

APRESENTAÇÃO

As Igrejas Cristãs no Brasil, presentes no Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil – CONIC, apresentam a Campanha da Fraternidade Ecumênica de 2010, com o tema Economia e Vida e o lema “Vocês não podem servir a Deus e ao dinheiro” (Mt 6,24). Esta é a terceira campanha da fraternidade realizada de forma ecumênica, e tem como **objetivo geral: “Colaborar na promoção de uma economia a serviço da vida, fundamentada no ideal da cultura da paz, a partir do esforço conjunto das Igrejas Cristãs e de pessoas de boa vontade, para que todos contribuam na construção do bem comum em vista de uma sociedade sem exclusão”**. É necessário **conclamar** a todos e todas para construir uma nova sociedade, **educar** essa mesma sociedade afirmando que um novo modelo econômico é possível, e **denunciar** as distorções da realidade econômica existente, para que a economia esteja a serviço da vida.

Nesta Campanha da Fraternidade Ecumênica, as comunidades cristãs são convocadas a deixar-se interpeladas pelas palavras de Jesus: “Não acumuleis para vós tesouros na terra, onde as traças e os vermes arruínam tudo, onde os ladrões arrombam as paredes para roubar. Mas acumulai para vós tesouros no céu.” (Mt 6,19-20a). “Ninguém pode servir a dois senhores: ou odiará a um e amará o outro, ou se apegará a um e desprezará o outro. Não podeis servir a Deus e ao Dinheiro” (Mt 6,24). Toda a vida de Jesus foi um testemunho de simplicidade no uso dos bens materiais, de solidariedade com os pobres, de distribuição gratuita dos dons de Deus.

Agradecemos a todas as pessoas que tornaram possível a realização de mais esta Campanha da Fraternidade Ecumênica. Este trabalho demonstra concretamente o esforço que desenvolveram para a união de todos os que creem em Jesus Cristo, no sentido de realizar o projeto do Reino de Deus na vida das pessoas, visando um mundo mais justo e fraterno.

Que a Campanha da Fraternidade Ecumênica 2010 nos estimule a compreender e vivenciar os valores do Reino de Deus, a acreditar que uma nova sociedade, mais justa e solidária, é possível, e a construir um modelo econômico em que a vida esteja em primeiro lugar.

P. Sin. Carlos Augusto Möller

Presidente do CONIC

Rev. Luiz Alberto Barbosa

Secretário-Geral do CONIC

INTRODUÇÃO

Pela terceira vez temos uma Campanha da Fraternidade Ecumênica

1. A Campanha da Fraternidade Ecumênica deste ano de 2010 é promovida em conjunto pelas Igrejas que fazem parte do Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil – CONIC, como aconteceu em 2000 e 2005.

2. O que move as Igrejas a agir é a graça, o amor de Deus e o testemunho de sua fé em Jesus. As palavras de Jesus Cristo – “Nisto todos reconhecerão que vocês são meus discípulos: no amor que tiverdes uns para com os outros” (Jo 13,35) – ecoam hoje no coração dos seus seguidores, que agem em resposta à missão que lhes vem de Deus em Cristo: a de serem testemunhas da fraternidade, justiça e paz sobre a terra.

3. O CONIC apresenta como desafio para esta Campanha a busca de respostas às perguntas:

- Como a fé cristã pode inspirar uma economia que seja dirigida para a satisfação das necessidades humanas e para a construção do Bem Comum?
- Em que medida existe responsabilidade das pessoas em relação à economia e como isso afeta a vida das pessoas e do meio ambiente?
- Que aspectos de conversão pessoal e de mudança estrutural poderiam ser considerados para que, de fato, a economia esteja a serviço da vida, promovendo o bem comum?
- Como fazer para que essas preocupações não sejam transitórias, mas se tornem, de fato, balizamento moral permanente?

4. Movido pela fé em Deus, “que ama a justiça e a equidade; a terra está cheia da fidelidade do Senhor” (Sl 33,5), o CONIC não quer limitar-se a criticar sistemas econômicos. Principalmente,

espera que a campanha mobilize igrejas e sociedade a dar respostas concretas às necessidades básicas das pessoas e à salvaguarda da natureza, a partir da mudança de atitudes pessoais, comunitárias e sociais, fundamentadas em alternativas viáveis derivadas da visão de um mundo justo e solidário.

