesso apenas assegurou o ser humano em seu descontentamento, que descobriu que nada neste mundo lhe satisfaz, nada pode preencher o vazio da sua existência. Passar a possuir mais e mais coisas não preencheu sua busca por propósito. O muito não saciou sua fome, muito pelo contrário, o deixou mais sedento ainda. Sua vida foi bagunçada. A finitude do meio ambiente foi esquecida e o impacto dos resíduos materiais foram ignorados. Os relacionamentos interpessoais se tornaram inconstantes. A moralidade foi diluída. Os consumidores se tornaram escravos de suas dívidas. As mentes das pessoas ficaram imersas em suas constantes insatisfações, e seus corações foram saqueados pelo ídolo do materialismo, abafando sua verdadeira vida espiritual. Com a sua vida

⁴⁹⁰ GRÜM, Anselm. **A felicidade das pequenas coisas**. Trad. Luiz de Lucca. Petrópolis: Vozes, 2019, p. 15.

espiritual deturpada pela influência consumista as pessoas passaram a ver a própria fé como uma mercadoria. A teologia da prosperidade é uma das maiores expressões da ganância que tomou conta de muitas igrejas, as quais passaram a focar excessivamente nos ganhos materiais que os cristãos teriam neste mundo. O raciocínio consumista deu origem aos consumidores de igrejas: cristãos que enxergam a igreja como um supermercado, que está ali para servir as necessidades e gostos das pessoas. Muitos aproveitam deste nicho para enriquecer. A cultura cristã se transformou em uma marca lucrativa. Afinal se existe procura de um lado, há oferta de outro. Assim, o comércio de itens cristãos tornou-se um negócio que movimenta milhões de reais.

Todos estes fatores trouxeram um grande fardo para o ser humano carregar. Ao buscar libertar o ser humano das dificuldades da vida, o consumismo o prendeu em um novo jugo. A ideia de quanto mais, melhor mostrou-se incerta, vazia e inadequada. Por isso, o menos, o simples passou a ser resgatado em um movimento que ficou conhecido como minimalismo. O menos voltou a ser mais. A felicidade presente nas pequenas e mais simples coisas, que outrora foi engolida pela febre consumista, foi recuperada com o minimalismo. O estilo de vida minimalista é simples e intencional. Tudo que se tem e faz responde a um propósito. Por ter menos coisas com o que se preocupar, é dado um fim à desordem e a qualidade da vida das pessoas é recuperada. O meio ambiente volta a ser respeitado. Pessoas que viviam em prol dos seus bens materiais voltam a dar o devido valor as coisas mais simples, porém mais satisfatórias da vida, como são as suas famílias, por exemplo. Os orçamentos são desafogados. O coração volta a ter o foco no essencial, no propósito de sua vida, trazendo também restauração a vida espiritual. Assim, o menos se torna mais, pois é na simplicidade que mora a abundância. No cotidiano isso se traduz em viver um estilo de vida minimalista, com qualidade e não quantidade, com o foco no ser e não no ter. É toda uma nova mentalidade.

A base do minimalismo é nitidamente bíblica. A Bíblia como um todo evidencia a dádiva da simplicidade. Desde a criação Deus demonstrou ao ser humano que ele deve viver de maneira simples, dependente e em obediência a Ele, pois o Senhor cuida dos Seus. Esta era a ideia do Jubileu, e o foco de muitas passagens do Antigo Testamento, principalmente nos livros sapienciais. No Novo Testamento, o maior exemplo de simplicidade é sem dúvida nenhuma, Jesus Cristo. A vida e a mensagem do Messias são excepcionalmente minimalistas, indicando aos seus discípulos como deve ser sua relação com os bens materiais. Ao não se preocuparem com as coisas terrenas (que Deus providenciaria), os cristãos poderiam ser e fazer muito mais para Deus, para consigo e para com o próximo. E foi desta forma que diferentes grupos e indivíduos buscaram viver por séculos ao longo da história da Igreja cristã. Desde a igreja de

Atos, o Espírito Santo tem trabalhado na ganância humana, levando as pessoas a não serem apegadas as riquezas terrenas, mas viverem de uma maneira simples. Grupos como os franciscanos e os quakers levaram isto ao extremo. Todavia, grandes nomes da história cristã também se comprometeram com a simplicidade nesta vida, como John Wesley e Hudson Taylor.

