

## Religião e o “Espírito” Empreendedor

**Autoria:** Maurício C. Serafim

### Resumo

Um das características atuais de muitas organizações religiosas é o seu incentivo e apoio à atividade empreendedora. Este artigo se propõe a analisar a influência que a crença religiosa exerce sobre os seguidores que são empreendedores e qual o tipo de empreendedor é valorizado nas organizações religiosas. A estratégia de pesquisa adotada foi o estudo de caso qualitativo e os dados foram coletados por meio de observação, entrevistas e pesquisa documental. Foram duas as organizações religiosas pesquisadas: uma evangélica, a Igreja Renascer em Cristo, e outra católica, o Movimento dos Focolares. A análise comparativa se baseou em duas categorias principais, criadas pelas próprias organizações: empreendedor apostólico e empreendedor de economia de comunhão. Os resultados da pesquisa sugerem que para ambos os empreendedores, os espaços de incerteza das circunstâncias do mercado são preenchidos pelo transcendente, que lhes dá sentido e a segurança subjetiva necessária para agirem. Adicionalmente, eles desenvolvem aptidões diferentes da mera conduta econômica, e que do ponto de vista da ação econômica são irracionais, mas que compõem o “espírito empreendedor”, quais sejam, a fé e a esperança. Tais aptidões se aproximam do empreendedor schumpeteriano.

### Introdução

Há a disseminação da idéia, tanto pela imprensa como por alguns trabalhos acadêmicos, de que as organizações religiosas estão se aproximando cada vez mais das empresas contemporâneas, principalmente em termos de estrutura e estratégia. Percebe-se o crescimento da adoção dessa gestão empresarial em muitas igrejas evangélicas e, bem mais recentemente, na Igreja Católica. Geralmente argumenta-se que isso se deve à expansão da lógica econômica (ou racionalidade instrumental) para outras esferas da vida, incluindo a religiosa. Os trabalhos de Peter Berger (2004) mostram que há realmente uma adaptação dessas igrejas a uma situação do mercado, com a adoção de estratégias de comunicação, de *marketing*, e racionalização de seus processos organizacionais. Adicionalmente, é possível afirmar que a esfera religiosa não é meramente adaptativa, mas capaz de influenciar o comportamento econômico ao oferecer visões de mundo e recursos aos adeptos que se ocupam com a atividade empreendedora.

Dessa forma, há a recuperação da tese weberiana de que a tese os valores sociais conformam ações e afetam processos econômicos. Mais especificamente, Weber (2004) procurou mostrar como o ascetismo religioso contribuiu para aumentar a racionalidade da conduta humana contribuindo, assim, para a expansão do capitalismo, uma vez que este sistema, segundo Weber, apóia-se, sobretudo, na organização racional de empreendimentos econômicos (empresas de investimento de longo prazo, oferta voluntária de mão de obra, divisão planejada do trabalho, produção baseada na economia de mercado e criação de uma contabilidade racional).

Este artigo possui “afinidades eletivas” com a tese weberiana e se propõe a analisar a influência que a crença religiosa exerce sobre os seguidores que são empreendedores e qual o tipo de empreendedor é valorizado nas organizações religiosas. Proponho que tais organizações fomentam simultaneamente a racionalidade da conduta e elementos irracionais de ação, aproximando, dessa forma, os empreendedores-adeptos ao tipo empreendedor schumpeteriano.

## Referencial teórico

O tema “empreendedorismo e vida religiosa” remonta à sociologia clássica e tem nos trabalhos de Max Weber (2004) referência obrigatória.<sup>1</sup> O autor foi um dos primeiros a discutir tal tema e abordar os empreendedores sob a ótica da sociologia, ao identificar a contribuição do sistema de valores do protestantismo ascético para o *ethos* empreendedor. Ele distingue o empreendedor capitalista de seu predecessor histórico das sociedades tradicionais por sua busca racional e metódica por ganhos econômicos, pela dependência dos resultados medidos em relação a esses critérios econômicos, pela ampliação da confiança por meio do crédito, e subordinação do consumo aos interesses da acumulação. Esses são os elementos da racionalidade instrumental do ator econômico racional, por meio do qual estabelece uma relação sistemática de adequação entre meios e fins. A investigação do autor estava enfocada na tensão entre a ética religiosa e a vida econômica, que residia no contraste ou afinidade entre a racionalidade orientada a valores e a racionalidade instrumental moderna. Desde então, o tema vem sendo pesquisado sob vários ângulos desta relação, em várias áreas das Ciências Sociais. Do mesmo modo, mas paralelamente, o conceito de empreendedor/empreendedorismo também tem sido estudado de variadas formas e adquirido diferentes conotações e, por isso, merece uma pequena digressão inicial.

O termo empreendedor começa a ser utilizado apenas no século XVIII, para se referir a atores econômicos que introduziam em suas terras novas técnicas de agricultura ou arriscavam seu próprio capital na indústria. Os primeiros esforços teóricos de interpretação da função específica do empreendedor foram elaborados por Richard Cantillon (1680-1734) cuja contribuição foi enfatizar a característica de disposição ao risco e à incerteza inerentes à atividade empreendedora, e Jean-Baptiste Say (1767-1832) que separou conceitualmente a função empreendedora da função do capitalista e associou os empreendedores à inovação, ao considerá-los agentes de mudança (FILION, 1999).

Entretanto, foi Joseph A. Schumpeter quem concebeu o empreendedor de forma a especificar um campo de estudo próprio na economia. Para este autor, o empreendedor é tipicamente o agente que, ao inovar, promove desenvolvimento econômico. De acordo com Schumpeter (1961), o empreendedor é o agente econômico cuja função é desenvolver novas combinações dos fatores de produção. Para promover tais combinações é primordial o crédito, que é provido pela categoria econômica denominada de “capitalistas” e materializado na figura do banqueiro. Tendo a inovação como valor, a ação típica do empreendedor não segue a lógica da racionalidade econômica instrumental, voltada para a satisfação de suas necessidades e maximização de utilidade (MARTES, 2006). O desejo de constituição de um “reino privado”, a “vontade de conquistar”, a satisfação de criar, desenvolver e realizar inovações, dão significado específico à sua ação.

O surgimento das grandes corporações, a expansão do estado de bem-estar social e o crescente aumento da burocratização, processos intensificados nos anos 1950, contribuíram para o declínio de atividades empreendedoras e, paralelamente, o termo perdeu importância na academia. A função do empreendedor foi sendo substituída pelo quadro técnico das grandes empresas; a intuição, a capacidade de perceber oportunidades, a vontade e a força de levá-las adiante foi sendo substituída pela equipe de especialistas e planejamento estratégico; o indivíduo inovador foi sendo substituído pelo departamento de pesquisa e desenvolvimento (LÓPEZ-RUIZ, 2004). Solidificou-se a “sociedade de empregados” (MILLS, 1969), cujo ator não era mais o empreendedor, mas o que Whyte Jr. (1956) chamou de “homem organização”: indivíduos de uma nova classe média que confundem seus objetivos pessoais com os objetivos organizacionais em que trabalham. Contudo, a importância do empreendedorismo ressurgiu nos anos 1980 e, desde então, apresenta-se como um substituto à opção por “fazer carreira” devido às dificuldades surgidas na estrutura funcional do setor público

(enfraquecimento do estado de bem-estar social), a reestruturação produtiva, com a internacionalização e institucionalização de novos padrões de concorrência, e precarização do trabalho. Dentro desse novo contexto, o próprio conceito de empreendedorismo foi revisto e vários autores passaram a associar empreendedorismo com a criação de novas organizações (THORNTON, 1999; ALDRICH, 2005). Esta é também, a definição adotada neste artigo. Especificamos, contudo, que para fins de operacionalização da pesquisa, concebemos *empreendedorismo* como abertura e/ou desenvolvimento de um negócio próprio ou auto-emprego, e *empreendedor* o seu agente.