Bem Comum

Bem comum é o conjunto de condições sociais que permitem e favorecem às pessoas o desenvolvimento integral da personalidade¹. Pio XII afirma que a riqueza de uma nação não se mede por critérios quantitativos, mas pelo bem-estar do seu povo².

5. O Bem Comum³ abrange a existência dos bens necessários para o desenvolvimento da pessoa e a possibilidade real de todas as pessoas de ter acesso a tais bens. Isso requer o empenho social e o desenvolvimento de grupos e das pessoas individualmente, implicando a existência de paz, estabilidade e a segurança de uma ordem justa⁴.

6. Bem Comum é diferente de Interesse Geral. Interesse geral não distingue cada pessoa, no grupo. Considera apenas o coletivo. Pode subentender o sacrifício de alguns (usualmente o mais fraco), em consideração a outros, e gerar, em determinados casos, exclusão social. O Bem Comum envolve todos os membros da sociedade, ninguém sendo isentando de cooperar, participar e desenvolver, de acordo com as possibilidades específicas de cada um.

¹ MM, n. 65; Cf. Pio XII, Rádio mensagem de Natal de 1942, n 13 in Costa, L. (org.) Documentos de Pio XII. São Paulo: Paulus; GS, n. 26.

² A solenidade n 17, p. 91 in Costa, L. (org.) op. cit.

³ Texto produzido por CAMARGO, C. A. O. Inédito.

⁴ Cf. MM, nn. 79-80.

7. Todos têm, também, o direito de aproveitar as condições da vida social, decorrentes do Bem Comum. A responsabilidade pela construção do Bem Comum, a despeito de caber a cada pessoa, cabe também à sociedade organizada e ao Estado, pois o zelo pelo Bem Comum é a razão de existir da autoridade política.

8. A construção do Bem Comum não é um fim em si mesmo, mas tem sentido apenas se sua referência for o respeito à dignidade da pessoa e de toda a humanidade.

9. Para se estender a conciliação entre o Bem Comum e o bem particular, é indispensável o exercício de duas Virtudes – a caridade e a justiça – que são o liame interior da vida social, a primeira ensina a vencer o egoísmo e incute a consciência de sociedade que une todas as pessoas; a segunda estabelece o reconhecimento e o respeito aos direitos do “outro”, seja este o indivíduo, um grupo social intermediário, ou a própria sociedade.

O CONIC

O CONIC foi fundado em 1982. Define-se como uma associação fraterna de Igrejas que confessam o Senhor Jesus Cristo como Deus e Salvador. Sua missão é servir às Igrejas cristãs no Brasil, na vivência da comunhão em Cristo, na defesa da integridade da criação, promovendo a justiça e a paz para a glória de Deus. Atualmente, fazem parte do CONIC: Igreja Católica Apostólica Romana, Igreja Episcopal Anglicana do Brasil, Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil, Igreja Presbiteriana Unida do Brasil, Igreja Sirian Ortodoxa de Antioquia.

Essas Igrejas desejam inserir-se com esta Campanha em um contexto histórico e ecumênico mais amplo. O ano de 2010 marca o centenário do grande encontro missionário que as Igrejas da Reforma realizaram em Edimburgo, na Escócia. Foi lá que os povos destinatários da missão pediram aos missionários de Igrejas diferentes que se unissem

primeiro para facilitar o acolhimento do Evangelho. Isso se tornou um impulso marcante para o movimento ecumênico que, mais tarde, em 1948, irá gerar o Conselho Mundial de Igrejas – CMI, hoje composto por mais de 340 Igrejas.

No Concílio Vaticano II (1962-1965), a Igreja Católica Romana proclamou também a necessidade do trabalho ecumênico. Hoje, embora não seja membro pleno do Conselho Mundial de Igrejas, participa na sua Comissão Fé e Constituição, atua em trabalhos conjuntos com esse organismo (como, por exemplo: na organização da Semana de Oração pela Unidade dos Cristãos) e faz parte de vários Conselhos Ecumênicos Nacionais.