O Espírito Santo continua modificando o estilo de vida das pessoas, afastando-as de uma vida voltada para este mundo, levando-as a viver para um propósito maior, o Reino de Deus. Logo, vivendo com simplicidade nesta vida. A simplicidade vivida e pregada por Cristo. A simplicidade rememorada recentemente pelo minimalismo. Por isso, a vida cristã é adequadamente compatível como o estilo de vida minimalista. O cristão deve ser simples. O cristão deve ser minimalista. Isso faz parte do seu chamado. Ele deve saber que a felicidade não está contida nos bens materiais, mas na vida nova com Cristo. Deve ter seu padrão de consumo alterado. O mundo continua dizendo que a felicidade está nos bens materiais, por isso o movimento minimalista vem bem a calhar para os cristãos imersos no mundo consumista, auxiliando-os a viverem em simplicidade e contentamento. Não falta nada ao cristão minimalista, pois sua paz e segurança está respaldada em Deus, e por isso, se contenta ao viver em simplicidade. Um exemplo atual é John Stott. Ele viveu em simplicidade e contentamento por toda sua vida. Os recursos que sobravam, eram encaminhados ao ministério.⁴⁹¹ Assim deve ser o cristão: ter menos, para poder doar mais. Cristo o abençoa, para que este abençoe outros, sendo um bom mordomo para a glória de Deus.

Romanos 12.2 afirma: “E não vivam conforme os padrões deste mundo, mas deixem que Deus os transforme pela renovação da mente, para que possam experimentar qual é a boa, agradável e perfeita vontade de Deus.” (NAA)⁴⁹² O padrão de consumo deste mundo é conturbado e traz sérias sequelas para aqueles que vivem com a ideia de que quanto mais, melhor. Já aqueles que passam por uma transformação no que diz respeito ao seu padrão de consumo, adotando a simplicidade, a mordomia, a compaixão e o contentamento como sua vocação, passam a vivenciar mais da vida como um todo. Por conseguinte, testemunham que ao se tratar da relação entre consumismo, minimalismo e a vida cristã, menos é mais.

⁴⁹¹ CAMERON, Julia. **A vida simples de John Stott**. Trad. Gabrielle Costa. Disponível em: <https://www.ultimato.com.br/conteudo/simplicidade-uma-das-oito-marcas-do-discipulado-cristao/322>. Acesso em: 28 jul. 2021.

⁴⁹² SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2018, p. 873.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. 165 p.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 204 p.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995. 213 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. 141 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 258 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 210 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. 196 p.
- BEALE, G. K. **Você se torna aquilo que adora: uma teologia bíblica da idolatria**. Trad. Marcus Throup. São Paulo: Vida Nova, 2014. 320 p.
- BENTON, John. **Cristãos em uma sociedade de consumo**. Trad. Sírley Vieira Amorim Strobel. São Paulo: Cultura Cristã, 2002. 158 p.
- BLOMBERG, Craig L. **Nem pobreza nem riqueza: as posses segundo a teologia bíblica**. Trad. Aline Marques Kaehler. Curitiba: Esperança, 2009. 301 p.
- BOTELHO, André Lima. **Menos é mais: O que Jesus ensinou, mas insistimos em não entender**. São Paulo: Lampejos, 2017. 64 p.
- CAMERON, Julia. **A vida simples de John Stott**. Trad. Gabrielle Costa. Disponível em: <https://www.ultimato.com.br/conteudo/simplicidade-uma-das-oito-marcas-do-discipulado-cristao/322>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. **Bíblias no mercado: o poder dos consumidores e a competição entre os editores – o caso da Sociedade Bíblica do Brasil**. São Paulo: Rever, ano 12, nº 2, jul./dez. 2012. p. 35-61.
- CERBASI, Gustavo. **A riqueza da vida simples**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019. 179 p.
- CHRISTIAN, Luck C. **Minimalismo cristão: Provérbios 15.16**. Ebook Kindle, 2021. 17 p.
- CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, 231 p.
- CURY, Augusto. **Inteligência socioemocional**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019. 165 p. E-pub.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003. 306 p.
- ESCOBAR, Lucio José Borba. **Minimalismo: descobrindo a felicidade além das coisas**. E-book. Feira de Santana: Vida Plena, 2021. 60 p.

- FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas.** E-pub. Rio de Janeiro: FGV, 2017. 220 p.
- FOSTER, Richard J. **A celebração da simplicidade.** Trad. Wanda de Assumpção. Campinas: United Press, 1999. 221 p.
- GIUMBELLI, Emerson. **Lojas de artigos evangélicos: uma pesquisa sobre consumo religioso.** Florianópolis: Ilha, UFSC, v. 7, n. 1 e 2, 2005. p. 213-236.
- GRÜM, Anselm. **A felicidade das pequenas coisas.** Trad. Luiz de Lucca. Petrópolis: Vozes, 2019. 88 p.
- GUERRA, Richarde. **Desconforme-se: um alerta para o jovem do século XXI.** Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2017. 208 p.
- HERRLINGER, Christiane; MÜNDLEIN, Eva. **Histórias de dinheiro na Bíblia.** Trad. Silvia Reinhold Timm. Barueri: SBB, 2008. 158 p.
- HOBBSAWM, Eric J. **A era das revoluções: 1789-1948.** Trad. Maria Tereza Teixeira e Marcos Penchel. São Paulo: Paz e terra, 1977. 366 p.
- JAY, Francine. **Menos é mais: um guia minimalista para organizar e simplificar sua vida.** Trad. Guilherme Miranda. Rio de Janeiro: Fontanar, 2016. 255 p.
- JONES, Robert. D. **Aprendendo o contentamento em todas as circunstâncias.** Trad. Wânia Gomes Pedrosa Ferrarri, Marta Sampaio e Rejane L. Martins da Quinta. São Paulo: Nutra, 2010. 35 p.
- KELLER, Timothy. **Deus na era secular: como os céticos podem encontrar sentido no cristianismo.** Trad. Jurandy Bravo. São Paulo: Vida Nova, 2018. 320 p.
- KELLER, Timothy. **Deuses falsos: as promessas vazias do dinheiro, sexo e poder, e a única esperança que realmente importa.** Trad. Jurandy Bravo. São Paulo: Vida Nova, 2018. 192 p.
- KRAYBILL, Donald B. **O reino de ponta cabeça.** Trad. Fernanda Milczarek. Bragança Paulista: Mensagem para todos, 2017. 397 p.
- KRÜGER, Harriet Wondracek. **A teologia que vem dos palcos evangélicos.** Curitiba: A.D. Santos, 2017. 224 p.
- KUNZ, Claiton André (org). **Vida cristã com excelência: uma jornada rumo à maturidade.** Ijuí: Faculdade Batista Pioneira, 2020, 264 p.
- LANE, Tony. **Pensamento cristão: dos primórdios à Idade Média.** Trad. Eliseu Pereira. São Paulo: Abba Press, 2000. 206 p.
- LEONARD, Annie; FOX, Louis; SACHS, Jonah. **The story of stuff.** São Francisco: Free Range Studios, dez. 2007. 21min, 16s. Disponível em: <https://www.storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>. Acesso em: 17 mar. 2021.
- LINDSTROM, Martin. **A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos.** Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Harper Collins Brasil, 2016. 207 p.
- LIPOVESTKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista.** Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Cia das Letras, 2015. 397 p.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo.** Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia das Letras, 2007. 408 p.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004. 127 p.

LOPES, Augustus Nicodemus. **O que a Bíblia fala sobre dinheiro**. São Paulo: Mundo Cristão, 2021. 124 p.

LOPES, Augustus Nicodemus. **Polêmicas na Igreja**: doutrinas, práticas e movimentos que enfraquecem o cristianismo. São Paulo: Mundo Cristão, 2015, 229 p. E-pub.

LOPES, Hernandes Dias. **1Timóteo**: o pastor, sua vida e sua obra. São Paulo: Hagnos, 2014. 159 p.

LOPES, Hernandes Dias. **De volta ao Evangelho**. Disponível em: hernandesdiaslopes.com.br/de-volta-ao-evangelho. Acesso em: 06 mai. 2021.

LOPES, Hernandes Dias. **Hebreus**: a superioridade de Cristo. São Paulo: Hagnos, 2018. 320 p.