Mais recentemente, as pesquisas sobre empreendedorismo têm se beneficiado da abordagem da Sociologia Econômica. Esta abordagem enfatiza a cultura (DIMAGGIO, 2003), as práticas sociais e a imersão social (GRANOVETTER, 2007) para analisar ação e processos econômicos. Dentro desta perspectiva, religião é considerada não como um conjunto de idéias concernentes ao sobrenatural ou à transcendência, mas como uma prática social, como “religião vivida” ou “religião como prática”. Dito de outro modo, estudar religião significa adentrar em um intrincado conjunto de práticas, entrelaçadas com a vida cotidiana e, portanto, com as esferas do trabalho, consumo e negócios (WUTHNOW, 2005). Há, portanto, a existência de uma clara dimensão econômica na vida religiosa. O comportamento econômico, socialmente imerso está imerso também nas práticas e relações religiosas (WUTHNOW, 2005).

Isso significa que a orientação da ação empreendedora é também influenciada, por um lado, pelas relações interpessoais, que podem propiciar recursos econômicos, sociais e informacionais e, por outro, por aspectos culturais, como a aprovação do grupo a determinadas atividades econômicas, a aceitação de valores e princípios comunitários. Assim, mais do que pesquisar as formas pelas quais os valores religiosos (ou ética religiosa) dão limites à racionalidade econômica, a abordagem da Sociologia Econômica permite compreender a atividade empreendedora por meio da estrutura social propiciada pela igreja enquanto organização, da cultura religiosa (valores, éticos) e orientação doutrinária/teológica. Dessa forma, a doutrina religiosa dá sentido e motivação à ação empreendedora.

### **Procedimentos metodológicos**

A pesquisa está estruturada em torno de dois estudos de caso. Em cada um deles foi analisado o papel de empreendedores ligados a duas organizações religiosas: a Igreja Renascer em Cristo e a Igreja Católica. A escolha deste desenho de pesquisa é consoante com a tendência indicada por Wuthnow (2005) de que os trabalhos acadêmicos recentes que analisam a relação entre vida econômica e religião são predominantemente qualitativos e utilizam elementos característicos da pesquisa etnográfica. Entendo estudo de caso como uma investigação sobre um “fenômeno contemporâneo dentro do contexto de sua vida real, especialmente quando os limites entre fenômeno e contexto não são claramente evidentes” (YIN, 1984, p. 13). De modo complementar, compreendo o estudo de caso como um *processo* que procura descrever e analisar alguma entidade em termos qualitativos, complexos e compreensivos e seu “deslocamento” um dado período de tempo (MERRIAM, 1998). Esse desenho é particularmente apropriado para situações em que (a) é impossível separar as variáveis do fenômeno do seu contexto e (b) problemas/questões de pesquisa são do tipo “*como*” e “*por que*”, em situações em que o pesquisador não detém controle sobre os eventos (YIN, 1984)

Para a coleta de dados foram utilizadas três técnicas. A primeira, a *observação não-participante*, consistiu de visitas às organizações religiosas (Mariápolis Ginetta e em dois templos da Renascer), às associações empresariais, participação em cultos e encontros de

empresários e conversas informais com seus participantes. A segunda técnica utilizada foi a *entrevista em profundidade* com religiosos e leigos católicos, bispos e religiosos evangélicos, e empresários de ambas as igrejas. E a terceira técnica empregada, análise documental, foi realizada a partir de artigos e reportagens de jornais e revistas, de fôlderes, sites, material publicitário e fotos.

Finalmente, adotei uma perspectiva comparativa para a análise dos dois casos, a partir da dimensão *discursiva* e da *prática*. Para a comparação foram utilizadas ferramentas de análise comuns à pesquisa qualitativa, como a análise de discurso e análise documental.

## Análise e discussão dos casos

### *Empreendedor apostólico*

A Igreja Evangélica Apostólica Renascer em Cristo (IRC) foi fundada em 1986 na cidade de São Paulo por Estevam Hernandez, ex-gerente de *marketing* da Xerox e Itautec. Insere-se na linha neopentecostal, que no plano teológico se caracteriza pela ênfase na “guerra espiritual”, na teologia da prosperidade, e rejeitam usos e costumes de santidade pentecostal e tradicionais símbolos de conversão. Outras características são a adoção de gestão organizacional do tipo empresarial, o uso intensivo dos meios de comunicação – principalmente os eletrônicos –, e a ênfase na arrecadação de dinheiro dos fiéis por meio de dízimos, ofertas nos cultos e doações. A característica doutrinária distintiva da IRC é a ênfase na “restauração”, ou seja, no restabelecimento da harmonia da pessoa em todas as suas dimensões, que foram marcadas por experiências negativas.

Com o tempo, o perfil dos fiéis se caracteriza por serem jovens de classe média baixa e, atualmente, há um importante segmento de empresários e profissionais autônomos que freqüentam a igreja. De acordo com Siepinski (2001), a IRC passou a valorizar mais a adesão empresarial do que a dos jovens. Pensando no segmento dos empresários, em 1996 foi fundada a *Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos* (Arepe), que visa aproximar e apoiar profissionais autônomos, pequenos e médios empresários e aqueles que pretendem iniciar um negócio próprio.

As demais linhas de atuação da igreja concentram-se na Fundação Renascer que, além de administrar projetos assistenciais – como a Casa Lar (residência para crianças abandonadas), Casa Calebe (residências para idosos), e centros de recuperação para dependentes químicos, funciona como uma espécie de “*holding*” que controla a igreja e as organizações ligadas a ela (apresentadas a seguir), a gravadora musical Gospel Records e a distribuidora Point Gospel Renascer; várias emissoras de rádio lideradas pela Gospel FM de São Paulo; a Rede Gospel de Televisão; o ESAR, estabelecimento de ensino privado; a UNIR, portal que oferece cursos à distância que abarca o ensino fundamental a cursos de especialização; a Orquestra Apostólica Renascer em Cristo; o grupo musical Renascer Praise, liderado pela Bispa Sônia (com shows gravados ao vivo no estádio do Ibirapuera); e a Marcha para Jesus, uma passeata na cidade de São Paulo com trios elétricos que tocam músicas *gospel* aberta à várias denominações religiosas e que atrai milhares de pessoas.

O desdobramento do discurso da IRC no campo profissional é a crença de que ser bem-sucedido nos negócios requer não apenas a competência profissional e a racionalidade administrativa, mas algo que é bem mais primordial: a bênção de Deus. E para obtê-la é imprescindível que as ofertas para Deus sejam feitas, sendo a igreja a intermediária nesse processo. Dito de outra forma, o sucesso e o lucro, ou, em termos gerais, a boa *performance* empresarial, são considerados sintomas da *performance* espiritual, que permite a intervenção

do poder sobrenatural de Deus. É pressuposto que realmente o mundo espiritual determina o mundo material. Portanto, antes de tudo, os homens devem ser “guerreiros espirituais”, para que a dádiva divina seja desbloqueada pelas entidades demoníacas por meio de rituais e atividades religiosas – tais como jejum, orações, participações nos cultos e ofertas –, adicionalmente à consagração dos instrumentos de trabalho ou do local. Dessa forma, “é através da participação das práticas rituais da Igreja que o fiel passa a ‘ter Jesus como sócio’ e é marcado para o sucesso financeiro” (MESQUITA, 2003, p. 100). Essas ações são vistas como uma estratégia – “tudo é estratégia”, conforme afirmou um dos entrevistados – porque se está numa guerra.