A reflexão desta Campanha tem ligação com a proposta de AGAPE (*Alternative Globalization Addressing Peoples and Earth* – Globalização Alternativa Dirigida aos Povos e à Terra), processo iniciado pelo Conselho Mundial de Igrejas desde a Assembleia Geral realizada em Harare (1998). Essa proposta continua mobilizando as Igrejas depois de novo impulso dado pela Assembleia do CMI, realizada em 2006 aqui no Brasil, em Porto Alegre, com o lema “Deus, em tua graça, transforma o mundo!”

Em 2010, o CONIC e o CMI vão avaliar também o trabalho da Década para Superar a Violência (2001-2010).

Todas essas atividades e eventos são sinais do compromisso das Igrejas com a transformação da realidade social. Esse compromisso é visto como uma exigência fundamental da fidelidade ao projeto de Deus, à proposta do Evangelho, ao seguimento de Jesus.

10. A parceria ecumênica demonstra unidade no essencial da fé e no empenho pela construção de um mundo melhor para todas as pessoas. Ao participarem em conjunto desta Campanha, as Igrejas ganham força para pedir às diferentes instâncias da sociedade que também se unam pelo bem comum, na defesa da Vida, como valor mais importante do que os interesses do mercado.

Pessoa é um ser de relações. Na sua individualidade, é único e irrepetível. Inteligente e com vontade livre. Vulnerável e efêmero, com destino transcendente. Credor de direitos e subordinado a deveres. Dotado de vivência espiritual que o eleva a uma eminente dignidade, que lhe confere um valor de fim em si mesma e não apenas um meio.

A pessoa é a base da sociedade e seu elemento fundamental e fonte de toda riqueza criativa. O desenvolvimento das sociedades modernas está baseado cada vez mais na sua capacidade criativa e em seu potencial para inovar.

O que define a pessoa é o seu “desejo” de felicidade, de satisfazer plenamente todas as necessidades que carrega em si. Sua vida será o caminho a ser percorrido para que essa satisfação possa ser alcançada⁵.

A pessoa só é tal em sua unidade e só pode ser considerada em toda sua integridade, sendo a origem, o foco e o propósito de toda vida econômica, social e política⁶. Por isso, a pessoa, como ser indivisível, não pode ser considerada, somente sob um de seus aspectos, ignorando a sua totalidade.

A Fraternidade e a Quaresma

11. A Campanha da Fraternidade quer ajudar a construir novas relações, apontando princípios de justiça, denunciando ameaças e violações da dignidade e dos direitos, abrindo caminhos de solidariedade. A vida em fraternidade é expressão do Evangelho e testemunha a nossa condição de filhos e filhas de Deus. A fraternidade e a solidariedade suscitam uma sociedade em que todos se sintam como família, em paz, harmonia e segurança.

⁵ Cf. CNBB, DGAE 2003-2007, Introdução.

⁶ Cf. GS, n. 63.

12. Quaresma é tempo propício para a conversão, momento favorável, dia da salvação⁷. No entanto, esta conversão não se limita ao tempo da quaresma, mas deve produzir frutos que a testemunhem e que permaneçam para a vida eterna. A CFE contribui para a vivência do espírito quaresmal, promovendo a conversão da pessoa em todas as suas dimensões: pessoal, comunitária e social.

Em continuidade com as Campanhas anteriores

13. Nas Campanhas da Fraternidade Ecumênicas, os temas se voltam para a valorização da pessoa, o cuidado da natureza e os grandes direitos dos seres humanos, compreendidos como filhos preciosos e amados do Criador. A Campanha do ano 2000 se inspirava nas muitas expectativas e reflexões motivadas pela virada do milênio. Seu tema era: “Dignidade humana e paz” e o lema escolhido foi: “Novo milênio sem exclusões”. Sua proposta foi o compromisso com o resgate da dignidade humana ferida nos porões da vida, à luz do sol e nos bastidores da política. É a nossa própria dignidade que está em jogo quando outras pessoas são humilhadas, por ações diretas contra elas ou pelas consequências das estruturas injustas que continuamos sustentando em nossa sociedade.