LOPES, Hernandes Dias. **Lucas**: Jesus, o homem perfeito. São Paulo: Hagnos, 2017. 711 p.

LOPES, Hernandes Dias. **Mateus**: Jesus, o rei dos reis. São Paulo: Hagnos, 2019. 826 p.

MACARTHUR, John. **Ouro de tolo?** Discernindo a verdade em uma época de erro. Trad. Maurício Fonseca dos Santos Junior. São Paulo: Fiel, 2006. 224 p.

MARTINS, Yago. **No alvorecer dos deuses**: desvendando as idolatrias profundas do coração. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2020. 192 p.

MCKEOWN, Greg. **Essencialismo**. Trad. Beatriz Medina. Rio de Janeiro: Sextante, 2015. 272 p.

MCKINLEY, Mike. **Eu sou mesmo um cristão?** Trad. Eros Pasquini Jr. São José dos Campos: Fiel, 2012. 189 p.

MILLBURN, Joshua Fields; NICODEMUS; Ryan. **Minimalism**: a documentary about the important things. Netflix, 2016. 1h18min. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80114460>. Acesso em: 10 jun. 2021.

MILLBURN, Joshua Fields; NICODEMUS; Ryan. **Minimalismo já**. Netflix, 2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81074662>. Acesso em: 10 jun. 2021.

MODELLI, Laís. **O prazer do desapego**: minimalistas defendem que ter menos coisas cria mais liberdade. São Paulo: BBC Brasil, 9 set. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-41077549>. Acesso em: 18 jun. 2021.

MOVIMENTO DE LAUSANNE. **Pacto de Lausanne**. 1974. Disponível em: <https://lausanne.org/pt-br/recursos-multimedia-pt-br/covenant/pacto-de-lausanne>. Acesso em: 29 jun. 2021.

PIPER, John. **Em busca de Deus**: a plenitude da alegria cristã. Trad. Hans Udo Fuchs. 2 ed. São Paulo: Sheed, 2008. 296 p.

PLATT, David. **Contracultura**: um chamado compassivo para confrontar um mundo de pobreza, casamento com pessoas do mesmo sexo, racismo, escravidão sexual, imigração, perseguição, aborto, órfãos e pornografia. Trad. A. G. Mendes. São Paulo: Vida Nova, 2016. 288 p.

- RAINER, Thom S; GEIGER, Eric. **Igreja simples: retornando ao processo de Deus para fazer discípulos.** Trad. Hilton Figueiredo. Brasília: Palavra, 2011. 248 p.
- RAINER, Thom S; RAINER, Art. **Vida simples: tempo, relacionamentos, dinheiro e Deus.** Trad. José Fernando Cristófalo. Brasília: Palavra, 2014. 320 p.
- REINKE, Tony. **A guerra dos espetáculos: o cristão na era da mídia.** Trad. Vinicius Silva Pimentel. São José dos Campos: Fiel, 2020. 187 p.
- SAYÃO, Luiz Alberto. **Agora sim! Teologia na prática do começo ao fim.** São Paulo: Hagnos, 2012. 188 p.
- SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001. 133 p.
- SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade.** Trad. Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002. 216 p.
- SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL. **Bíblia Sagrada.** Trad. João Ferreira de Almeida. Barueri: SBB, 2018. 960 p.
- STOTT, Jhon W. R. **O cristão em uma sociedade não cristã: como posicionar-se biblicamente diante dos desafios contemporâneos.** Trad. Markus Hediger. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2019. 640 p.
- STOTT, John W. R. **O discípulo radical.** Trad. Meire Portes Santos. Viçosa: Ultimato, 2011. 120 p.
- WALKER, Christopher. **Simplicidade e o impacto da Igreja na sociedade.** Americana: Impacto, 2011. Disponível em: <https://www.revistaimpacto.com.br/biblioteca/simplicidade-e-o-impacto-da-igreja-na-sociedade/>. Acesso em: 02 jul. 2021.
- WIERSBE, Warren W. **Comentário bíblico expositivo: Novo Testamento II.** Trad. Susana E. Klassen. Santo André: Geográfica, 2006, V. 6. 796 p.
- WWI. **Estado do mundo 2010 – transformando culturas: do consumismo à sustentabilidade.** Salvador: UMA, 2010. 268 p.