O mundo é visto como corrompido e decaído, e o mercado (a palavra empregada pelos entrevistados é exatamente esta: mercado) é um reflexo desse mundo, devendo-se, portanto, considerar essa realidade “como ela é” – com a sua lógica e racionalidade econômica – e não tentar modificá-la, ou ainda, melhorá-la em busca de justiça social. Entretanto, se o mercado é corrompido e corrupto, o empreendedor deve agir no mercado sem se corromper. Para isso, ter a Bíblia como orientadora de suas ações é fundamental, pois ela é, de acordo com um dos entrevistados, a “boca de Deus”.

Acreditam eles que a Bíblia é atual na maneira como orienta os negócios e que precisaria apenas de algumas adaptações, tarefa que cabe à igreja. Um dos entrevistados utilizou dois exemplos do Antigo Testamento para exemplificar a capacidade da Bíblia de dar conta, inclusive, do mundo dos negócios. Um deles foi o livro do Gênesis (2, 19-20), no qual pode se interpretar que Deus criou Adão também como um administrador, e que ele, Adão, possuía tamanha capacidade de gestão que conseguiu nomear todos os animais e seres animados do mundo. O segundo exemplo foi que Davi, eleito por Deus para ser rei, pode ser considerado um empresário e, como tal, foi um grande empreendedor ao ampliar imensamente seu reino, sendo bem-sucedido em seus negócios e riquíssimo.

Para esse tipo de empreendedor há um termo específico na IRC: *empreendedor* ou *empresário apostólico*. Sua conduta é pautada na doutrina da igreja, e possui o objetivo geral de ser próspero. De modo mais pormenorizado, possui os seguintes objetivos: suprir sua família (porque acreditam que a principal prioridade é a família) e a igreja; ser *empreendedor* (os entrevistados definiram como aquele que “faz tudo para ser bem-sucedido”, de acordo com a doutrina); e conquistar bens materiais (“ter” é uma consequência de “ser” – servo, ter benção, “limpo” nas intenções). Um dos entrevistados definiu empresário apostólico como “aquele que não tem medo do desafio, enfrenta todas as dificuldades com muita coragem”, ou ainda, “é aquele que persevera, segura, vai para a frente, é ousado, agressivo (no bom sentido), agarra as oportunidades, não é acomodado, é um ‘empreendedor’. Não se conforma com o presente, é um ‘inconformado’”. De fato, o termo “empreendedor” é bastante utilizado, tanto nos cultos da Arepe quanto nas palestras e seminários, sempre no sentido de “se pôr em ação” no campo empresarial, fazer algo que está além do comum entre os empresários. Como na afirmação do entrevistado, o empresário apostólico não é um mero empresário, ele é um empreendedor. Melhor ainda, não é um mero empreendedor, é um empreendedor que conta com a propriedade sobrenatural da fé. São empreendedores que sacralizam o cotidiano.

Essa propriedade é muito enfatizada pela IRC e pelos empreendedores. Um dos entrevistados afirmou que já ocorreram fatos que ele denomina milagres, tais como pagamentos de dívidas de clientes inadimplentes há muito tempo e num momento em que mais necessitava desse pagamento. Outro relata que havia “perdido tudo” após oito meses de seu batizado na IRC porque continuava a viver no pecado, e, por isso, o Diabo atuou em sua vida. Após a retomada de sua fé, a empresa começou a obter melhores resultados e teve um grande crescimento em um ano (aumento de 19 para 50 funcionários), que ele atribui aos votos a Deus, ao pagamento do carnê do Gideão e às ofertas realizadas. E completa afirmando que acontecem fatos sobrenaturais nos negócios, de modo que “se você chega como servo de

Deus [em um cliente], você fecha o negócio”, e nos negócios, “o Espírito Santo fala com você”. A atuação do Espírito Santo é referente ao pedido de discernimento, em oração do fiel-empREENDEDOR, para que seja feita a vontade de Deus naquele momento, porque como “Deus não gosta que a gente retroceda”, Ele “[...] não te coloca em projetos furados”. E complementa: “Quando se está no caminho de Deus, se consegue tudo”. Um terceiro caso, de outro empreendedor, afirma que há um “mover sobrenatural” em seus negócios, pois não entende como tudo dá certo para ele. Por exemplo, diz que não consegue explicar a experiência que teve de receber uma oferta de crédito a juros muito mais baixos que no mercado.

Nesse ponto, é importante sublinhar que “é preciso notar [...] que tal compreensão das circunstâncias do mercado que não lhes proporciona as condições necessárias para a solução dos seus problemas é mediada pela busca do transcendente [...] que pode auxiliá-los mediante as incertezas da vida e dar-lhes a segurança de que necessitam” (MESQUITA, 2003, p. 137). E esse mecanismo é tão eficiente que os entrevistados mostraram sempre muita confiança em si e no mundo espiritual. Tanto que alguns afirmaram que, antes de se preocuparem com o mercado (como a desvalorização do dólar, por exemplo), preocupam-se primeiramente com a vontade de Deus, porque, para um fiel, ser bem-sucedido no primeiro é consequência do discernimento do segundo, ou, como um dos entrevistados enfatizou, “a estratégia é espiritual e tem consequências no material”. Essa fé é traduzida no proferimento constante da frase “milagre não se explica, se vive”, geralmente acompanhada de relatos como este: “[...] não sei como consegui as coisas, não tenho capacidade para tudo o que tenho”.

Em termos mais gerais, posso sugerir que essa fé na atuação divina se traduz em expectativas positivas e otimistas, ensinando aos empreendedores a convivência com o risco de suas ações empresariais, ou seja, a conviverem com o que não pode ser resolvido imediatamente (ou talvez nunca), sem se deixarem angustiar pelas incertezas, pois uma “pessoa de fé” não se deixa abalar facilmente. Ainda mais: nessa perspectiva, as dificuldades são consideradas como coadjuvantes do sucesso porque, conforme um dos entrevistados, “quanto maior o desafio, maior o peso da vitória”, e a perseverança é o elemento-chave para esse sucesso. Isso significa que eles devem traçar objetivos bem claros, sem se preocupar demasiadamente em como esses objetivos serão atingidos, porque terão a “bênção liberada” caso tenham fé e consagrem a oferta (MESQUITA, 2003). Talvez aqui seja possível se afirmar que há um elemento irracional na ação econômica do empreendedor (SWEDBERG, 2005), qual seja, sua esperança (sem bases racionais, no sentido de articulação dos meios com os fins) de que “tudo vai dar certo” devido à ação divina, e a crença de que provavelmente não conseguiria atingir seus objetivos de outra forma. As dificuldades, os riscos e as incertezas são todos subjetivamente amenizados pela certeza de que “vencerá, em nome de Jesus” e não tanto pelo controle, planejamento, metodização e previsibilidade da racionalidade econômica. É interessante notar que há uma orientação valorativa baseada na racionalidade substantiva, que, entretanto, não é exclusiva porque a ação desses empreendedores visa não apenas o cumprimento de um dever em si, mas o alcance de seus objetivos, que são muito claros. Dessa forma, não há tensão alguma entre essas duas racionalidades. Ambas se complementam.

