

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA - PPGS
CURSO DE MESTRADO

O ESPÍRITO EMPREENDEDOR NA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

As representações sociais sobre empreendedorismo

Carolina Dantas de Figueiredo

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Sociologia, como
requisito para a obtenção do grau de mestre,
sob a orientação do Professor Dr. Aécio
Gomes de Matos.

Recife, Maio de 2007

Figueiredo, Carolina Dantas de

O espírito empreendedor na Igreja Universal do Reino de Deus: as representações sociais sobre empreendedorismo. – Recife: O Autor, 2007.

171 folhas : il., fig., tab.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Sociologia. Recife, 2007.

Inclui bibliografia e anexos

1. Sociologia – Sociologia da religião – Representações sociais. 2. Teologia da prosperidade – Igreja Universal do Reino de Deus. 3. Poder. 4. Empreendedorismo. I. Título.

**316.74
306.6**

**CDU (2.
ed.)
CDD (22. ed.)**

**UFPE
BCFCH2007/25**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA - PPGS
CURSO DE MESTRADO

O ESPÍRITO EMPREENDEDOR NA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

As representações sociais sobre empreendedorismo

CAROLINA DANTAS DE FIGUEIREDO

Professor. Dr. Aécio Gomes de Matos

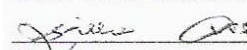
(orientador)

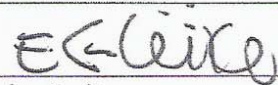
Ata da Sessão de Arguição de Dissertação de CAROLINA DANTAS FIGUEIREDO do Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco.

Aos vinte e quatro dias do mês de maio do ano de dois mil e sete, reuniram-se na Sala de Seminários do 12º andar do prédio do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, os membros da Comissão designada para o **Exame de Dissertação de CAROLINA DANTAS FIGUEIREDO** intitulada: “*O Espírito Empreendedor na Igreja Universal do Reino de Deus: Representações Sociais sobre o Empreendedorismo*”. A Comissão foi composta pelos Professores: **Dr. Aécio Marcos de Medeiros Gomes de Matos - PPGS – Presidente/orientador; Dra. Silke Weber – Titular Interna – PPGS; Dr. Emanuel Ferreira Leite – Titular Externo - UPE.** Dando início aos trabalhos o **Dr. Aécio Marcos de Medeiros Gomes de Matos** explicou aos presentes o objetivo da reunião, dando-lhes ciência da regulamentação pertinente. Em seguida, passou a palavra à autora da Dissertação, para que a mesma apresentasse o seu trabalho. Após a apresentação, cada membro da Comissão fez sua arguição, seguindo-se a defesa da candidata. Ao término da defesa a Comissão Examinadora retirou-se, para em secreto deliberar sobre o trabalho apresentado. Ao retornar o **Dr. Aécio Marcos de Medeiros Gomes de Matos** presidente da mesa e orientador da candidata, solicitou que fosse feita a leitura da presente Ata, com a decisão da Comissão que **aprovou a Dissertação por unanimidade.** E, nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata que vai assinada por mim, secretária do Programa, pelos membros da Comissão Examinadora e pela candidata. Recife, 24 de maio de 2007.


Zuleika Elias

Dr. Aécio Marcos de Medeiros Gomes de Matos


Dra. Silke Weber


Dr. Emanuel Ferreira Leite


Carolina Dantas Figueiredo

**Aos meus pais, Gerlúcia e Ricardo, pelo
amor e dedicação sem limites. À Marina,
pelo apoio e auxílio e a Marco,
companheiro constante nesta jornada.**

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos sinceros a todos que contribuíram com esta pesquisa, e aos professores deste Programa de Pós-Graduação, principalmente Prof^ª. Dr^a. Silke Weber, Prof. Dr.. Paulo Henrique Martins, Prof. Dr. Breno Fontes e Prof. Dr. Emanuel Leite, com quem tive oportunidade de discutir questões relevantes para minha pesquisa.

Agradeço em especial ao Prof. Dr. Aécio Gomes de Matos, pelo olhar carinhoso sobre este trabalho e encontros sempre construtivos e esclarecedores.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS E TABELAS.....	9
RESUMO	10
ABSTRACT	11
INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO I - O ESPÍRITO DO CAPITALISMO.....	17
1.1 <i>UM BREVE DEBATE SOBRE O DESEMPREGO</i>	17
1.2 <i>O “ESPÍRITO DO CAPITALISMO”</i>	18
<i>Religião e Mercado</i>	21
<i>Uma visão geral sobre o dinheiro.....</i>	23
1.3 <i>A IURD E A ÉTICA PROTESTANTE.....</i>	25
<i>“Menino, de que seita sois?”</i>	26
1.4 <i>DO NASCIMENTO À TERAPÊUTICA</i>	29
CAPÍTULO II - EMPREENDEDORISMO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS	33
2.1 <i>O PROCESSO DE DESTRUIÇÃO CRIATIVA E A NECESSIDADE DE EMPREENDER.....</i>	33
<i>Um outro olhar: empreendedorismo, sociedade e indivíduo</i>	35
<i>As características do empreendedor: dissensos e representações</i>	37
2.2 <i>VOCACÃO, PROSPERIDADE E EMPREENDEDORISMO</i>	41
<i>A noção de self-made man e o empreendedorismo na Universal.....</i>	43
2.3 <i>A IURD COMO EMPREENDIMENTO</i>	46
2.4 <i>SOBRE A QUESTÃO DO PODER</i>	49
<i>Alienação e submissão</i>	51
CAPÍTULO III- METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA.....	55
3.1 <i>TOMANDO A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS COMO PONTO DE PARTIDA</i>	55
<i>Das representações às práticas</i>	57
<i>Abriç e a teoria do núcleo central</i>	59
3.2 <i>METODOLOGIA</i>	59
<i>A abordagem pluri-metodológica e a análise de conteúdo.....</i>	61
3.3 <i>PROCEDIMENTOS DE PESQUISA.....</i>	63
<i>Primeira fase: observação participante - conhecendo o objeto estudado</i>	64
<i>Segunda fase: caracterizando o empreendedor e a sua atividade.....</i>	65
<i>Terceira fase: identificação do campo semântico das Representações Sociais.....</i>	66
<i>Quarta fase: entrevistas semi-estruturadas.....</i>	67
3.4 <i>SOBRE A COLETA DE DADOS.....</i>	68
3.5 <i>PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE</i>	71
CAPÍTULO IV - CONTEÚDOS E SIGNIFICAÇÕES.....	73
4.1 <i>A EXPERIÊNCIA MÍSTICA DO FIEL E O ROTEIRO DO CULTO.....</i>	73
<i>Orientando o os fiéis para o empreendedorismo: o mito do herói.....</i>	74
4.2 <i>DO MITO À REALIDADE – CARACTERIZANDO O EMPREENDEDOR IURDIANO</i>	77

4.3 MARCHAR COM FÉ.....	83
4.4 O PASTOR, SEMPRE O PASTOR	88
4.5 REPRESENTAÇÕES E CONTEÚDOS.....	93
<i>Analisando as categorias:</i>	97
CAPÍTULO V - PODER E EMPREENDEDORISMO NA IURD	116
5.1 MEDIAÇÃO E INTROJEÇÃO DAS RELAÇÕES.....	116
5.2 A IURD COMO ESTRUTURA DE PODER	118
<i>Liberdade na fé... Porém, liberdade cerceada</i>	125
<i>A Igreja-mãe</i>	127
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	132
APÊNDICES	135
PARA OS FIÉIS:	140
PARA OS PASTORES:	141
SOBRE A VALIDADE DOS DADOS LEVANTADOS E A APLICAÇÃO DO “QUESTIONÁRIO GERAL”	141
ANEXOS	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
BIBLIOGRAFIA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

Lista de figuras e tabelas

Figura 1: As Igrejas de origem reformista, de Lutero à sua chegada no Brasil.....	20
Figura 2: Um recorte mais específico - do Metodismo às dissensões da IURD.....	21
Figura 3: A visão de Weber.....	31
Figura 4: A Visão de McClelland.....	31
Figura 5: A visão integrada.....	33
Tabela 1: Características de empreendedor e empreendedorismo.....	35
Tabela 2: Relação das categorias estudadas e respectivas subcategorias diretamente relacionadas às Representações.....	91
Tabela 3: Relação das categorias estudadas e respectivas subcategorias indiretamente relacionadas às representações.....	92
Figura 6: Relações centro-periferia segundo critérios de similitude.....	93
Figura 7: Relacionamento entre as categorias.....	113
Figura 8: Auto-controle ou cerco ideológico.....	117

Resumo

O presente trabalho busca analisar as Representações Sociais de empreendedorismo entre os membros da Igreja Universal do Reino de Deus, por esta denominação concentrar cerca de 2 milhões de adeptos e em função do impacto que gerou na sociedade brasileira desde a sua fundação. A grande novidade que esta Igreja apresenta para os seus seguidores é a capacidade de conjugar elementos metafísicos da teologia cristã com questões do cotidiano dos fiéis, adaptando-se às suas necessidades, como é o caso do empreendedorismo.

Através da Teologia da Prosperidade a Universal destaca a importância do fiel obter sucesso financeiro para que a promessa de “vida e vida com abundância” contida na bíblia seja efetivamente cumprida. Dentro desta perspectiva o empreendedorismo, como forma de se ampliar rendimentos, recebe então ares de missão: na IURD, o não se busca apenas obter um trabalho, uma profissão, mas na medida do possível, o fiel deve buscar ter o seu próprio negócio.

Optamos por utilizar em nossa pesquisa a *Teoria das Representações Sociais* por entendermos que as representações revelam as crenças de um determinado grupo e organizam o conhecimento do senso comum, presente na vida cotidiana dos indivíduos em um conhecimento articulado e passível de aplicações práticas.

Por meio do estudo das representações do empreendedorismo entre os participantes da IURD pudemos chegar também à forma como a introjeção de tais representações colabora para que a Igreja exerça seu poder sobre os fiéis uma vez que estabelece idéias e valores comuns aos seus membros e aponta para as sanções e gratificações que podem decorrer de determinados comportamentos considerados certos ou errados e representados por meio de termos como: fé, criatividade, sucesso e fracasso.

Palavras-chave: IURD, empreendedorismo, representações sociais e poder.