14. Dando continuidade a esse propósito, em 2005 o tema da Campanha que as Igrejas do CONIC promoveram foi: “Solidariedade e paz”, e o lema foi: “Felizes os que promovem a paz”. O crescimento da violência, o terrorismo e as guerras frustravam as esperanças de um milênio de paz. A solidariedade, expressão viva da fraternidade que deve unir todos os humanos, foi proposta como a solução cristã e verdadeiramente humana, a atitude que deve inspirar as ações individuais e coletivas e ser a força que apaga a violência e traz a paz.

15. Embora a palavra paz não apareça desta vez no tema e no lema desta Campanha, ela continua como horizonte amplo e profundo da reflexão e da ação. Sabemos que a paz é ilusória quando o interesse

⁷ Cf. 2 Coríntios 5, 20 – 6, 3.

econômico sacrifica pessoas, cria desigualdades inaceitáveis e acaba sendo um ídolo que governa a vida da sociedade. Nesse espírito foram pensados o tema desta nova Campanha, **“Economia e vida”**, e seu lema: **“Vocês não podem servir a Deus e ao Dinheiro”** (Mt 6,24).

Fraternidade e economia

Economia (do grego *oikos* + *nomos*), que significa literalmente “administração da casa”, tem o sentido de providenciar tudo que é necessário à sobrevivência.

Uma constante no pensamento social cristão é o caráter humano da economia, como atividade realizada por pessoas, devendo orientar-se ao serviço das pessoas, como o centro, protagonistas e razão de ser da vida econômica e social.⁸ Inclusive, a economia, como ciência, deve ser integralmente orientada para a construção do Bem Comum.

Os objetivos desta Campanha da Fraternidade Ecumênica

16. Objetivo geral: “Colaborar na promoção de uma economia a serviço da vida, fundamentada no ideal da cultura da paz, a partir do esforço conjunto das Igrejas Cristãs e de pessoas de boa vontade, para que todos contribuam na construção do bem comum em vista de uma sociedade sem exclusão”.

17. Este objetivo exige que haja justiça social, consciência ambiental, sustentabilidade, empenho na superação da miséria e da fome e, de um modo geral, que se considere com atenção especial, a dignidade da pessoa e o respeito aos direitos humanos.

18. Objetivos específicos:

- Sensibilizar a sociedade sobre a importância de valorizar todas as pessoas que a constituem.

⁸ Cf. GS, nn. 25; 63

- Buscar a superação do consumismo, que faz com que o “ter” seja mais importante do que as pessoas.
- Criar laços entre as pessoas de convivência mais próxima, em vista do conhecimento mútuo e da superação tanto do individualismo como das dificuldades pessoais.
- Mostrar a relação entre fé e vida, a partir da prática da Justiça, como dimensão constitutiva do anúncio do Evangelho⁹.
- Reconhecer as responsabilidades individuais diante dos problemas decorrentes da vida econômica, em vista da própria conversão.

19. Um ideal de justiça econômica que sirva e sustente a vida só poderá tornar-se realidade pela ampliação do exercício da democracia e se forem estabelecidas também metas para se atingir a plena sustentabilidade. Para se atingir os objetivos da CFE 2010, são adotadas as seguintes estratégias:

- **Denunciar** a perversidade de todo modelo econômico que vise em primeiro lugar o lucro, sem se importar com a desigualdade, miséria, fome e morte.
- **Educar** para a prática de uma economia de solidariedade, de cuidado com a criação e valorização da vida como o bem mais precioso.
- **Conclamar** as Igrejas, as religiões e toda a sociedade para ações sociais e políticas que levem à implantação de um modelo econômico de solidariedade e justiça para todas as pessoas.