Dois padrões nas biografias pessoais e da empresa me chamaram a atenção e estão relacionados ao “antes e depois” de entrar para a IRC. O primeiro padrão é uma situação anterior de problemas graves pelos quais os empreendedores estavam passando, tais como dependência de drogas, problemas psiquiátricos, angústias existenciais (falta de sentido da vida) e problemas econômicos (expressas pela frase “havia perdido tudo”). Ao realizarem a experiência da conversão – pela qual todos os entrevistados passaram –, conquistaram a “libertação de seus vícios e de seus pecados”, que entendiam serem as fontes de sua condição, e adquiriram um “novo estilo de vida, uma nova concepção de mundo, de eu, de liberdade, enfim uma nova *episteme* [...]” (MARIZ, 1994, p. 218), como sintetizado em uma frase de um

dos entrevistados: “Jesus me tirou do pó”. Ou ainda, “a conversão possibilita a reinterpretação da biografia, das experiências anteriores, fomentando a transformação e a redefinição da identidade, tanto na vida secular quanto na religiosa” (MESQUITA, 2003, p. 106)). Todos os entrevistados consideram a conversão como o marco zero da retomada de suas vidas e do desenvolvimento positivo de seus negócios (“era drogado, estava falido e Deus restaurou”). O segundo padrão, relacionado ao anterior, é a afirmação de que as “coisas boas” foram conseguidas após a conversão e de acordo com o comprometimento nos rituais e nas ofertas. Alguns destacaram que atualmente são menos ricos em termos financeiros do que antes de entrar na igreja, mas são mais ricos levando em conta todas as outras dimensões.

Os empreendedores se tornam bastante comprometidos em atividades da igreja, em seus programas assistenciais e nos ministérios. Existem várias formas de participação. Além da contribuição financeira e do consumo de bens e serviços de empresas vinculadas à Fundação Renascer, é comum se dedicarem dois ou mais períodos por semana para essas atividades. Para ilustrar, um dos entrevistados afirmou que frequenta a igreja de quatro a cinco dias por semana e que participa das seguintes ações e programas: Expresso da Solidariedade, que fornece alimentos a moradores de rua; realiza um trabalho social nas quintas-feiras de arrecadação de mantimentos; uma semana ao mês (terça, quarta, sábado e domingo) trabalha com diaconia (apoio aos cultos e assessoria aos ministrantes); atua no SOS Vida; e participa do grupo que realiza visitas a presídios (feminino e polícia civil). Outro caso é a de um empresário que disse que estava abastecendo seu carro no início da tarde – era em torno das 14h00 – e ao ouvir a voz de Deus se dirigiu à igreja, chegando às 15h30. Uma de suas tarefas foi visitar, juntamente com um grupo, uma pessoa com câncer que estava em fase terminal. Segundo ele, após as orações, a pessoa conseguiu se reanimar, e, em tom de brincadeira, exclamou que “Jesus está bombando!”. Outra forma de participação é a realização de cursos no Centro de Estudos Renascer para o aprimoramento da doutrina e das práticas eclesiais. É comum os empresários se tornarem membros da estrutura eclesial: há diáconos, presbíteros e bispos.

Além de os empreendedores trabalharem voluntariamente na igreja e de se inserirem na estrutura eclesial, desenvolvem também entre si uma forma de solidariedade. Há casos de empresários que, por atuarem nos mesmos grupos de ação assistencial, estreitaram seus laços e passaram a trocar conhecimentos não apenas religiosos, mas também técnicos. Pelo que consegui apreender, a troca de conhecimentos técnicos se circunscreve a pequenas dicas e orientações de negócios, e as vantagens decorrentes nesses casos é uma consequência – desejável, mas não inteiramente intencional. Alguns dos entrevistados afirmam que fazem orações juntos e esporadicamente prestam pequenos serviços religiosos uns aos outros, como um caso em que um dos entrevistados foi abençoar a empresa de outro empreendedor, colocando um óleo (denominado “óleo ungido”) ao redor de sua empresa.

Em resumo, o apoio prestado pelos empreendedores à igreja se dá por meio de trabalho voluntário, dízimo e ofertas, do desenvolvimento de sua educação religiosa, por meio dos cursos, e da ajuda realizada informalmente entre os empreendedores, devido à convivência nos mesmos projetos e ações.

### *Empreendedor da EdC*

O *Movimento dos Focolares* (MF) é um movimento eclesial e civil da Igreja Católica, iniciado por Chiara Lubich (1920-2008) em 1943 na Itália. Atualmente é difundido em 182 países, com a participação de 140 mil membros internos e em torno de 2,1 milhões de aderentes e simpatizantes. A sua característica principal é a espiritualidade da unidade, e o compromisso estabelecido entre seus membros é o de viver o “mandamento do amor

recíproco”. Esses dois elementos constituem o que chamam de “paradigma da unidade”, que significa a vivência do amor recíproco de modo a construir a unidade (com pessoas, povos, outras denominações religiosas, e na própria igreja católica). Dentro desta perspectiva, o objetivo oficial do MF é a de “contribuir para a fraternidade universal”. No Brasil, o MF iniciou em 1959 na cidade de Recife, com a chegada da Itália, juntamente com outros três focolarinos, de Ginetta Calliari (1918-2001).

O MF possui a seguinte estrutura organizacional: há uma presidente (Chiara Lubich até sua morte em março de 2008) que dirige o movimento, auxiliada por uma co-presidente e um conselho. Há os Focolares, pequena comunidade formada de homens ou mulheres (separadamente), em torno de quatro a cinco membros – que são leigos consagrados (fazem os votos de pobreza, castidade e obediência) denominados de focolarinos e focolarinas – e que moram geralmente em uma casa que serve como local de encontros e de referência para seus participantes. No Brasil, estão presentes em todas as capitais e em algumas cidades do interior. Há também os focolarinos casados, que moram com suas famílias. E, finalmente, as Mariápolis Permanentes são pequenas comunidades onde famílias, jovens, padres, e religiosos moram e trabalham de forma comunitária, constituindo-se também como centros de formação social e religiosa do MF, onde inclusive são formados os novos focolarinos(as). Os Centros Mariápolis são locais de encontros (como conferências, congressos, palestras) para os membros e simpatizantes do MF.

Uma das atividades dos MF no campo econômico é denominada de *economia de comunhão* (EdC). Proposta por Chiara Lubich, a EdC teve início no Brasil em 1991 e tem como objetivo principal a “transformação cultural da vida econômica e empresarial”, tendo doutrinação o “paradigma da unidade”, acima mencionado. Um dos desdobramentos práticos do projeto é disponibilizar parte dos lucros das empresas aos mais pobres, suprindo necessidades básicas – tais como alimentação, vestuário, higiene, assistência médica, educação básica e habitação – e/ou oferecendo postos de trabalho para esses pobres.

A atividade mais significativa promovida pela EdC é o *Pólo Empresarial Spartaco*. O pólo foi criado em 1994 com a intenção de ser um modelo para a construção de outros pólos no mundo. Ligado à Mariápolis Permanente Ginetta, está localizado no município de Cotia (SP), e abriga sete empresas num regime de condomínio, administrado pela *holding* Espri S.A. (Empreendimentos, Serviços e Projetos Industriais), empresa que dá suporte estrutural à EdC no Brasil. A Espri canaliza recursos para as empresas sob a forma de participações que são feitos por intermédio de subscrição de cotas de capital, cuja propriedade é conservada pelos participantes (atualmente cerca de 3.600 acionistas), mesmo sem ter expectativas de lucro num prazo definido. As empresas que atuam no pólo Spartaco são: AVN Embalagens Plásticas Ltda., Ecoa-Ar Indústria e Comércio Ltda. (indústria e comércio de produtos de limpeza), La Tunica Indústria e Comércio Ltda. (indústria de confecção), Uniben Fomento Mercantil Ltda. (*factoring* e seguros), KNE Plásticos Indústria e Comércio Ltda. (indústria e comércio de rotomoldagens), Prodiel Farmacêutica Ltda. (comércio atacadista de medicamentos), e a própria Espri. Ainda fazem parte do pólo mais três empresas que, pelo ramo de atividade, estão localizadas fora do seu território: Escola Aurora (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio), Policlínica Ágape (especialidades médicas e apoio diagnóstico), e Comunione (escritório de contabilidade).