Abstract

The present work intends to analyze the Social Representations of entrepreneurship amongst the members of the Universal Church of God's Kingdom, since this religious group concentrates about 2 million adepts and caused a big impact in Brazilian society since its foundation. The great novelty that this Church offers to its followers is the ability to conjugate metaphysical elements of the Christian theology with daily questions of believers, adapting itself to their necessities, such as entrepreneurial initiative.

Through the Prosperity Theology the Universal Church detaches the importance of the believer to achieve financial success in order for the promise of "life and life with abundance" contained in the bible, to be effectively fulfilled. Based on this perspective, the entrepreneurship as a form to extend incomes, receives a "missionary soul": in the Universal Church the believer does not search only a job, but strive ways to have their own business.

In our research we have chosen to apply the Social Representations Theory, since we understand that the representations reveal the beliefs of a social group and organize the common sense knowledge present in the daily life of individuals in an articulated knowledge which can have practical applications.

Through the study of the entrepreneurship representations amongst the members of the Universal Church we could also realize how the introjection of such representations collaborates to the increase of the Church's power upon the faithfuls, since that establishes common ideas and values to its members and point to sanctions and gifts that can derive from behaviors considered right or wrong and are represent by terms such as: faith, creativity, success and failure.

Key-words: Universal Church, entrepreneurship, social representations and power.

Introdução

Antes de caminhar os poucos metros que nos levariam às portas do Templo Maior de Recife da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) já havíamos percorrido um outro extenso caminho: o das páginas e páginas que compõem a vasta bibliografia produzida sobre esta Igreja, sobre as denominações neopentecostais de um modo geral e sua linhagem “ancestral” composta pelas pentecostais e mais anteriormente as Igrejas reformistas. Além de diversos documentos publicados pela própria IURD como ofícios, notas, informativos e jornais.

Nos últimos minutos que nos separavam da Universal, ou do “*universo Universal*” como propõe Bonfatti (2000) tentamos organizar mentalmente algumas imagens dos programas de TV promovidos pela IURD, aos quais assistimos durante madrugadas a fio na Rede Record para compormos o presente trabalho. Nestes programas, geralmente um pastor local convida a todos que necessitam de bênçãos na área profissional para um culto bastante específico, a “*Nação dos 318*”, que ocorre todas as noites de segunda-feira no Templo Maior. Sobre este culto *específico*, encontramos no site da própria Universal:

“(...)A Nação dos 318 tem por objetivo mostrar à pessoa a importância de ter uma vida próspera. À cada reunião, o congressista ministra palestras sempre enfocando o aspecto financeiro e empresarial aliado a fé em Deus. Quem já participa da Nação dos 318 tem conquistado o sucesso financeiro e a realização profissional” (IGREJA UNIVERSAL, 2006).

A Nação pertence a um grupo de cultos especiais denominadas “Reuniões da Felicidade” (Sessão de Descarrego, Filhos de Deus, Terapia do Amor, etc), sendo o seu foco, de acordo com a IURD, *prosperidade*. Ainda no site da Universal, encontramos que:

“A prosperidade é uma promessa de Deus e deve fazer parte da vida de todo aquele que é fiel e age de acordo com as Sagradas Escrituras. Embora muitas pessoas tenham fé e sejam justas naquilo que realizam, elas têm sido derrotadas no âmbito financeiro” (Idem).

Na trajetória, bastante anterior à elaboração do projeto que deu origem a este trabalho, visitamos diversas igrejas e grupos religiosos, mas nada que tenha se comparado ao amplo espaço do templo iurdiano e da famosa frase “Jesus Cristo é o Senhor” escrita em letras douradas sobre o altar. Ao baixar os olhos é possível encontrar também em letras enormes o nome Jesus, brilhando em amarelo no altar, servindo de fundo ao púlpito de onde o pastor realiza as celebrações.

Ao chegarmos neste espaço, fomos recebidos juntamente com outros fiéis pelo Pastor que conduz “*A Nação do 318*” e que apresenta o programa “*Ponto de Luz*”. Após um firme aperto de mão, seguido pela pergunta “está ligado?!”, cruzamos uma “aliança” vermelha e finalmente entramos no templo. Outros pastores e obreiros costumam ajudar ao Pastor na organização de uma pequena fila de entrada e na montagem da “aliança”. Além disso, na frente do templo moças oferecem jornais, solicitam contribuições para eventos e obras de caridade, conversam com os fiéis e os convidam para outros cultos.

A busca da cura, da felicidade, da prosperidade, etc, tem atraído milhões à Igreja Universal do Reino de Deus. Doenças, drogas, amores mal resolvidos, famílias em desagregação, desemprego, problema nos negócios. Para quem segue esta Igreja qualquer um destes problemas pode ser resolvido em um ou dois cultos, basta que o fiel tenha fé o suficiente, força para invocar o poder de Deus e disponibilidade para realizar sacrifícios, na forma de abstenção de álcool, conversão de outros fiéis, trabalho voluntário (obreiros) e da oferta de dízimos.

As importâncias religiosa, econômica e política da Universal só podem ser totalmente compreendidas se entendemos o abandono em que se encontram certas parcelas da população, não somente as mais pobres, mas hoje também a classe média espremida e desorientada, num conturbado contexto político-social. Se o estado neoliberal procura ser mínimo, a Igreja Universal procura ser máxima, suprimindo necessidades e atendendo às inquietações do público. Nesse sentido, a IURD estrutura-se não apenas como Igreja, mas como empreendimento, para atrair, manter e *fidelizar fiéis*. Forma-se então um corpo burocrático rígido por um lado, mas por outro, de caráter protetor e envolvente.

Essa proteção oferecida aos fiéis foi fundamental para viabilizar a entrada arrebatadora da IURD no campo religioso nacional e as mudanças que nele provocou. Contudo, muitos questionam as relações que tal Igreja estabelece com o dinheiro e como tais relações têm permitido o seu crescimento. Durante os anos 1990, a IURD esteve envolvida em diversos escândalos financeiros, e a partir daí alguns setores da mídia e da sociedade passaram a questionar as fontes de arrecadação e as formas de aplicação dos recursos captados pela Igreja.

A polêmica sobre a circulação do dinheiro na Universal e sobre a estrutura empresarial¹ adotada por ela provocou uma onda de questionamentos sobre os limites (se é que há limites) do

¹ A estruturação empresarial se manifesta por meio da organização hierárquica, nas ações de marketing, na definição de metas de arrecadação e de conversão de fiéis, e nos investimentos em outras empresas e sucursais realizadas pela IURD.

delicado relacionamento entre fé, dinheiro e empreendedorismo. Tais questionamentos foram extremamente frutíferos para a pesquisa acadêmica, culminando em importantes trabalhos científicos² não apenas sobre a IURD, mas também sobre os novos arranjos no campo religioso brasileiro que contribuíram para o surgimento e crescimento desta Igreja.

Nesta pesquisa, fomos capazes de reunir algumas dessas produções científicas e refletir sobre elas, levando em consideração o momento em que foram produzidas assim como o atual posicionamento da IURD no campo religioso, indo, todavia, além e discutindo um tema citado por diversas dessas obras, mas raramente aprofundado na sua devida complexidade: o espírito empreendedor na IURD.

A questão do empreendedorismo nas Igrejas Protestantes, ou neste caso, nas Igrejas delas originadas se inicia na obra de Weber. É o autor que inaugura a discussão sobre como o capitalismo é articulado por justificativas religiosas, e sobre como a religião se deixa moldar pelo sistema. Indo um pouco mais adiante, e especulando sobre o contexto em que *“A ética protestante e o espírito do capitalismo”* foi escrito e publicado é possível imaginarmos que, em 1905 (ano de publicação da obra) quando ocorre a greve dos tipógrafos de Petrogrado - prenúncio da Revolução Russa - e quando a Europa começa a armar o xadrez da I Guerra Mundial, o autor tivesse diante de si um panorama em que as justificativas racionais e materiais por si só pareciam insuficientes para explicar os rumos que o mundo tomava. Romântica ou não, esta visão sobre a época de Weber, pode indicar o motivo do autor ter ido buscar em bases não materiais as justificativas para a *ação* humana, como é o caso da própria religião.

Weber trata então do protestantismo como o primeiro movimento religioso a adaptar-se e a adaptar o capitalismo nascente, influenciando-o com a sua ética particular. Certamente este movimento de adaptação do protestantismo ao sistema capitalista jamais foi interrompido, tese esta reforçada pela pluralidade de Igrejas com raízes reformistas surgidas no decorrer do século XX e mesmo nesta primeira metade de década do século XXI.

Quando tratamos de *adaptação do protestantismo ao sistema* estamos nos referindo ao escopo teológico criado para posicionar o fiel diante de alguns dilemas apontados pelo capitalismo, como a geração de lucros, nas célebres palavras de Marx, a *“exploração do homem pelo homem”* a competitividade, entre outros. Para cada uma destas questões, as Igrejas Protestantes tiveram de elaborar respostas a seus fiéis de modo que eles pudessem integrar a

² Apenas para citar alguns: Bonfatti, Rodrigues e Elias da Silva

lógica capitalista sem que isso gerasse grandes conflitos religiosos, provocando inquietações e dúvidas quanto à salvação e o papel de cada um neste mundo. Além de preencherem a sensação de esvaziamento de significados que a lógica capitalista pode proporcionar ao fiel, dando ferramentas para que ele possa atuar no sistema sem constrangimentos para o seu espírito.

Há de se perguntar de fato se, ou até que ponto, a religião é capaz de influenciar o homem moderno na sua vida cotidiana. A resposta poderia ser a um tempo *sim* e *não*. *Não* porque a influência religiosa na maioria dos casos não é direta nem definitiva, principalmente no que se refere às bases materiais do cotidiano e *sim* porque apesar disto, muitos indivíduos se colocam sob o domínio da religião. No final do século XIX, Nietzsche atestou a morte de Deus, sentida por muitos em sua época diante da iminência do século XX e da tomada de consciência que o homem criou Deus para servi-lo e não o contrário. Tal racionalização da idéia de divindade derrubou diversos mitos cristãos, entre eles o medo da condenação da alma e do inferno (hoje, mesmo dentro da pregação Católica se fala pouco do inferno). Contudo, mesmo o século XX e todas as inovações tecnológicas nele ocorridas, não foi capaz de matar Deus ou, em outras palavras, a necessidade que sentimos de um conforto extramundano e uma justificativa para a existência e para o destino de cada um.