20. Esses objetivos e estratégias devem ser trabalhados em quatro níveis: **social, eclesial, comunitário, pessoal**. Desejamos a preservação da grande casa comum, o planeta Terra, planeta da vida e morada da família humana, em vista da sua sustentabilidade. Buscamos mudanças na economia, na administração dessa casa comum, em fraterna cooperação entre toda a sociedade: cristãos e cristãs, seguidores de diferentes religiões e pessoas de boa vontade.

⁹ Cf. Sínodo dos Bispos de 1971, n. 6.

A VIDA EM PRIMEIRO LUGAR (Introdução)

“Cuidado! Guardai-vos de toda ganância; não é pelo fato de um homem ser rico que ele tem a vida garantida pelos seus bens” (Lc 12,15)

A dádiva da vida e a lógica do mercado

21. Deus nos criou por amor, como ato livre da Sua vontade. Toda Criação é sinal do amor que Ele tem por nós. Essa gratuidade divina deve se refletir no agir humano, como resposta a tal manifestação de amor. Vivemos a vida como uma dádiva, que devemos estender a todos de forma incondicional.

22. Na lógica do mercado, paga-se pela troca de bens e serviços. Entretanto, existem exigências humanas importantes, coletivas e qualitativas, que não podem ser satisfeitas através desse mecanismo. Há valores que, devido à sua natureza, não se podem nem se devem vender e comprar.

Agradecer é diferente de pagar

23. A dádiva só pode ser acolhida. Nunca seremos donos da vida. Por ela somente podemos ser agradecidos. A dádiva nos introduz num círculo onde tudo é graça e solidariedade. Bendito seja Deus pela vida, pela fraternidade, pela solidariedade, por este planeta Terra onde a vida brota em abundância! Na sociedade de mercado, paga-se pela troca de bens e serviços. Vende-se e compra-se. Não se doa e não se agradece. Ao pagar é liquidada qualquer dívida. A sociedade de mercado nos afasta das raízes da árvore da vida, que são amor, dádiva, fraternidade e solidariedade. Tira-nos dos lábios o agradecimento e do coração o sentimento de gratidão. Mas não somos mercadoria, e nossa vida não depende dos bens que possuímos. “Não é pelo fato de um homem ser rico que ele tem

a vida garantida pelos seus bens” (Lc 12,15). A experiência da fragilidade da existência nos faz exclamar com o salmista: “Se o Senhor não me tivesse socorrido, logo o silêncio seria a minha morada. Quando eu dizia ‘Vou cair!’, ‘tua fidelidade, Senhor, me sustentava. “Quando mil preocupações me assaltavam, eu saboreava o teu reconforto” (Sl 94 (93), 17-19). Obrigado, ó Deus, pela vida.

A vida de cada um, ligada à vida de todos

24. Não somente recebemos a vida de graça, mas dependemos uns dos outros. Constituímos a “família humana”, única e rica na sua grande diversidade. Nascemos para conviver. Somos responsáveis por nossos irmãos e irmãs, seja qual for o lugar onde vivem, perto ou longe de nós. Em correspondência aos direitos existem, portanto, deveres e responsabilidades de cada pessoa para com a outra, para a nossa comunidade familiar e para a sociedade como um todo. Aprender a solidariedade significa amar o próximo também nas dimensões globais, em uma interdependência mundial. Na nossa sociedade, a vida humana e o meio ambiente em que os sistemas vivos se perpetuam sofrem ameaças diretas e indiretas. A maneira de organizar a sociedade na economia e na política, nas leis e nos governos e serviços, afeta diretamente a dignidade humana e a capacidade dos indivíduos de se aperfeiçoarem na família e na sociedade. Cada pessoa tem o direito fundamental à vida e, portanto, o direito a todas as coisas necessárias para uma vida de qualidade. As pessoas têm direito a viver e a satisfazer as necessidades básicas. Essas não consistem apenas em alimentação, vestuário e moradia, mas também educação, saúde, segurança, lazer, garantias econômicas e oportunidades de desenvolver todas as capacidades de que uma pessoa é dotada.

Economia a serviço da vida ou vidas à disposição da economia?