O desdobramento do discurso e das práticas do MF no campo profissional foi institucionalizado na EdC, projeto no campo econômico conduzido pelo setor Humanidade Nova. O teor da ética do trabalho é totalmente congruente com o discurso oficial da Igreja Católica, com ênfase em alguns componentes provindos da espiritualidade da unidade, como o amor evangélico e a pobreza escolhida – que serão abordados a seguir. Para que os negócios sejam bem-sucedidos, são consideradas primordiais a competência profissional e a racionalidade econômica, mas, além disso, são necessários que outros juízos racionais não

econômicos sejam considerados nessa equação. Como a EdC é considerada pelos membros como um projeto de Deus conduzido pelos homens por meio do MF, são inseridos no campo econômico critérios provindos da esfera religiosa e que dão um caráter diferente à idéia de ser bem-sucedido.

Para um desses empreendedores da EdC – definido por um dos entrevistados como “alguém que põe seus talentos a serviço dos irmãos, para melhorar sua condição material, mas, sobretudo, para promover a fraternidade no mundo” –, mais importante que os resultados financeiros é a maneira como o processo de gestão é conduzido em direção aos objetivos da EdC. “Trabalhar não para produzir lucros, mas produzir lucros para construir uma nova cultura”, como afirmou um dos entrevistados, é um bom resumo dessa visão de mundo. Nela, o objetivo empresarial possui uma conotação transcendente – construir a nova cultura, ou seja, a cultura do dar e, de modo mais amplo, contribuir para a construção do “paraíso terrestre” – e é materializado na ajuda aos pobres e no estabelecimento de relacionamentos de reciprocidade (amor mútuo). Sobre este último, o “amar a todos” é considerado como o meio e fim da ação empresarial. Para os empreendedores, o amor evangélico é o principal motivador de suas ações sociais, como a ajuda financeira aos pobres cadastrados no MF e o esforço de pagar em dia e integralmente seus impostos (cf. FERNANDES, 2007).

Como ilustração, a seguir é reproduzida a fala de um empreendedor, entrevistado acerca de como agiu em uma situação particular tendo como orientação amor evangélico, que o levou a uma atitude de paridade com seus funcionários:

Nestes dias de feriado de Natal fizemos o inventário de estoque. Mais de 2.500 itens para serem contados. Isso significa que devíamos ver em cada produto: quantidade, código de barras, lote, vencimento, endereço, marca, fabricante, substância etc. Imagine o trabalho. Trabalhamos dia 22, 23 e 24 até às 12h. Mais de 80 pessoas envolvidas divididas em várias equipes. De minha parte foi natural estar envolvido numa destas equipes, fazendo aquilo que todos deviam fazer. Para mim, algo normal, mas para muitos um verdadeiro espanto e motivo de muita alegria. Senti claramente um ambiente leve, porém, de muito trabalho e responsabilidade. Eu não participei por ser exemplo ou cobrar dos outros. Mas porque, na nova cultura da EdC com a qual estou envolvido (do amor no ambiente de trabalho e da gratuidade das nossas ações), dizia-me que deveria estar ali, ao lado de todos, vivendo a realidade que todos vivem... É claro que no dia 26 retornarei às minhas atividades que os outros não poderão fazer.

Há um fator interessante aqui. O empreendedor se assume como tal não apenas na esfera econômica, mas também na esfera religiosa, por meio do projeto da EdC. Nesse projeto, ele é um membro do Movimento, mas simultaneamente um empreendedor da EdC e, devido a isso, assume algumas responsabilidades, como dar seu testemunho como empresário, tentar aplicar na prática gerencial os princípios do Movimento, e receber os pedidos de estudantes e pesquisadores que os procuram para seus trabalhos. Pode-se falar, então, de uma dupla imersão (*double embeddedness*) do empreendedor: ele está simultaneamente imerso no contexto institucional do capitalismo de mercado e no contexto cultural ou rede de relações sociais religiosas.

Um dos efeitos da imersão nesse contexto cultural é que a conduta dos empreendedores é orientada por fortes convicções religiosas, a ponto de considerarem que todas as dimensões da vida são “inundadas” pelo *ethos* religioso. Em outros termos, “[...] tratar do ‘elemento Divino’ significa tratar de todos os demais, visto que esse fator perpassa, sustenta, sintetiza e viabiliza tudo o que existe, no real e no imaginário” (PINTO, 2004, p. 307. Grifo original). Isso quer dizer que modelos de gestão formais são adotados pelos empreendedores e coadunados com os princípios da espiritualidade da unidade, em uma

tensão constante entre a ética da responsabilidade e da convicção (nos sentido weberiano), ou seja, há um esforço para equacionar a responsabilidade de manter a empresa competitiva e os valores religiosos com os quais se está comprometido. Esse esforço é devido à busca da manutenção da coerência da visão de mundo da espiritualidade da unidade, que é considerada como universal e, portanto, não é condizente com o “relativismo ético”, ou seja, com a adoção de critérios acerca do certo/errado, justo/injusto, lícito/ilícito, que se modificam de acordo com a situação ou esfera em que se encontram (familiar, econômica, religiosa). E essa crença pode levar algumas vezes à tomada de decisões econômicas motivada por razões não econômicas, como ilustra o relato a seguir:

Certa vez, um cliente nos solicitou um pacote turístico para Europa. Custava em torno de US\$ 2.700 para cada pessoa, e como viajaria o casal, o preço seria o dobro. Fizemos as reserva e combinamos tudo com os clientes. Quando fomos fazer o pagamento com a operadora internacional, ela nos informou que aquele pacote tinha entrado em promoção naquela semana e que custaria em torno de 30% a menos. Como já estava tudo combinado com os passageiros, poderíamos ter ficado com este desconto para nós, sem repassá-lo ao cliente. Porém, procurando agir com honestidade e a ética nos relacionamentos, repassamos todo o desconto para os clientes, mesmo sabendo que, nesse caso, nossa comissão também seria reduzida.

O sentimento de pertencimento à comunidade focolare é tão importante que há uma denominação especial a esse estilo de vida: espiritualidade coletiva. O participante entende que a sua atuação como empreendedor da EdC não diz respeito apenas ao âmbito pessoal ou de sua organização econômica, mas ao conjunto da organização religiosa. Esse compromisso com o MF e o projeto EdC é evidenciado em dois aspectos. Primeiro, um motivo primordial para eles se tornarem empreendedores ou, já sendo, para aderirem ao projeto EdC é “darem uma resposta ao pedido de Chiara”, como costumam dizer. De acordo com o relato de um deles, “nossa experiência começou com um grupo de amigos que, entusiasmados pela proposta de Chiara sobre a EdC, não poderia ficar parado, de braços cruzados”. Dessa forma, eles vêem o “ser empreendedor” não apenas como uma função – como em Schumpeter – mas também como uma vocação<sup>2</sup> – que exige competências profissional e espiritual – para participar da construção coletiva do que denominam de cultura do dar. O segundo aspecto é o senso de missão e risco que assumem conscientemente em favor de um projeto coletivo. Segundo o relato de um dos empreendedores, “naquela época [1998] todos nós tínhamos nossos próprios empregos, em boas empresas, porém o amor que nascia em nós pela EdC fazia vislumbrar que, no futuro, todos trabalharíamos juntos [grupo de amigos]”. Segundo um dos entrevistados, arrisca-se inclusive a própria empresa “por amor”, no sentido de que a vivência de valores religiosos – que, por sua vez, tem conseqüências éticas na conduta econômica do empreendedor – pode acarretar algumas desvantagens competitivas, como o caso de um empreendedor que relatou que alguns clientes o vêem como “não-parceiro” porque o modelo de negócio proposto por eles é incompatível com o seu padrão ético. Arriscam-se também ao procurar contribuir com o projeto ao instalarem suas empresas ou suas filiais no pólo empresarial. Certamente são feitos cálculos de viabilidade econômica – podendo-se dizer que o risco possui um certo grau de cálculo –, porém, como relatou um empreendedor, ele não se instalaria no pólo se não fosse pelo projeto da EdC. Arriscam-se ainda ao doar parte dos lucros de acordo com os propósitos da EdC, o que, apesar de ser feito com cautela, diminui o valor que poderia ser reinvestido na empresa.<sup>3</sup>