Entre outras coisas a religião dá um arcabouço de justificativas morais ao sistema. Justificativas que os aspectos materiais por si só são incapazes de fornecer, ou que fornecem apenas parcialmente. As lacunas do sistema, pontos que normalmente ficariam em aberto se estivéssemos apenas à mercê da explicação material, gerando insatisfação e angústias (que levam a atritos e conflitos sociais), são preenchidas com respostas que só fazem sentido a partir de uma lógica própria, compreensível apenas através de abstrações e dentro de um contexto específico. Assim, a religião funciona ainda como instância última da apelação do ser humano, dando ferramentas para que se possa lidar com a realidade material e aceita-la sem grandes constrangimentos.

Ao iniciar seu livro “*Psicologia e Religião*”, Jung enfatiza a oportunidade da psicologia “*de trazer sua contribuição para o eterno problema da religião*” (JUNG, 1997:7). Parafraseamos o autor agradecendo, neste trabalho, a oportunidade que também tivemos de trazer contribuições no campo da sociologia para este “eterno problema”. Eterno no sentido que o sentimento religioso manifesta-se através dos tempos em diferentes sociedades.

Buscamos então tratar do sentimento religioso iurdiano, especialmente no que este se refere à questão do empreendedorismo, ponto de destaque da pregação da Universal no presente momento. Daí decorrem nossos objetivos: reconhecer as Representações Sociais sobre empreendedorismo que são produzidas e circulam na IURD; identificar como esta Igreja fomenta práticas empreendedoras entre seus fiéis e; apreender como a idéia de empreendedorismo disseminada pela Universal se reflete nas práticas de seus fiéis.

Por fim, optamos por dividir a o presente trabalho em cinco capítulos. O primeiro versará sobre o problema da presente pesquisa, a saber: o espírito do capitalismo, dentro de uma leitura ampla da obra de Weber; o surgimento da IURD e o contexto econômico social onde esta Igreja emerge. O segundo capítulo trata do referencial teórico utilizado para este trabalho, nele discutimos aspectos relacionados ao empreendedorismo e as estruturas de poder criadas pela Igreja. No terceiro capítulo apresentamos o conceito de Representações Sociais, apontamos a metodologia empregada e alguns aspectos referentes à coleta de dados. Já no quarto capítulo, tomamos o material recolhido em campo, levando em conta dois aspectos: o primeiro, decorrente da Teoria das Representações Sociais e o segundo, da Análise de Conteúdo, permitindo-nos compreender o significado atribuído a tais Representações. Por fim, no quinto capítulo realizamos as análises das categorias verificadas e realizamos as considerações que julgamos relevantes para o encerramento deste trabalho.

Capítulo I - O espírito do capitalismo

1.1 Um breve debate sobre o desemprego

Ao analisar a sociedade capitalista, Teixeira (1995) afirma que a unidade de ligação entre produção, distribuição, circulação e consumo nessa sociedade se constitui pelo mercado, e é através dele que se tece a integração e se gesta a unidade do todo social. Por isso, a produção e distribuição da riqueza social passam por um processo de ‘coisificação’ e não obedecem mais a uma orientação consciente dos produtores, como acontecia nas formas de produção anteriores ao capitalismo. Citando Engels, Teixeira complementa sua análise afirmando que:

“todos os vínculos morais da sociedade são destruídos pela transformação dos valores humanos em valores de troca; todos os princípios éticos são destruídos pelos princípios da concorrência e todas as leis existentes (...) são suplantadas pelas leis da oferta e da demanda. A humanidade mesma se converte em uma mercadoria” (ENGELS, apud TEIXEIRA, Idem:58).

A máquina toma o lugar do homem, e os padrões de competitividade capitalista determinam o enxugamento dos quadros de funcionários como forma de redução de custos e criação de vantagens competitivas. Em nome do lucro e da produtividade milhões de trabalhadores têm sido desprovidos de seus postos de trabalho, formando, juntamente com a população mais jovem um exército de reserva sem precedentes. A demanda de força de trabalho, ainda que crescente, mostra-se insuficiente para absorver toda a oferta disponível.

Estes efeitos da “revolução tecnológica” (em especial nos países desenvolvidos) e das mudanças na estrutura do emprego, que vêm ocorrendo de maneira mais ou menos generalizada em escala mundial, são alguns dos elementos que estão na base das variadas teses sobre o “*fim do emprego*” (RIFKIN, 1996), que passam a influenciar tanto o debate político como os estudos sobre o trabalho a partir de finais dos anos 1980. Um dos efeitos desse processo seria um deslocamento da discussão acadêmica e política do âmbito do emprego formal, politicamente estruturado e provido do apoio da sociedade e das estruturas de regulação governamental, para formas mais flexíveis de trabalho baseadas na livre-iniciativa dos sujeitos.

Mudam assim gradualmente as noções de emprego e trabalho construídas através do século XX. Ainda que o trabalho não esteja desaparecendo, está em questão o emprego “*duplamente adjetivado como formal e assalariado*” (CASTILLO, 1996). Entre as grandes questões se colocam para a sociologia, podemos destacar duas: o emprego formal e assalariado

esteve na origem de toda a institucionalidade referida ao mundo do trabalho; e tal forma de trabalho conformou a imagem de classe trabalhadora que esteve na base da produção sociológica sobre o tema. Sachs (2005) menciona que no Brasil, desde a década de 1990, 12,3 milhões de empregos deixaram de existir na economia formal. Com o emprego tendo sido convertido em item raro, 11,96 milhões de pessoas passaram a atuar na economia doméstica (Idem), indicando um deslocamento para formas autônomas de subsistência.

Diante de tal quadro e da impossibilidade de reverter-lo, o desempregado busca soluções alternativas para sanar a situação em que se encontra. Uma vez que o Estado não é capaz de intervir no mercado alocando aqueles que não conseguem se empregar, os sujeitos tratam de encontrar soluções alternativas para a geração de renda. Certamente, a busca por tais soluções torna-se mais eficaz num grupo social que as estimule. Neste sentido as instituições religiosas aparecem como locais privilegiados de organização “pró-trabalho” por assim dizer. Tarefa esta cumprida com mais eficácia por Igrejas que já possuem uma ética voltada para o trabalho, o que nos leva diretamente às de origem Protestante.

1.2 O “espírito do capitalismo”

A relação entre o protestantismo e capitalismo é tratada de forma pioneira na obra de Weber, “*A ética protestante e o espírito do capitalismo*” (1905; 2004), quando o autor revela as *afinidades eletivas* entre este movimento religioso e o capitalismo nascente. Todavia, desde Adam Smith em “*A riqueza das nações*” (1776; 1981) conceitos de economia são aplicados à esfera religiosa. De modo pioneiro ele afirma que o interesse dos clérigos seria auferir renda através dos fiéis, assim como seria interesse dos produtores seculares fazê-lo através do comércio. A esta análise inaugural segue-se a idéia de Marx e Engels expressa na “*Ideologia alemã*” (1846; 2002) de que a religião é forjada pelos homens através da produção dos seus meios de vida. Mais modernamente, Berger (; apud MARIZ, 2001) e Luckmann (1967) trabalham com o conceito de secularização do mundo, o que implica na elasticidade de fronteiras entre sagrado e profano, religião e mercado.

O que esses autores revelam por meio de suas obras é um movimento constante de interpenetração entre o capitalismo e as formas religiosas que com ele coexistem. O protestantismo em especial, como analisou Weber foi capaz de captar o espírito do tempo em que

surgiu, ou antes foi fruto deste espírito, libertando elementos inicialmente restritos à esfera religiosa e situando-os no cotidiano de seus fiéis. Com isso, a religião foi capaz de dar uma espécie de “espírito” ao capitalismo, com justificativas e valores que transcendem a simples lógica material, mas que emanam do próprio Deus.

Ao trazer a idéia de vocação para fora dos mosteiros, aplicando-a ao trabalho cotidiano dos fiéis, Lutero inaugura um novo elemento, identificado por Weber como *ascese intramundana*, que re-significa o trabalho envolvendo-o em uma áurea sacra. A justificativa para a sacralização do trabalho está na própria bíblia em inúmeras ocasiões. Nos ateremos brevemente a três passagens bastante esclarecedoras sobre o tema encontradas na Gênese:

“No dia em que o Senhor Deus fez a terra e os céus, não havia ainda nenhuma planta no campo na terra, nenhuma erva do campo tinha brotado, pois o Senhor Deus não tinha feito chover sobre a terra, e também não havia homem para lavrar o solo (...) Então formou o Senhor Deus ao homem do pó da terra (...) Tomou pois, o Senhor Deus ao homem e o colocou no jardim do Éden para o cultivar e guardar” (BIBLIA, Gn:2, 5-15).

Fica claro então que o homem foi posto na terra para cultivar a criação, estando o trabalho relacionado ao motivo pelo qual o homem foi concebido. Na medida em que glorifica a Deus o trabalho é benção, e deve ser exercido com prazer. Por outro lado, com o *pecado original* Deus o almadioa:

“Maldita é a terra por tua causa: em fadigas obterás dela o sustento durante os dias de tua vida. Ela produzirá também cardos e abrolhos, e tu comerás a erva do campo. No suor do rosto comerás o teu pão, até que tornes à terra” (BIBLIA, Gn: 3,17-19).

Aparentemente a “naturalidade” do trabalho só se re-estabelece com a vinda de Cristo, que lavando o pecado dos homens inicia a *Nova Aliança*. É interessante notar como a visão do trabalho como algo “natural” para o homem atravessou o tempo. Num texto publicado em Maio de 2005, no site eJesus encontramos o seguinte texto enviado por um fiel:

“Nós fomos criados para cultivar e guardar a criação de Deus! Lavrar – lavoro – labor – trabalho! Isto está no nosso propósito original da criação antes da interferência do pecado. Na minha rica herança fundamentalista (presbiteriana / batista / metodista), eu fui educado com a idéia de que Deus nos criou para no futuro nos tornarmos como anjos, tocando harpa e cantando. Muita gente pensa que o trabalho é consequência do pecado, que veio depois do pecado como maldição: não é verdade. O trabalho é bênção!” (OLIVEIRA, 2005).