25. Recebemos os bens para a vida e não a vida para a riqueza. “Está escrito: *Não só de pão viverá o homem, mas de toda a palavra*

que sai da boca de Deus” (Mt 4,4). Como seguidores de Jesus Cristo e partícipes da vida social, somos chamados a construir uma justiça econômica maior diante da persistência da indigência, da pobreza e das grandes desigualdades sociais.

26. Toda a vida econômica deveria ser orientada por princípios éticos. A medida ética fundamental para qualquer economia é um sistema que deveria criar reais condições de segurança e oportunidades de desenvolvimento da vida de todas as pessoas, desde os mais pobres e vulneráveis. Em contraposição, a discussão dominante nas recorrentes crises do capitalismo se restringe a estas questões: “Que correções importa fazer para salvar o capitalismo e regular os mercados? Quanto posso ganhar com o menor investimento possível, no lapso de tempo mais curto e com mais chances de aumentar o meu poder de competição e de acumulação?” Não importa se isso leva à destruição da natureza e torna sistêmica a miséria de muitas famílias. A economia não é uma estrutura autônoma. Ela faz parte das prioridades políticas. As políticas econômicas e as instituições devem ser julgadas pela maneira delas protegerem ou minarem a vida e a dignidade da pessoa humana, sustentarem ou não as famílias e servirem ao bem comum de toda a sociedade. A sociedade, incluindo a ação governamental, tem a obrigação moral de garantir oportunidades iguais, satisfazer as necessidades básicas das pessoas, e buscar a justiça na vida econômica.

Valor econômico da água¹⁰

27. Um dos conceitos mais controversos no novo discurso sobre a água é seu “valor econômico”¹¹, pois ele estava ausente nas teorias

¹⁰ Texto extraído da CF 2004: *Fraternidade e água*, dos números 45 a 52.

¹¹ Além da reflexão da equipe de elaboração, forma consultados especialistas em economia sobre o “valor econômico” da água. Um deles foi César Benjamim, assessor da Consulta Popular. A resposta que veio foi exatamente que a questão é plena de controvérsias.

clássicas, que viam a água como recurso natural e abundante. Seu valor de uso para a produção de bens (pela indústria, agricultura e pecuária) não se expressava em termos monetários, porque era apropriada pelo produtor sem que ele tivesse que pagar pela água como fator de produção. Só com o conceito de “escassez” aparece o “valor econômico” da água.

28. O valor econômico da água funciona como mecanismo de gerenciamento dos recursos hídricos. O raciocínio é simples: tendo que pagar, a utilização da água será mais racional e cuidadosa. Quanto mais pesar economicamente, mais racional será seu uso. Mas isso não significa que a água possa ser incorporada à categoria de mercadoria, e portanto regida pelas leis do mercado.

29. Este argumento tem sua parte de verdade – cuida-se melhor daquilo que é mais caro – e por isso encontra respaldo no senso comum. Suas consequências, porém, podem ser graves se isso significa considerar a água uma mercadoria como outras, regida pela lei da oferta e procura. A cobrança pelo uso da água pode ser um mecanismo de gerenciamento desde que estabeleça preços diferenciados conforme a concessão de uso. Hoje, uma fábrica de cerveja retira do poço artesiano toda água que necessita, sem pagar nada por ela, e depois descarrega parte dessa água, agora poluída por detergentes e dejetos, no rio mais próximo. O lucro com a venda da cerveja é todo dela; a perda no lençol subterrâneo e a poluição do rio são da comunidade local. Uma boa gestão obrigaria que se cobrasse um preço baixo pela água usada como insumo, e um alto preço sobre o esgoto industrial, de modo que a indústria seja estimulada a filtrar os dejetos antes de lançá-los de volta ao rio. Assim também, é preciso atribuir preços diferenciados conforme o uso da água (consumo humano, esgoto, energia elétrica, produção industrial, agricultura irrigada, lazer, etc). Para definir a quantidade e o preço a ser pago pela água, a Lei 9433, dos Recursos Hídricos, estabelece a criação de “comitês de bacia” – que examinaremos mais adiante – com o poder de definir os critérios das “outorgas”, isto é, a quantidade, a destinação (serviço de abastecimento urbano, indústria, hidrelétrica, irrigação, etc)