Essa abnegação – ou ainda, esse sacrifício de arriscar-se – é parte do que no MF se denomina *pobreza escolhida*. Acredita-se que o empreendedor de EdC deva ser “pobre”, ou seja, adotar livremente um estilo de vida sóbrio porque se entende que os bens e as coisas

devam ser colocados em circulação, considerando-os como dádivas (BRUNI, 2005). O acúmulo de capital para proveito próprio e o consumismo são desencorajados porque não estimulam a comunhão, e, portanto, não levam à cultura do dar. Esse estilo de vida com fins religiosos, de acordo com a crença do MF, tem como resultado a atuação do “sócio invisível”, termo usado para designar a Providência Divina. Os empreendedores contam com essa atuação principalmente em momentos de dificuldades. Um dos entrevistados atribui ao sócio invisível acontecimentos como, por exemplo, a geração de negócios imprevistos, o pagamento de uma dívida no momento em que mais precisava, e a não efetivação de um negócio que poderia ser nocivo à empresa. Dessa forma, as angústias, os riscos e as incertezas são amenizados subjetivamente pela garantia da atuação do sócio invisível, caso as condições necessárias (amor mútuo, Jesus em meio) estejam presentes.

Dois padrões nas biografias dos empreendedores me chamaram a atenção. O primeiro é que eles não vêm de uma experiência de conversão, mas de continuidade, pois geralmente são membros internos, aderentes ou simpatizantes do MF. Alguns relatam certas mudanças de ênfase em relação ao seu trabalho, ao se esforçarem para transpor o conjunto de princípios, crenças e valores do MF para a prática administrativa. Entretanto, o mais comum é que a adesão à EdC seja entendida mais como uma continuidade daquilo que o empreendedor vivenciava na organização religiosa, com a diferença de que a EdC organizou e categorizou as ações religiosas no campo econômico. O segundo padrão é o histórico de uma inclinação pela busca de justiça social por parte dos empreendedores. Por exemplo, como afirmou um dos entrevistados, “[...] minha atividade empresarial da época [antes de entrar para a EdC] não preenchia meus anseios mais profundos de ajudar na construção de uma nova realidade social a partir da atividade econômica. [...] A EdC e tudo aquilo que ela compreende foi a resposta”. Essa fala ilustra uma ponderação comum entre os empreendedores, de que a EdC “é a resposta” para seus anseios, ou, em outros termos, sua fornecedora de sentido, principalmente pelo caráter de grupo ou comunitário do projeto, pela delimitação de propósitos claros e pela criação de uma “tecnologia religiosa”, da adequação de valores religiosos às ações orientadas economicamente.

Além do projeto EdC, os empreendedores também são bastante empenhados em outras atividades do MF. Para citar algumas, assumem compromissos de organizar eventos, participam de grupos – como Famílias Novas –, encontros de comunidade,<sup>4</sup> encontros de voluntários, encontros de focolarinos casados, e fazem visitas periódicas ao focolare local. Esse envolvimento faz com que muitos empresários se relacionem em outros espaços, além dos frequentados por conta do projeto de EdC, fortalecendo os laços de solidariedade que, por sua vez, intensificam os vínculos entre os empreendedores no próprio projeto.

### Comparação

Ambas as organizações possuem uma denominação especial para seus empreendedores-membros: empreendedor apostólico (IRC) e empreendedor da EdC (MF). Há uma crença comum segundo a qual a competência profissional e a racionalidade administrativa são elementos necessários, mas não suficientes, para o bom desempenho empresarial. Há o acréscimo fundamental da propriedade sobrenatural da fé, qual seja, Deus atua nos negócios. Dessa forma, há uma “mão invisível” não mais *do* mercado, mas *no* mercado.

O empreendedor apostólico tem o objetivo de ser próspero com base na doutrina da IRC. Ele tem a função de suprir a família e a igreja, de conquistar bens materiais, e de ser um empreendedor, entendido como “aquele que faz tudo para ser bem-sucedido”. Seu sucesso, o lucro e a boa *performance* empresarial são decorrentes da *performance* espiritual,

significando que não basta adotar estratégias empresariais, pois deve se levar em conta – se não for a mais importante – a estratégia espiritual, que consiste na observação das “leis espirituais” e na transformação do empreendedor em um “guerreiro espiritual” em constante luta contra os “inimigos invisíveis”<sup>5</sup> que insistem em reter sua prosperidade. Para essa estratégia, Jesus deve ser considerado um sócio e a Bíblia, o melhor livro para a orientação dos negócios, com as devidas atualizações. Para o empreendedor, há uma relação diretamente proporcional entre a condução moral de acordo com os princípios religiosos e observação de rituais, e o fato de ser financeiramente bem-sucedido. Numa palavra, o “ter” é uma consequência do “ser”.

Diferentemente, o empreendedor de EdC tem como objetivo ajudar a construir a cultura do dar (como é entendida no MF) na esfera econômica. Tem a função de transformar sua empresa em um instrumento de justiça social e em uma pequena comunidade onde deve estar presente a espiritualidade da unidade, para ser testemunho da veracidade do projeto EdC para que o “mundo creia” (Evangelho segundo São João 17, 21). Para esse empreendedor, ser bem-sucedido nos negócios significa não apenas ter bons indicadores econômicos, mas ser capaz de cumprir os objetivos da EdC, o que inclui o seu próprio modo de vida (pobreza escolhida), e de agir de acordo com o *ethos* focolarino. Em situações de dificuldade confia na participação do “sócio invisível”, que atua na medida em que o empreendedor, para usar uma expressão popular entre os membros do MF, “faz sua parte” – ou seja, cumpre os critérios materiais (dos negócios) e espirituais. Entretanto, o primordial é a vontade de Deus, o que pode significar que essa dificuldade não seja contornada, resultando em um “fracasso glorioso”, que fornece sentido aos aspectos negativos da vida em geral e dos negócios em particular, o que em termos práticos pode assumir o caráter de renúncia e desapego. Para o empreendedor de EdC, o “ter” e o “ser” estão em função do “dar”.

Tanto para os empreendedores apostólicos como para os de EdC, os espaços de incerteza das circunstâncias do mercado são preenchidos pelo transcendente, que lhes dá sentido e a segurança subjetiva necessária para agirem. O sentido é tanto para aspectos positivos – como fatos considerados inexplicáveis (por exemplo, o recebimento inesperado do pagamento de uma dívida) atribuídos à providência divina – quanto para aspectos negativos, atribuídos à ação demoníaca (no caso da IRC) ou aos sacrifícios, o que leva à santificação. Adicionalmente, às categorias empreendedor apostólico e de EdC é inerente um conjunto de normas que prevêem prêmios ou sanções internas e externas (por exemplo, “doar parte do lucro”). Como afirmou Weber,<sup>6</sup> isso acontece na medida em que a crença religiosa se mantém viva – e, pelo entusiasmo com que praticam sua religião, parece que de fato se mantém –, fazendo com que a ação empreendedora seja facilitada por essas normas, que dão coerência às duas esferas, econômica e religiosa, por meio de um vocabulário único e critérios de ação.