Ao ser recolocado em uma posição de destaque, o trabalho não deve ser visto sob hipótese alguma como fonte de sofrimento, mas de júbilo, uma vez que executando as funções que lhe são determinadas o indivíduo serve a Deus, e cumpre a vocação que lhe foi por Ele determinada. Para

Weber³ é a noção de vocação que, juntamente com a de ascese intramundana diferem os fiéis protestantes dos demais grupos religiosos de sua época, e fundamentando o capitalismo moderno. A esse respeito, ele observa que a maioria dos capitalistas de seu tempo, assim como os empregados mais bem qualificados pertenciam a Igrejas Protestantes, enquanto os católicos ainda estavam relacionados a atividades mais tradicionais, o que para Weber se devia fundamentalmente às diferentes visões que católicos e protestantes tinham do trabalho.

Sobre a questão do trabalho, o autor tece diversas afirmações entre as diferenças da qualificação profissional e do empenho entre católicos e protestantes para ele os protestantes “*têm mostrado uma especial tendência para desenvolver o racionalismo econômico, fato que não pode ser observado entre os católicos*” (WEBER, 2004:40). Tal forma de ver a aquisição de riquezas demole a antiga doutrina aristotélico-católica que afirma que só se deve obter as riquezas necessárias para viver. Em contrapartida, embora o acúmulo de riquezas fosse bem-vindo entre os reformistas, sua utilização para fins mundanos devia ser controlada, o que possibilitava o investimento dos valores acumulados em novos negócios. Assim:

“Surgiu um ética econômica especificamente burguesa. Com a consciência de estar na plenitude da graça de Deus e visivelmente por ele abençoado, o empreendedor burguês, desde que permanecesse dentro dos limites da correção formal, que sua conduta moral estivesse intacta e que não fosse questionável o uso que fazia da riqueza, poderia perseguir seus interesses pecuniários o quanto quisesse, e com isso sentir que estava cumprindo um dever” (Idem:132).

Com a disseminação dos ideais capitalistas, especialmente das éticas de acumulação e do trabalho, os valores protestantes a eles relacionados transbordaram as fronteiras religiosas e se instalaram de forma mais ou menos generalizada no mundo ocidental. O que pontuamos aqui é o papel do Protestantismo como guardião desses ideais. Nesse sentido, o principal mérito da reforma foi a flexibilidade conquistada pelas Igrejas dela advindas para justificarem o sistema de relações sociais, econômicas e políticas onde o fiel se insere, tornando-se em decorrência disso parte de suas bases.

Jung menciona que, em comum entre as religiões Protestantes históricas está fato de serem “*povos avidos de aventura, irrequietos e demasiado jovens*” ou com uma constante “*sede de conquista*” (JUNG, 1957; 1997:52), ou seja naturalmente empreendedores. Além disso, a vida regrada pregada pelas Igrejas Reformistas possibilitou a acumulação necessária para novas

³ Em “*A ética protestante e o espírito do capitalismo*” encontramos a seguinte passagem: “*Um dos elementos fundamentais do espírito do capitalismo moderno, e não só dele mas de toda a cultura moderna, e a conduta racional baseada na idéia de vocação, nascida (...) do espírito do asceticismo cristão*” (WEBER, 2004)

empreitadas. Assim, temos que havia uma forte conjunção de fatores espirituais e materiais que possibilitaram o empreendedorismo entre os primeiros Protestantes, conforme analisado por Weber e que se perpetuam como herança nas Igrejas que se seguem ao reformismo histórico.

Naturalmente, o caminho que leva de Lutero às Igrejas Neopentecostais passa por continentes e momentos absolutamente distintos. Deve-se compreender que a iniciativa para empreender nos primeiros grupos protestantes estava associada ao próprio desenvolvimento do capitalismo, e a uma realidade que em diversos momentos chegou a se aproximar do pleno emprego. Nesse sentido, a iniciativa era necessária, mas não exigida. Já as Igrejas Neopentecostais nascem num momento que a crise no mundo do trabalho começa a se tornar clara, o desemprego se “generaliza” e a iniciativa torna-se forma de sobrevivência em ambientes altamente competitivos.

A pesar das distinções, pode-se notar claramente que a existência de uma ética voltada para o empreendedorismo, latente nas primeiras torna-se uma espécie de libelo das segundas, forçado pelo próprio mercado. Com isso, mesmo as discussões sobre *mercado* passam a integrar o ambiente religioso. Se é necessário incluir o fiel no mercado de trabalho, as próprias Igrejas passam a se estruturar em torno de lógicas mercadológicas, que valorizam não só o trabalho, mas a competitividade religiosa e noções de consumo.

Religião e Mercado

Luckmann lembra que na ausência de um modelo “oficial” de religião (como no caso do Catolicismo) é possível que se constituam formas autônomas de *religião individual* (LUCKMANN, 1967:105). Nestas, cada sujeito seleciona temas de seu interesse, articulando através deles um sistema privado de significados. Para ele, isto leva a crenças particulares e não sistematizadas e ao que conceitua como religião invisível. A *privatização* de significados dá forma e se aproveita da pluralidade de instituições religiosas existentes na atualidade. Na visão deste autor da IURD ao movimento New Age, todas as manifestações de fé partem desta busca pelo preenchimento de anseios e necessidades individuais, o que gera uma *demand*a por *serviços religiosos*.

Num mundo religioso segmentado e abertamente secularizado a *crença* acaba por converter-se em *mercadoria*, apta a ser consumida por indivíduos ávidos por significados. De

modo análogo o fiel transforma-se em *consumidor* (PIERUCCI & PRANDI, 1996), não só da mensagem religiosa em si, mas de uma série de produtos e serviços criados para acompanhá-las, sejam eles os tradicionais *santinhos* da Igreja Católica ou os CDs, agendas, cadernos, cartões, etc. de orientação *gospel*, vendidos hoje em qualquer lugar do país.

Os dois mercados, religioso e econômico, funcionariam então paralelamente, sendo o segundo articulado ao primeiro. A partir da escolha religiosa o fiel passa a dispor dos *serviços religiosos* por sua Igreja *ofertados*. Em função disso Pierucci e Prandi afirmam que: “O neopentecostalismo adapta-se bem à atual sociedade moderna onde *‘tudo se vende e tudo se compra’*” (Idem, 1996:273).

Para Guerra:

“De acordo com essa abordagem, economias religiosas são como economias comerciais no que se refere ao fato de que elas se constituem de um mercado composto por um conjunto de consumidores atuais e em potencial e um conjunto de firmas que têm como objetivo servi-los” (GUERRA, 2000:56).

Uma vez que articula *consumidores* as Igrejas, assim como as firmas comerciais, podem se posicionar como concorrentes no *mercado religioso* por: disputar posições com outras Igrejas; pensar em seus fiéis como *clientes* e agentes econômicos; e por movimentar a economia do seu entorno com o comércio de produtos a ela relacionados e por meio das atividades dos seus fiéis.

Estabelecer paralelos entre as práticas realizadas pelas Igrejas e alguns conceitos de mercado é necessário para que compreendamos as religiões como instituições criadas e mantidas por seres humanos em determinados contextos e, por isso mesmo, estando sujeitas a tais contextos. Muito além daquilo que a Igreja Católica denomina como *Igreja espiritual*, àquela determinada por Deus e mantida pela fé e pelo amor dos fiéis, lidamos com instituições de “carne e osso” e, como tal, sujeitas às prerrogativas e vicissitudes da realidade, mesmo que isso envolva contradições com noção de perfeição divina que a mantém.

Como entidade de existência material, qualquer Igreja, para cumprir a determinação divina “*crescei e multiplicai-vos*” necessita ampliar a sua base de fiéis. Luckmann afirma que a religiosidade é antropológica, inerente a qualquer ser humano *individual*, mas a religião sistematizada não (LUCKMANN, 1967). Para professar um credo temos que primeiramente conhecê-lo, ainda que de forma incipiente. Embora para o autor o sentimento religioso seja autóctone ele afirma que o conhecimento religioso sistematizado é levado aos indivíduos através

da aprendizagem e do processo de *introjeção* das estruturas sociais⁴. Chegar aos fiéis para que tal processo seja efetuado depende então de estratégias, que se aproximam às do mercado, procurando abordar e convencer os fiéis em potencial. Sendo mais radicais, poderíamos dizer que não havendo forma *empírica* de apreender o divino, conhecê-lo depende de terceiros, de sua influência, aproximação com o receptor, convencimento e coerência do seu discurso, requisitos encontrados de forma sistemática nas instituições religiosas.

Uma visão geral sobre o dinheiro

Os economistas clássicos entendem o dinheiro como meio de troca, necessário para a atribuição de valores a objetos e serviços, possibilitando as trocas comerciais em bases universais, uma vez que o mesmo padrão de mensuração é utilizado por todas as partes envolvidas no processo. Posteriormente, Keynes vai além desta análise afirmando que, como os atores econômicos operam num ambiente de incertezas, o dinheiro torna-se não apenas valor de troca, mas “estoque” de valor líquido para momentos de incerteza (KEYNES, 1936; 1982). No entanto, dentro desta análise seu papel ainda é meramente instrumental. Certamente, devemos levar em consideração que a economia clássica está relacionada aos rudimentos do sistema capitalista não indo muito além da suas mecânicas básicas, neste caso a troca e circulação de produtos. Contudo, superando as visões utilitaristas do dinheiro como valor de troca ou como estoque de valor o entenderemos, neste trabalho, como uma *instituição*⁵, que não apenas possibilita trocas materiais, mas trocas simbólicas e sociais.

Simmel (1900; 1997), afirma que *algo mais* deve estar por trás do dinheiro para viabilizar a relação entre indivíduos. Esse elemento, funcionaria não apenas como a amálgama destas relações, mas como seu perpetuador através do tempo e do espaço. Ele questiona que tipo de mecanismo faz os sujeitos acreditarem que durante o processo de troca a outra parte do acordo irá cumprir com suas obrigações, abrindo mão daquilo que deseja e realizando um *sacrifício temporário* em prol do processo de troca. Neste ponto chegamos numa interessante questão discutida pelo autor: o papel da *fé* na sociedade moderna. Para ele a fé é:

⁴ A questão da introjeção das estruturas sociais e, por isso mesmo, religiosa é explorada mais profundamente em “*A construção social da realidade*” escrito em parceria com Berger.

⁵ Nos estudos de Simmel (1997) o dinheiro é frequentemente mencionado como instituição fundamental no desenvolvimento das relações econômicas e sociais.

“um estado psíquico e psicológico específico que assegura a continuação de um relacionamento além das forças que primeiro levaram a ele” ou “uma disposição puramente psíquica operando de dentro para fora (...) Sem o fenômeno que chamamos de fé, a sociedade poderia simplesmente não existir, como existe, por nenhum intervalo de tempo” (Idem:58)⁶.

Assim, para que o processo de troca se efetive os indivíduos devem realizar *sacrifícios*, através dos quais abrem mão daquilo que possuem em troca do que desejam crendo, nesse processo, que o *sacrifício* realizado por si será recompensado pela aquisição daquilo que solicitou. Ou seja, para o autor, a *fé* é parte natural do processo de troca, uma vez que o ato de *dar* depende das expectativas de se receber algo em troca após a realização do auto-sacrifício.

Em complementação, temos que a idéia da realização de sacrifícios com o intuito de se obter favores das divindades sempre foi comum nas mais diversas formas de religiosidade humana. Mariz enfatiza que o *gasto* com o sagrado é “*lógico e legítimo dentro de uma visão encantada de mundo, Ademais, a religiosidade popular brasileira sempre se caracterizou por doações, seja em rituais, promessas, etc*” (apud ORO, 2003). Simmel (1997) compreende o dinheiro como sendo construído através de relações sociais e, em contrapartida, como sendo construtor destas mesmas relações. Tal abordagem o conduz para o *poder* abstrato que o dinheiro contém como sendo meio destas relações. A esse respeito, Deutschmann lembra que:

“Para denominar este potencial, Simmel (1987:276) usa a palavra alemã ‘Vermögen’ (...). Literalmente ela significa ‘estar apto a’ um por der ou capacidade generalizada. O dinheiro provém uma chave para (a) riqueza material e imaginária, (b) ‘liberdade individual’ no mundo social e (c) controle do tempo e do espaço” (DEUTSCHMANN, 2001:391)⁷.

O dinheiro contém então um poder que vai muito além da simples troca (embora a inclua), proporcionando a quem o possui um controle maior sobre sua própria vida e sobre as relações sociais onde se insere. O autor continua ainda afirmando que o dinheiro é não apenas um meio de troca, mas *o meio geral de todas as trocas*, sendo por isso *finalidade* de todas as ações sociais⁸ (Idem). Para Pagés (2003) ocorre uma abstração do valor de troca e em função disso, a

⁶ No original em inglês: “*a specific psychic and sociological state, which insures the continuance of a relationship beyond the forces that first brought it about*” or “*a purely psychic disposition operating from inside out (...) Without the phenom we call faithfulness, society could simply not exist, as it does, for any length of time*”

⁷ No original em inglês: “*In order to term that potential Simmel (1987:276) uses the German word ‘Vermögen’ (...). Literally it means ‘to be able to’, a generalized power or capacity. Money provides a key for (a) material and imaginary wealth, (b) ‘individual freedom’ in the social world and (c) control of time and space*”

⁸ Nas palavras de Deutschmann: “*It becomes the final destination of all social action*” (DEUTSCHMANN, 2001:391).

transformação simbólica do dinheiro num dispositivo de regulação social associando a ele outros valores ideologicamente construídos, ou no caso em questão, religiosamente construídos.

1.3 A IURD e a ética protestante

A IURD deve ser analisada, guardando-se a devida distância, como herdeira de um *ethos* protestante – estudado por Weber – que remonta à reforma e que se concretiza em uma postura positiva em relação dinheiro⁹. Para melhor ilustrar como esse *ethos* se perpetua através do tempo, chegando à Universal, traçamos uma “árvore genealógica” das igrejas de origem reformista nas figuras abaixo:

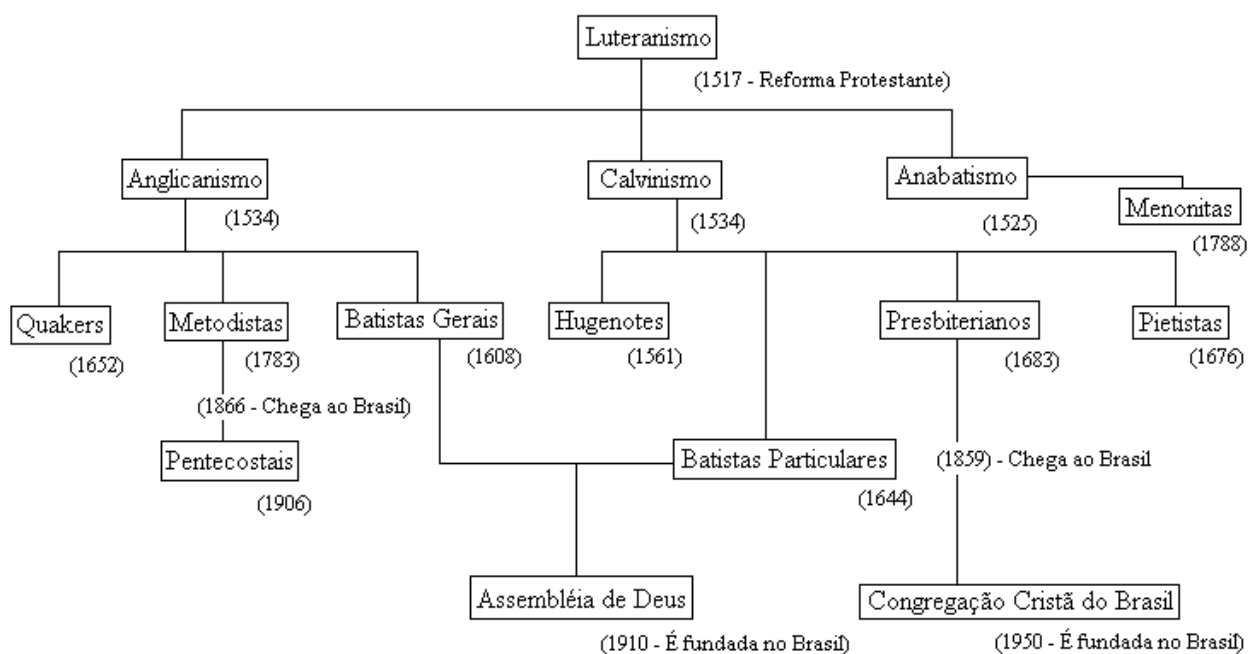


Figura 1: As Igrejas de origem reformista, de Lutero à sua chegada no Brasil

⁹Tal *ethos* é sintetizado por Weber através da autobiografia de Benjamin Franklin onde este faz um retrato do espírito capitalista incentivando determinadas condutas em relação ao dinheiro: disciplina, poupança, honestidade e pontualidade em relação aos credores, entre outros. Expressão característica do espírito capitalista devido à racionalidade contida no discurso de Franklin (WEBER 2004).

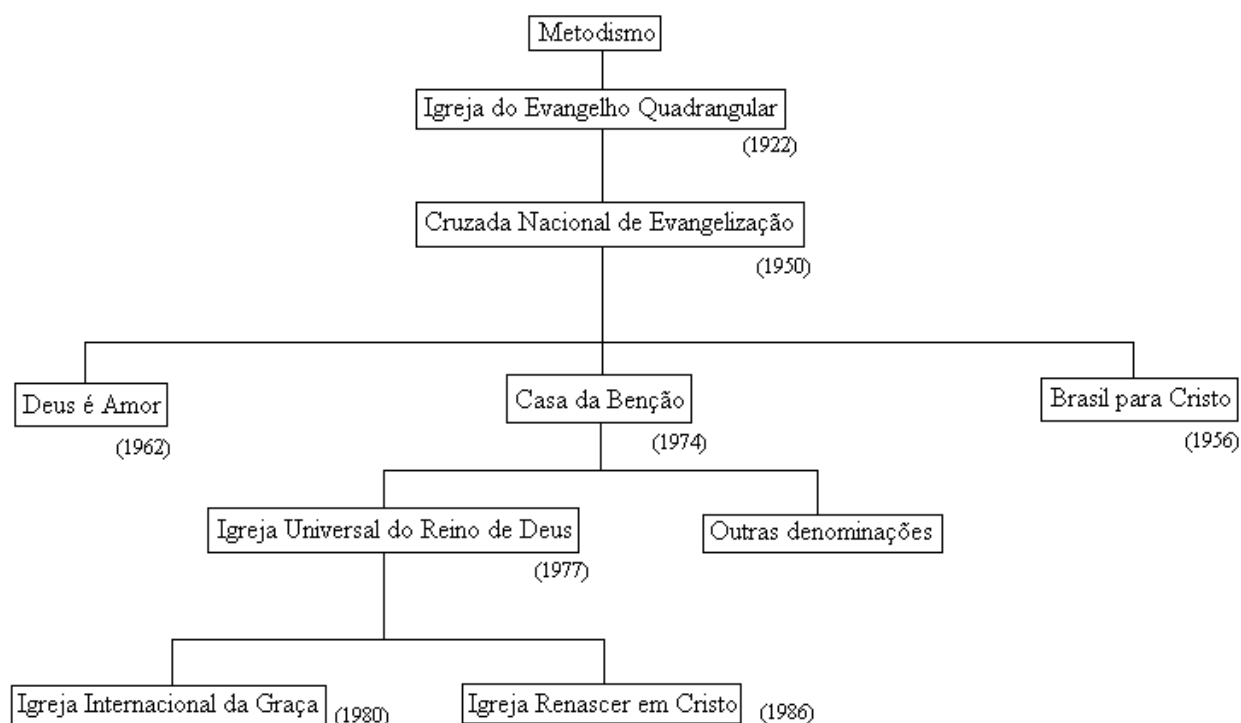


Figura 2: Um recorte mais específico - do Metodismo às dissensões da IURD

Ao situar a IURD na linhagem histórica das Igrejas Reformistas, analisando os diferentes movimentos religiosos que conduzem a ela, somos levados a concordar com a seguinte afirmação de Jung: “*O protestantismo, que derrubou alguns muros cuidadosamente erigidos pela Igreja, não tardou a sentir os efeitos destruidores e cismaticos da revelacao individual*”. (JUNG, 1997:26). Decerto, uma das forças que impulsionaram estas Igrejas através dos séculos foi justamente sua capacidade de adaptação aos mais diferentes contextos. Todavia, no campo teológico, adaptação significa também ruptura. Não é possível mudar crenças impunemente, melhor dizendo mudá-las significa criar novas crenças sempre e continuamente. A estrutura mais horizontal da hierarquia das Reformistas, assim como a proximidade dos pastores de suas bases de fiéis possibilita tais mudanças e outras adaptações destas religiões.