Relacionado a isso, é importante mencionar que, desconsiderando as pequenas diferenças de ênfase e vocabulário, ambas as organizações legitimam atitudes que podem coincidir com o comportamento empreendedor, tais como “aproveitar as oportunidades”, “ser perseverante”, “não ter medo do desafio”, “agir com coragem”, “não ser acomodado”, “ter iniciativa”, além de oferecer o que chamo de *tecnologia religiosa*, isto é, um conjunto de normas e técnicas de comportamento e disciplina emocional por meio das quais se consegue que as coisas sejam feitas, normas e técnicas essas legitimadas pela religião e adaptáveis ao contexto dos negócios.

Há duas consequências disso. A primeira é que há uma influência, na esfera econômica, dos respectivos *ethos* religiosos das organizações na medida em que os empreendedores adotam essas tecnologias na sua atuação no mercado,<sup>7</sup> de maneira que não é verdadeira a frase “negócios são negócios, religião à parte”. Aliás, no que pude apreender dos dados, a esfera religiosa se entrelaça com a econômica de modo a se tornar determinante em alguns aspectos, o que se manifestado em casos como a doação de parte do lucro para as

organizações – o que pode, de certa forma, descapitalizar a empresa. Essa questão da doação é um bom exemplo. Além do fator negativo da descapitalização – em termos financeiros, porém significativamente positivo para o empreendedor –, durante as entrevistas pude perceber a clara disposição dos empreendedores de desejarem aumentar os lucros para que seja possível doar ainda mais para as respectivas organizações. Essa disposição pode se transformar em um fator positivo para os negócios por conta da busca de eficiência empresarial por motivos religiosos, e não *apenas* por motivos econômicos. E aqui pode haver uma evidência de que a religião possui certo grau de influência na busca de eficiência organizacional.

E isso leva à segunda consequência. Os motivos religiosos, aliados às tecnologias religiosas, proporcionam ao empreendedor sentido e aprendizagem acerca de aspectos comportamentais como o autocontrole, enfrentamento de problemas e relacionamento com as pessoas. Houve relatos de casos em que o empreendedor afirmou que aprendeu com a religião a ter mais equilíbrio emocional e menos ansiedade na vida pessoal e profissional, o que influenciou o modo como lida com os assuntos de negócio. Outro afirmou que aprendeu a se relacionar melhor com as pessoas e valorizá-las no seu ambiente de trabalho, o que aperfeiçoou sua atuação como empreendedor. Outro ainda revelou que a religião lhe proporcionou um objetivo de vida, que conseguiu transpor para os seus negócios, o que lhe deu uma “satisfação muito grande”. É certo que essa causalidade precisa ser mais bem investigada, mas, como se trata do sentido que o agente atribui à relação entre sua participação em uma organização religiosa e seu papel como empreendedor, vejo que há indícios importantes de que a religião desenvolve aptidões indispensáveis para a prática empreendedora que podem repercutir na sua conduta econômica racional. Digo mais: pode desenvolver aptidões diferentes da mera conduta econômica, e que do ponto de vista da ação econômica são irracionais, mas que compõem o “espírito empreendedor”. Cito duas delas.

A primeira é a *fé*. Para o empreendedor schumpeteriano, quando em determinados momentos de incerteza, nos quais o indivíduo está sem os dados necessários para decidir e sem as normas de conduta, é necessário que ele dê um “salto no escuro”, ou seja, sua ação tem que ser realizada sem que ele elabore todos os procedimentos racionais do que há para fazer. Não há informações suficientes nem são conhecidas todas as consequências da ação, o que limita a ação racional em termos de adequação entre meios e fins. Dessa forma, o êxito dependerá também da intuição desse empreendedor. Nesse caso, o “salto no escuro” é equivalente à fé ou confiança na Providência do empreendedor apostólico ou de EdC, e suas exitosas intuições nos negócios diante das incertezas do mercado são atribuídas ao Espírito Santo ou a Jesus em meio. Em outras palavras, a aptidão desenvolvida de ter fé em momentos de incerteza, imprevisibilidade ou dificuldade, os impulsiona nesse particular a agirem de modo semelhante ao empreendedor descrito por Schumpeter.

A segunda é a *esperança*. Relacionado ao primeiro, o “salto no escuro” do empreendedor também é motivado pela esperança de que agindo de acordo com a vontade de Deus tudo vai da certo, de um jeito ou de outro, mesmo que num primeiro momento haja dificuldades ou prejuízos decorrentes da decisão. No final das contas, ele *espera* que o resultado de suas ações seja *o melhor* porque, além de suas habilidades e conhecimentos, conta com a ação divina (o empreendedor não age apenas “com suas próprias forças”), tanto no discernimento das decisões quanto no encadeamento dos fatos. Dessa forma, a esperança na ação divina e num horizonte de êxito faz com que eles suportem consideravelmente e de uma maneira especial as possíveis adversidades que uma decisão acarreta.

Agora chamo a atenção para as diferenças dos padrões biográficos. Os empreendedores apostólicos geralmente possuem um histórico de algum problema grave que os fizeram se converter à IRC, que os “libertou”: dependência de drogas (lícitas ou ilícitas), problemas psiquiátricos (como síndrome do pânico), angústias existenciais ou problemas financeiros. Ademais, afirmam que a qualidade de vida atual é bem melhor que a anterior

(antes de ingressarem na igreja). Por sua vez, os empreendedores da EdC não provêm de uma experiência de conversão, mas de uma continuidade de sua trajetória no MF, e possuem um histórico de busca ou sensibilidade ao tema da justiça social. Essas características me levam a propor a seguinte diferenciação: enquanto o empreendedor apostólico está associado com uma dimensão terapêutica – coerente com a ênfase da “restauração” da IRC –, o empreendedor da EdC está associado a uma dimensão de missão, relacionado ao seu comprometimento com o desenvolvimento do projeto de EdC.

Há uma diferenciação que parece ser também uma tendência de aproximação de tais empreendedores. Tenho a impressão de que, da mesma maneira que o incentivo ao empreendedorismo, com o pedido explícito para que se constituam empresas, no MF estimula de forma não intencional a iniciativa individual – em contraste com a iniciativa coletiva, sempre enfatizada pelo movimento –, na IRC parece ter como consequência não intencional uma consciência de grupo e a mobilização/organização de um projeto coletivo por meio da Arepe.

Um ponto de toque entre esses empreendedores é o forte comprometimento com as respectivas organizações religiosas. É comum participarem intensivamente de atividades eclesiais, ações assistenciais, encontros, palestras e seminários, muitas vezes apenas para prestigiar ou oferecer ajuda na organização desses eventos. Um traço desse comprometimento é a ajuda mútua entre esses empreendedores. Além do fortalecimento dos laços sociais provenientes da coincidência da participação conjunta em grupos que ambas as organizações possuem (como as de ação assistencial, por exemplo), a ajuda mútua é em decorrência da formalização do papel dos empreendedores – por meio da Arepe e da EdC – o que facilita empréstimos de dinheiro, bênção de empresas (no caso da IRC), transferência de tecnologia (no caso da EdC), conversas sobre problemas na empresa, entre outros, sendo a organização religiosa uma “avalista” informal, no sentido de que as interações entre estranhos ocorridas no interior dessas organizações possuem um grau de confiança maior do que entre estranhos na maioria das organizações seculares ou na sociedade. Uma diferenciação da ajuda mútua entre os empreendedores das duas organizações que pode ser aventada é que o MF possui canais mais estruturados que facilitam essa ajuda.

### **Considerações finais**

Este artigo procurou abordar a influência que a crença religiosa – em sua forma organizacional de igreja – exerce sobre seus empreendedores-membros enquanto freqüentadores da esfera econômica. Essa influência foi considerada neste trabalho como intencional e objetivada nas categorias empreendedor apostólico e empreendedor da EdC.