“Menino, de que seita sois?”

Num dos seus mais conhecidos sermões, o “*Sermão pelo bom sucesso das armas de Portugal contra as de Holanda*”, o Padre Antônio Vieira, diante da pequena reação portuguesa contra as ocupações holandesas na costa Brasileira, profere as seguintes palavras:

“Não haverá missas, nem altares, nem sacerdotes, que as digam: morrerão os católicos sem confissão, nem sacramentos: pregar-se-ão heresias nestes mesmos púlpitos, e em lugar de S. Jerônimo, e Santo Agostinho, ouvir-se-ão e alegrar-se-ão neles os infames nomes de Calvino e Lutero, beberão a falsa doutrina os inocentes que ficarem, relíquias dos Portugueses: e chegaremos a estado, que se perguntarem aos filhos e netos dos que aqui estão: Menino, de que seita sois? Um responderá, eu sou calvinista; outro, eu sou luterano. Pois, isto se há de sofrer, Deus meu?” (VIEIRA, 1640; 2004).

Retirando-se o tom de dramaticidade do texto, exacerbado pelo momento histórico no qual foi escrito, pode-se dizer que a previsão de Vieira não se mostrou assim tão equivocada. Embora os Holandeses pouco ou nada tenham a ver com isso, o protestantismo encontrou no Brasil solo e momento propícios para proliferar. Ao contrario do que imaginava o padre no século XVII, a “invasão” protestante não se deu por além mar e nem com o uso da força bruta, mas sim através da própria América com a chegada do pentecostalismo estadunidense ao país.

Os Estados Unidos mostram-se, devido à sua base religiosa eminentemente reformista (Quaker e Anglicana principalmente), um ambiente propício para que ocorressem cismas e surgissem novas denominações protestantes, como Metodistas e Pentecostais. Destas, para o nosso estudo apenas o pentecostalismo interessa. Ruptura do metodismo, o pentecostalismo surge em Chicago em 1906. Sua tônica principal é a relação direta que cada fiel pode estabelecer com o Espírito Santo, assim como ocorreu com os apóstolos em Pentecostes¹⁰. Tal relação com o Espírito deve ser enérgica e alegre, inovação em relação ao protestantismo tradicional. Todavia a dogmática original das doutrinas cristãs como as crenças no pecado original, penas eternas, salvação e santificação pela fé e escatologia são mantidas.

Dotado de uma visão missionária¹¹ o pentecostalismo, trazido por imigrantes, rapidamente se expande no Brasil. Em 1910 e 1911 são fundadas as primeiras Igrejas Pentecostais brasileiras, respectivamente a Congregação Cristã, fundada por um imigrante italiano em São Paulo e a Assembléia de Deus, fundada por Suecos em Belém do Pará, tendo sido os três convertidos ao pentecostalismo nos EUA. Para Esperandio:

¹⁰ Segundo a tradição bíblica, os apóstolos, após a morte de Cristo, se reuniram num cenáculo para celebrar a festividade judaica de Pentecostes. Neste dia receberam o Espírito Santo, manifestado na forma de labaredas sobre suas cabeças. A partir deste momento os seguidores de Cristo começaram a falar em línguas e a pregar pelo mundo.

¹¹ Movida pelo desejo de pregar a os preceitos bíblicos e converter indivíduos.

“Diferentemente do protestantismo de imigração, cujos limites de atuação permanecia no território dos imigrantes que trouxeram sua própria religião, o protestantismo de missão, como é o caso dos batistas, empreendeu esforços para se constituir e estabelecer-se como denominação, aproveitando o contexto favorável da época. Sua teologia conversionista, embora pudesse parecer agressiva a outros grupos e à sociedade em geral, por sua ênfase na liberdade de consciência do indivíduo e na responsabilidade individual perante Deus, talvez justamente por isso, encontrou espaço na sociedade brasileira” (ESPERANDIO, 2004).

Nos anos 1950 chega ao Brasil a Igreja do Evangelho Quadrangular, que inaugura um grupo de Igrejas que, segundo Mariano (2004), *“não obteve nomenclatura consensual na literatura acadêmica”*, estas são a Brasil Para Cristo (fundada em São Paulo em 1955), Deus é Amor (também fundada em São Paulo em 1962) e Casa da Bênção (fundada em Minas Gerais em 1964); mais agressivas do que as pentecostais tradicionais surgidas no início do século, estas Igrejas enfatizam a questão da cura e se lançam em pregações por todo o país.

Nos anos 1970 surge uma importante mutação no protestantismo: *o neopentecostalismo*¹². Mantendo as suas bases dogmáticas, alguns pastores norte-americanos propõem uma diminuição na rigidez de normas e costumes pentecostais. E não apenas isso, mas propõe-se também a possibilidade de cura não só para o corpo e para a alma, mas para *a vida* do fiel como um todo. Para isso o ele deve reivindicar seus direitos sobre as promessas divinas, através da chamada Teologia da Prosperidade (TP)¹³, alcançando *a vitória* em todas as suas ações na terra, ainda que o fiel e a Igreja tenham que travar uma guerra contra espíritos demoníacos. Nesta década, é fundada a IURD (1977), primeira das neopentecostais criadas no país, seguindo-se a ela a Igreja Internacional da Graça de Deus (fundada em 1980 no Rio de Janeiro) e a Renascer em Cristo (fundada em 1986 em São Paulo), todas criadas por pastores brasileiros

Nesta corrente teológica está imbuída de uma postura afirmativa em relação a Deus, à vida e o direito do fiel a tomar posse da sua “herança” na terra, ou seja, dos bens, da prosperidade e da felicidade aos quais ele tem direito por ser filho de Deus e membro da Igreja do Senhor. Com a idéia de herança o temor a Deus diminui e é substituído por uma relação de confiança e parceria, fazendo com que o indivíduo se veja como protagonista de sua própria vida, o que

¹² “O termo neopentecostalismo é muito utilizado mas, como Corten chama atenção, esse termo trouxe um certo mal entendido no debate internacional pois Hollengeweger já havia usado esse termo para denominar o pentecostalismo das igrejas históricas” (SEMÁN & MOREIRA, 1998)

¹³ Trataremos mais detalhadamente da Teoria da Prosperidade no capítulo seguinte.

propicia ainda mais a auto-iniciativa nos negócios. Ao contrario do antigo conformismo pietista¹⁴, nasce um novo fiel que age de forma pró-ativa e busca desfrutar dos seus bens na terra.

A teologia conversionista das Igrejas neopentecostais teve inegável sucesso no país. De membros pertencentes a uma minoria periférica, composta pelos fiéis das Igrejas Pentecostais tradicionais, os evangélicos, tornaram-se, no último século, 15,4% da população brasileira sendo o aumento desta proporção ininterrupto. A pesquisa “Novo Nascimento” (FERNANDES et al, 1998), realizada na região metropolitana do Rio de Janeiro em 1992, revelou que cerca de cem mil pessoas se convertem à religiões evangélicas anualmente. Logo, em lugar de perguntar “*aos filhos e netos dos que aqui estão: Menino, de que seita sois?*” seria melhor perguntar: “*menino, sois evangélico?*”. Neste caso, a chance do interlocutor ouvir uma resposta afirmativa é cada vez maior.

Segundo o IBGE (2001) o ritmo de crescimento das Igrejas Evangélicas corresponde ao dobro da taxa crescimento da população do país. Entre 1970 e 1980 o número de evangélicos declarados aumentou 5,06%, enquanto o crescimento vegetativo brasileiro foi de 2,48%. Nas décadas seguintes a taxa de crescimento das Igrejas Evangélicas aumentou relativamente pouco, passando para 5,18%, enquanto o crescimento populacional caiu para 1,93%. Em números, isso corresponde a 4,8 milhões de evangélicos no censo de 1970, 7,9 milhões em 1980 e 13,7 milhões em 1991. Um dado sobre a ampliação do número de evangélicos no país que não deve deixar de ser notado é o aumento superior das denominações Pentecostais em relação aos Protestantes históricos. As primeiras tiveram um crescimento de 8,9% contra 5,2% das segundas (Idem). O último censo, em 2000 já aponta um contingente de 26 milhões de fiéis. Deste total, 74% concentram-se entre a Assembléia de Deus, Congregação Cristã no Brasil e IURD, possuindo esta, de acordo com o IBGE (Idem), cerca de 2 milhões de fiéis¹⁵. No entanto, a Universal afirma já ter atingido a marca dos 8 milhões (IGREJA UNIVERSAL, 2005).

1.4 Do nascimento à terapêutica

A história da IURD é em grande parte a trajetória pessoal do seu fundador, o Bispo Edir Macedo. Na figura deste homem temos dois perfis que se intercalam e que se interpenetram: o do

¹⁴ O Pietismo é uma corrente religiosa que nasce a partir do Calvinismo e prega uma vida regrada e sem prazeres.

¹⁵ 2 milhões é também a tiragem do jornal “A Folha Universal”, oferecido gratuitamente aos fiéis nos templos da IURD.

fiel, que como tantos no país mudou sua orientação religiosa de acordo com motivações e anseios pessoais e a do *self-made man*, indivíduo que após uma trajetória tortuosa de trabalho, e neste caso também de fé, alcança o sucesso financeiro e o reconhecimento da sociedade. Católico de tradição familiar, Macedo chegou a visitar terreiros de umbanda antes de, influenciado por uma irmã, ingressar na Igreja de Nova Vida, onde permaneceu de 1963 a 1975. Desgostoso com o que considerava *elitismo* por parte desta Igreja ele a abandona para criar com outros dissidentes a Cruzada do Caminho Eterno. Dois anos mais tarde, ele deixa também este grupo e funda no subúrbio carioca do Méier a Igreja Universal do Reino de Deus.

“Nada começou de uma hora para outra. Sem condições de alugar um imóvel, o então pastor Edir Macedo iniciou as suas primeiras reuniões num coreto do Jardim do Méier. Orientado pelo Espírito Santo e revestido de uma fé inabalável, as suas palavras logo deram início à Igreja que atualmente mais cresce no mundo. Em 9 de julho de 1977, abriam-se oficialmente as portas da Igreja Universal do Reino de Deus” (Disponível em: www.arcauniversal.com.br. Acessado em 04/03/2006).

Inicialmente, apenas 10 obreiros realizavam a divulgação da IURD, colando panfletos em postes e convidando fiéis às reuniões. Ainda no Méier o então pastor Macedo “costumava dizer que a Igreja Universal tinha por meta pregar o Evangelho aos quatro cantos do mundo e, para isso, ele tinha que pensar grande e usar a fé” (Idem). Poucos empreendedores no país mostraram-se competentes em realizar seus propósitos como Macedo. Ele de fato “pensou grande” e o tamanho dos seus negócios e as arrecadações foram ampliados em mais de 2.600% em pouco menos de uma década¹⁶. Em 1985 a IURD contava com 195 templos em 14 estados, quatro anos mais tarde já eram 571. Ainda em 1980 foi inaugurada a primeira Universal nos EUA.

Em função do crescimento vertiginoso – e certamente da aquisição da Record em 1989 – no início dos anos 90 a Universal já havia conquistado um enorme espaço no mercado religioso brasileiro, sendo ameaça não só à Igreja Católica, mas também a outras Igrejas evangélicas. Em pouco menos de 30 anos de história a IURD ensinou ao fiel brasileiro uma nova forma de ter fé, mostrou às outras Igrejas como atrair fiéis e envolveu-se com política e estendeu seus braços aos mais diversos setores da vida nacional. A fórmula para esse sucesso é dada pela própria IURD:

“Cansadas de promessas, elas querem receber o sopro de vida que vem do Espírito Santo. Por isso, muitas têm buscado ajuda espiritual na IURD. Não são poucos os testemunhos de pessoas que, embora vivessem de acordo com as tradições religiosas de seu país, tinham suas vidas totalmente arruinadas. Depois de conhecerem a verdade, elas acabaram libertas de todos os problemas” (Idem).

Fica claro então que o sucesso da IURD deveu-se, em grande parte a sua capacidade de catalizar este cansaço com promessas não cumpridas e esse desejo de *mudar*, por parte dos fiéis. As bases para o desenvolvimento de uma crença sistematizada já estavam forjadas, bastou apenas adequar este potencial às expectativas do público alvo, criando uma nova e influente instituição religiosa. Nas palavras de Mariano:

¹⁶ Crescimento da IURD entre 1980 e 1989 segundo o site da Igreja.

“Sem perder necessariamente sua distintividade religiosa, as igrejas neopentecostais revelam-se, entre as pentecostais, as mais inclinadas a acomodarem-se à sociedade abrangente e a seus valores, interesses e práticas. Daí seus cultos basearem-se na oferta especializada de serviços mágico-religiosos, de cunho terapêutico e taumatúrgico, centrados em promessas de concessão divina de prosperidade material, cura física e emocional e de resolução de problemas familiares, afetivos, amorosos e de sociabilidade. Oferta sob medida para atender a demandas de quem crê que pode se dar bem nesta vida e neste mundo recorrendo a instituições intermediárias de forças sobrenaturais” (MARIANO, 2004).

Neste ponto deve ser considerado o tipo de público que a IURD atinge. Seus fiéis tendem a apresentar renda e escolaridade inferiores à média da população brasileira enquanto os Protestantes históricos, por exemplo apresentam renda e escolaridade elevadas, superiores inclusive à média (IBGE, 2001). Quanto à faixa etária, as IURD abrigam mais jovens entre os recém conversos (IGREJA UNIVERSAL, 2005). Há uma predominância do sexo feminino sendo o público majoritariamente urbano (Idem).

A importância religiosa, econômica e política, da IURD só podem ser totalmente compreendidas se entendemos a situação de seus fiéis, em sua maioria, jovens e de baixa renda. A Universal ganha espaço no mercado religioso oferecendo uma gama de *serviços religiosos* que vão desde a cura para enfermidades até a prosperidade de negócios, passando pelo restabelecimento de criminosos e usuários de drogas e resolução de problemas matrimoniais. Do imediatismo com que esta Igreja trata todo e qualquer problema nasce sua força. Seus *serviços* devem ser efetivos e imediatos. Esse caráter imediato e focado majoritariamente nas condições materiais dos fiéis, é baseada na Teologia da Prosperidade (TP), carro-chefe das pregações iurdianas. A TP afirma que os verdadeiros crentes têm o direito de “exigir” de Deus bênçãos e bens materiais, e que a vida deve ser desfrutada imediatamente e com abundância. As únicas contrapartidas necessárias para isso são a fé e o pagamento regular de dízimos e contribuições à Igreja, cujo número de coletas chega a três por culto. A Universal precisa promover a prosperidade material dos seus fiéis e o faz incentivando a auto-iniciativa entre eles os seus. Para isso, dispõe de diversas ferramentas doutrinárias, como reuniões, cultos e publicações especiais. Todavia, o ponto alto desses esforços é a “Nação dos 318” que, segundo o site da própria Universal:

“(...)A nação dos 318 tem por objetivo mostrar a pessoa a importância de ter uma vida próspera. A cada reunião, o congressista ministra palestras sempre enfocando o aspecto financeiro e empresarial aliado a fé em Deus. Quem já participa da nação dos 318 tem conquistado o sucesso financeiro e a realização profissional” (Disponível em: www.arcauniversal.com.br. Acessado em 04/03/2006).

A IURD vem a atender, então, a demanda de uma massa ávida por ter uma vida melhor e por entrar no paraíso das facilidades materiais do capitalismo. Bonfatti, tratando do panorama religioso no Brasil contemporâneo faz o seguinte comentário: “*entendemos que não foram as Igrejas que criaram essa demanda na população. Mas sim elas corresponderam a um anseio já existente que, por isso, as fazem crescer assustadoramente*” (BONFATTI, 2000:18).

Ao atender tão diretamente as demandas da população ao inserir o bem-estar material no seu discurso religioso através da Teologia da Prosperidade, ao adequar-se também à sociedade de massa, levando sua mensagem em larga escala através dos meios de comunicação¹⁷ e com isso realizando uma insólita combinação “*de religião com marketing, dinheiro e, em alguns casos, política*” (ORO, 2003) a IURD não só movimenta o *mercado religioso*, ao atrair fiéis de outros credos, mas possibilita o surgimento de uma vasta discussão sobre os limites do relacionamento entre fé e economia, conceitos aparentemente díspares, mas que nesta Igreja se conjugam e interpenetram.

Fenômeno de massas, esta Igreja foi capaz de, em menos de 30 anos, concentrar fiéis ao redor do globo, ingressar na política nacional e movimentar a economia do país, em especial da região Sudeste¹⁸, com o volume de suas operações financeiras através de empresas como gravadoras (*Line Records*), editoras (*Gráfica Universal, Editora Universal Produções e Editora Ediminas S/A*), construtoras (*Unitec*), rádios, televisões (*Rede Record, Rede Aleluia, Rede Mulher*), jornais (*Hoje em Dia*) e até mesmo de uma corretora de seguros (*Uni Corretora*)¹⁹. Além dos impactos econômicos, provocados seu surgimento e seu modelo inovador de atuação movimentou – e movimenta – o *mercado religioso* do país, mostrando de forma consciente e aberta que uma instituição religiosa pode se organizar como empresa, concentrando diferentes negócios, tratando os fiéis como clientes, oferecendo a eles uma proposta teológica diferenciada.

¹⁷ Denominado por Moreira (2004) como evangelismo eletrônico.

¹⁸ Damos aqui uma ênfase à região Sudeste por esta concentrar a maior parte dos empreendimentos fomentados pela Universal, como o caso da Rede Record de televisão, sediada em São Paulo.

¹⁹ Informações veiculadas no programa *Domingo Espetacular* exibido na Rede Record no dia 24 de Julho de 2005.

Capítulo II - Empreendedorismo e Representações Sociais

2.1 O processo de destruição criativa e a necessidade de empreender

“*Tudo o que é sólido desmancha no ar*” (MARX & ENGELS, 1848; 1993). Esta afirmativa é uma das principais chaves para compreendermos o capitalismo, sistema no qual a “*única certeza é a mudança*”²⁰, determinada pelas possibilidades e de criação e pelo surgimento de inovações. O *antigo*, tanto em termos de produtos e serviços, quanto de processos e técnicas de produção é destruído para dar lugar ao *novo* (que é sobre ele produzido) no que Schumpeter chama de *destruição criativa*.

Para ele *destruição criativa* é um processo orgânico e por isso mesmo inerente ao sistema, que consiste na revolução contínua das estruturas econômicas do capitalismo, com a substituição destas por outras mais modernas e eficientes, em um processo que Leite afirma ser a “*verdadeira face do dinamismo evolucionário do capitalismo*” (LEITE, 2002:48). Em outras palavras, o autor lembra que para manter e perpetuar sua existência, o sistema – através das instituições e pessoas que representa – se modifica continuamente, o que evita que ele chegue a um colapso quando determinada força produtiva ou modelo de produção se esgota. Na definição de Schumpeter:

“A abertura de novos mercados — estrangeiros ou domésticos — e o desenvolvimento organizacional, da oficina artesanal aos conglomerados (...) ilustram o mesmo processo de mutação industrial (...) que incessantemente revoluciona a estrutura econômica a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando uma nova. Esse processo de Destruição Criativa é o fato essencial do capitalismo. É nisso que consiste o capitalismo e é aí que têm de viver todas as empresas capitalistas” (SCHUMPETER, 1942; 1984:112-113).

O teórico austríaco desenvolveu a Teoria da Inovação a partir da constatação que as longas ondas dos ciclos do desenvolvimento no capitalismo resultam da conjugação ou da combinação de inovações. Estas implicam necessariamente na criação ou introdução de: a) novos produtos; b) novos métodos de produção; c) novas fontes de suprimentos; d) novos mercados e; e) novas forma de organização²¹. O indivíduo capaz de realizar tais criações é denominado por Schumpeter empreendedor:

“É o agente do processo de destruição criativa. É o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos

²⁰ Frase atribuída ao filósofo grego Heráclito.