A tese weberiana segunda a qual o empreendedorismo não se desenvolve apenas com atos motivados por interesses econômicos, mas também por normas e valores internalizados, é amplamente sustentada pela pesquisa. No caso das experiências aqui analisadas, a motivação religiosa-normativa, legitimada por um ideal secular de justiça social é enfatizada entre os empreendedores católicos. Como decorrência, a principal preocupação deste grupo é refutar a tríade relacional entre economia-individualismo-egoísmo. No caso da experiência neopentecostal, a ênfase recai sobre as conveniências do pertencimento, sendo que seu discurso apela para um “novo tipo” de chamado secular, mas sacralizado de ser um empreendedor bem-sucedido financeiramente, que Deus concede a todos desde que abençoados pela igreja, e não mais como predestinados, tal qual no calvinismo. Nesse sentido, ser bem-sucedido adquire um caráter quase coercitivo de um dever para com Deus, o que acaba por reforçar o papel da igreja nos negócios.

Destacou-se que tanto para os empreendedores apostólicos como para os de EdC, os espaços de incerteza das circunstâncias do mercado são preenchidos pelo transcendente, que lhes dá sentido e a segurança subjetiva necessária para agirem. O sentido é tanto para aspectos positivos quanto para aspectos negativos da realidade social e econômica, e faz com que os empreendedores considerem a *performance* espiritual como diretamente relacionada com a *performance* empresarial.

Também se viu que as organizações religiosas oferecem aos empreendedores o que foi denominado de tecnologia religiosa que, aliado às motivações religiosas, pode desenvolver aptidões diferentes da mera conduta econômica, e que do ponto de vista da ação econômica são irracionais, mas que compõem o “espírito empreendedor”, quais sejam, a fé e a esperança. A primeira – a aptidão desenvolvida de ter fé em momentos de incerteza, imprevisibilidade ou dificuldade – os impulsiona nesse particular a agirem de modo semelhante ao empreendedor descrito por Schumpeter. A segunda – a esperança na ação divina e num horizonte de êxito – faz com que eles suportem consideravelmente e de uma maneira especial as possíveis adversidades que uma decisão acarreta.

Adicionalmente, em ambas as experiências econômicas há um misto de valores e interesses com doses diversas em cada uma delas. Na IRC, parece haver a prevalência da racionalidade econômica na orientação de suas ações. Arrisco-me a afirmar que parte das adesões é por interesses ideais-religiosos, para contribuir com a expansão da igreja na esfera econômica, e a outra parte é por interesses materiais, pela conveniência dos apoios que o adepto poderá receber. Na EdC parece haver adesões mais relacionadas pela causa que o projeto instiga do que pela conveniência que ele pode proporcionar. Enquanto na IRC a razão de ser da Arepe é o apoio ao empreendedor, a razão de ser da EdC é o empreendedor oferecer apoio aos mais pobres, coerentemente com as normas de conduta do movimento. Em outras palavras, enquanto na IRC o apoio ao empreendedor é o fim, no MF é o meio para a consecução de um projeto econômico mais amplo.

## Notas

<sup>1</sup> Parte desse artigo é uma versão de Serafim e Martes (2007).

<sup>2</sup> De acordo com o *Dicionário Houaiss*, “vocação” se origina do latim *vocatio*, *-onis*: “ação de chamar; intimação, convite”. Portanto, há uma relação entre o “chamado de Chiara” e a idéia de ser empreendedor como uma vocação.

<sup>3</sup> Uma importante questão a colocar são os motivos que levam alguns empreendedores que freqüentam o MF a não aderirem à EdC. Segundo os entrevistados, alguns desses motivos são: 1) às vezes um empresário do movimento tem sócios que não estão interessados em aderir, e ele não fica livre para aderir como uma empresa; 2) a empresa não alcançou uma solidez ou passa por momentos de crise; 3) e, no caso de (2), se ele fizesse parte da EdC, poderia ser um contra-testemunho. Dessa forma, não se sente digno – porque podem notar que ele não tem capacidade de gerir de forma positiva, de não ter lucro; 4) pensam que fazer parte da EdC é dar o lucro apenas, mas não é isso: a EdC é “dar a vida”; então há falta desse entendimento, e isso mostra a falta de formação de alguns empresários, o que motivou a criação de escolas de formação.

<sup>4</sup> São reuniões mensais das Palavras de Vida abertas a todos. Palavras de Vida são textos de reflexão espiritual atribuídos a Chiara, e os membros são convidados a viver aquele mês conforme a reflexão.

<sup>5</sup> A expressão é minha e corresponde aos demônios do mundo espiritual. O objetivo é contrastar com a expressão “sócio invisível” criada pelo MF.

<sup>6</sup> “Uma ética ancorada na religião destina para o comportamento por ela suscitado *prêmios psicológicos* (não de caráter econômico) bem específicos altamente eficazes enquanto a fé religiosa permanecer viva [...]. Só na medida em que esses prêmios funcionam e sobretudo quando agem (e o decisivo é isto) numa *direção* que se afasta bastante da doutrina dos teólogos [...], consegue a fé religiosa uma influência autônoma sobre a conduta da vida e, através dela, sobre a economia [...]”. (WEBER, 2004, p. 178-179, nota 34. Ênfase no original.)

<sup>7</sup> Ênfase essa característica para contrastar com a afirmação inversa de que há uma inundação da esfera religiosa pela econômica, sendo essa última a abordagem ou conclusão mais comum nos textos acadêmicos.

## Referências

- ALDRICH, H. E. Entrepreneurship. In: SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. (Eds.). *The handbook of economic sociology*. 2<sup>nd</sup> ed. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2005. p. 451-477.
- DIMAGGIO, P. Aspectos culturais da acção e da organização econômica. In: PEIXOTO, J.; MARQUES, R. *A nova sociologia econômica: uma antologia*. Oeiras: Celta Editora, 2003. p. 167-194.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 5-28, 1999.
- GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE-eletrônica*, v. 6, n. 1, Art. 5, jan./jun. 2007.
- LÓPEZ-RUIZ, O. J. *O ethos dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. Campinas, 2004. 375 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas.
- MARIZ, C. Libertação e ética. In: ANTONIAZZI, A. et al. *Nem anjos nem demônios: Interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 204-224.
- MARTES, A. C. B.; RODRIGUEZ, C. L. Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. *Empreendedorismo além do plano de negócios*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 67-88.
- MARTINELLI, A. Entrepreneurship and Management. In: SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. (Eds.). *The handbook of economic sociology*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1994. p. 476-503.
- MESQUITA, W. A. B. *Em busca da prosperidade: trabalho e empreendedorismo entre neopentecostais*. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.
- MILLS, C. W. *A nova classe média [White Collar]*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969.
- SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961. p. 81-129.
- PINTO, M. C. S. *A economia de comunhão sob o olhar da teoria dos stakeholders*. 2004. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2004.
- SERAFIM, M. C.; MARTES, A. C. B. *Sobre Esta Pedra Edificarei a Minha Empresa: Organizações Religiosas e o Incentivo ao Empreendedorismo*. Anais do XXXI EnANPAD, promovido pela Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), Rio de Janeiro, 23-26 set. 2007.
- SIEPIERSKI, C. T. *"De bem com a vida": o sagrado num mundo em transformação*. São Paulo, 2001. 226 p. (Doutorado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- SWEDBERG, R. *Max Weber e a idéia de Sociologia Econômica*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ; São Paulo: Beca Produções Culturais, 2005.
- THORNTON, P. H. The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, v. 25, p. 19-46, 1999.
- WEBER, M. *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- WHYTE JR., W. H. *The organization man*. New York: Simon & Schuster, 1956.
- WUTHNOW, R. New directions in the study of religion and economic life. In: SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. (Eds.). *The handbook of economic sociology*. 2<sup>nd</sup> ed. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2005. p. 603-626.
- YIN, R. K. *Case study research*. Newbury Park, California: Sage Publications, 1984.