²¹ No original em inglês: a.) new products, b.) new methods of production, c.) new sources of supply, d.) new markets, and e.) new ways to organize (HWANG & POWELL:2005) .

produtos, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros” (Idem).

Para Druker, o empreendedorismo deve ser encarado como dever, exigindo disciplina e aprimoramento constante (DRUKER:1985,150). Permanece no mercado quem é capaz de criar, os incapacitados para isso perdem espaço, tornam-se obsoletos e, em pouco tempo convertem-se em vítimas da inovação de terceiros. O empreendedor se adequa ao mercado no presente, já pensando nas oportunidades e/ou ameaças que podem surgir no futuro, combatendo as incertezas do ambiente que o envolve com novas idéias. A esse respeito, retornamos a Schumpeter para lembrar que, os indivíduos deixam de ser empreendedores à medida que param de inovar. Para Souza: *“Nessa linha de pensamento, o empreendedor tem a missão de criar novos fluxos de produção, desenvolver vínculos e transações que tenham como resultado a constituição de um novo empreendimento”* (SOUZA & GUIMARÃES, 2005:10).

Nas palavras de Leite *“não existe inovação sem criatividade humana”* (LEITE, 2002:12). Se de boas idéias depende a criação de negócios de sucesso, o empreendedor deve ser livre o suficiente de quaisquer amarras e paradigmas para criá-las. Curiosamente, e embora seja necessário para o sistema, criar significa também assumir riscos. À priori, nada garante que uma inovação seja viável ou que será absorvida pelo mercado, o que significa que o empreendedor carece de uma certa dose de coragem para lançar-se às suas atividades. Em contrapartida, espera-se que o risco desta tarefa seja recompensado pelo mercado na forma de lucros e dividendos. Em termos bastante simples, mas que nos ajudam a compreender a questão, temos que: diferentes margens de lucro representam, em grande parte, riscos e inovações maiores implicados em determinados produtos e serviços.

Assim, o empreendedor deve ser a um tempo criativo e corajoso, capaz de analisar o mercado e identificar oportunidades que estão além daquilo que está sendo realizado no momento. Em troca disso, o céu: lucros abundantes para ele e geração de riquezas para a economia. Os empreendedores são e serão sempre bem-vindos porque *“são o motor que combina capital humano e físico, estimulando o crescimento econômico e o progresso”* (LEITE, 2002:10). O empreendedor é então protagonista da mudança, abrindo espaço no mercado para a inovação.

Com sua Teoria da Inovação, Schumpeter é capaz ainda de responder à seguinte pergunta: como a sociedade cria riquezas? Para a corrente economicista da qual o autor faz parte, o desenvolvimento dependeria em parte do grau de empreendedorismo em uma sociedade. Isto

significa que: da atividade empreendedora – e por conseguinte da inovação contínua – produz-se riqueza. A reorganização das forças produtivas, métodos e matérias primas possibilita a criação de valores em uma economia. Esta visão, proposta inicialmente por Schumpeter, na Teoria dos Ciclos Econômicos é defendida por Degen (1989), que define como empreendedor aquele que cria coisas novas ao identificar oportunidades no mercado.

Um outro olhar: empreendedorismo, sociedade e indivíduo

Temos tratado da corrente economicista de empreendedorismo, encabeçada por Schumpeter que considera a inovação e o desenvolvimento econômico como variáveis inerentes à atividade empreendedora. Há ainda uma outra corrente de análise, de raiz weberiana que busca na interação social a força motriz de tal atividade. De acordo com Bartholo, Weber em “*A ética protestante e o espírito do capitalismo*” trabalha com:

“as implicações de uma ética econômica religiosamente fundada sobre as ações dos seres humanos em comunidade, buscando através de uma ‘sociologia compreensiva’, acessar o sentido atribuído às ações pelos sujeitos a partir das vivências e representações dos atores sociais” (BARTHOLO et al apud SOUZA & GUIMARÃES, 2005:25)²².

A preocupação de Weber com tais vivências é expressa na introdução da “*Ética protestante*” quando ele indaga sobre as circunstâncias que proporcionaram na civilização ocidental o surgimento de fenômenos universais, como o capitalismo (WEBER, 2004:23). A ênfase no ambiente leva o autor a estudar “*a influência de certas idéias religiosas no desenvolvimento de um espírito econômico, ou o ethos de um sistema econômico*” (idem:32), aponta a interferência contínua de fatores subjetivos e da influência dos ideais de determinados grupos (neste caso religiosos) no sistema.

Martes & Rodriguez lembram que Weber analisa o empreendedorismo a partir da afiliação religiosa, e não como fenômeno isolado. A constatação da existência de redes de empreendedores protestantes e a existência de auto-emprego entre eles, (apud SOUZA & GUIMARÃES 2005:71), indica o favorecimento dos grupos religiosos ao empreendedorismo, tanto como parte do *ethos* protestante compartilhado por seus membros, quanto como alternativa à marginalização sofrida por estes na sociedade.

²² Para Bartholo et al, Weber faz “*referência ao sistema de valores ético econômicos, como elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor*” (apud SOUZA & GUIMARÃES, 2005:25).

O “*espírito de aventura*” burguês seria motivado não apenas pelo sentimento de vocação, mas por “*desejo de poder e de reconhecimento pela própria riqueza*”, como no caso dos EUA onde “*todo o imaginário de um povo se volta para grandezas puramente quantitativas*” (WEBER, 2004:35). A atividade empreendedora é então, dentro desta perspectiva determinada pela busca de reconhecimento e realização por meio da legitimação social do poder.

Seguindo a linha weberiana de análise dos grupos de empreendedores, McClelland (apud LEITE, 2002) identifica que, na realidade, os empreendedores são aqueles indivíduos que reproduzem o comportamento do *herói* de seu grupo (este tomado como modelo) em busca de realização e reconhecimento. Não se trata então de inovação, mas de inspiração e de um comportamento orientado à ação e ao desejo de realizar. Ou seja, para ele a necessidade de realização é a força motriz do empreendedor. Leite organiza a contribuição de McClelland e seu diálogo com a obra de Weber nas figuras abaixo:

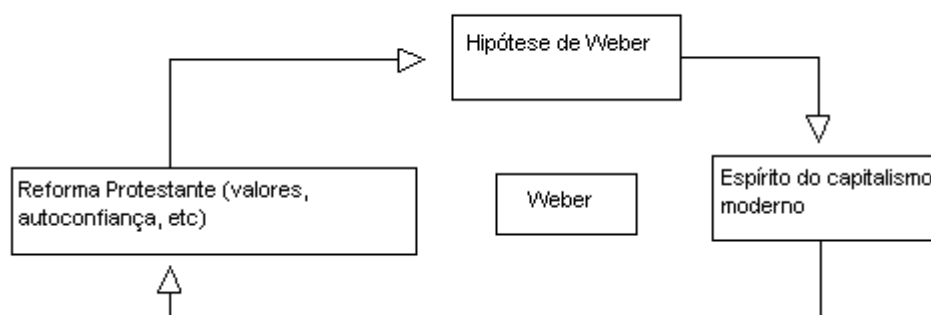


Figura 3: A visão de Weber.
Fonte: Leite (2002)

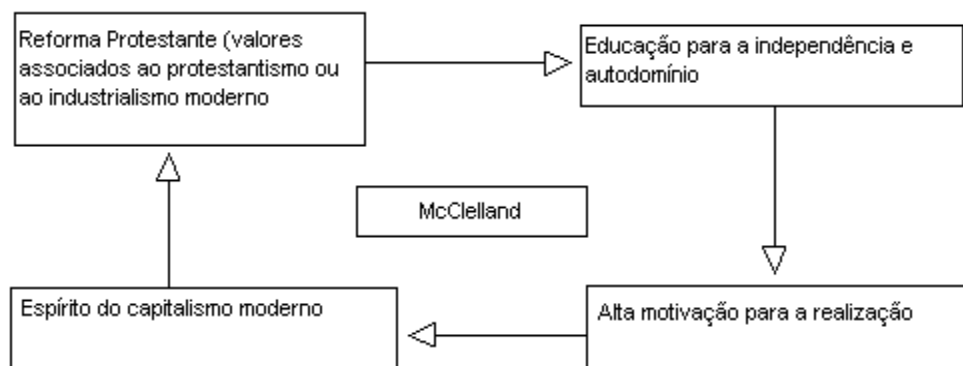


Figura 4: A Visão de McClelland. (1961,1965, 1995)
Fonte: Leite (2002)

Para Dolabella (2003:49) tal teoria pode se mostrar por vezes inadequada, pois se fundamenta exclusivamente no relacionamento entre os indivíduos, e não em fatores econômicos. Brokhaus (apud DOLABELLA, 2003) desenvolve esta vertente comportamentalista e vai além, afirmando que é difícil explicar a vontade de empreender apenas pelo caminho da auto-realização. Para ele, a contribuição de McClelland é válida principalmente por mostrar que a tendência humana em seguir modelos influencia na motivação para empreender. O autor enfatiza que o empreendedor é um ser social, forjado em grande parte pelo meio onde vive. De modo análogo, Pombo (2004) afirma que: *“O contato com família, escola, amigos, trabalho, sociedade vai favorecendo o desenvolvimento de alguns talentos e características de personalidade e bloqueando ou enfraquecendo outros”*.

Daí pode-se apreender que, quanto mais positivamente a atividade empreendedora é vista por um grupo, maior será o número daqueles que buscam empreender. Dentro desta visão social do fenômeno, temos ainda que, empreendedorismo é algo que se aprende e se reforça socialmente. Em *“A construção social da realidade”* Berger e Luckmann (1966; 1987) se referem a uma construção dialética constante da realidade, por parte dos homens, onde a realidade objetiva é coletivamente criada e introjetada pelos indivíduos como subjetividade, sendo esta, em última instância, fator que leva o indivíduo a empreender.

As características do empreendedor: dissensos e representações

Esta visão comportamentalista do empreendedorismo se estende por toda a década de 80, sem que contudo o impasse metodológico de como se avaliar as variáveis subjetivas que definem o perfil psicológico do empreendedor seja resolvido. Não há consenso acadêmico entre as vertentes schumpeteriana (econômica) e weberiana (comportamentalista) sobre os aspectos que definem o empreendedor. Se, para Schumpeter, empreender é inovar – idéia revisada recentemente por Frese et al (1996) – McClelland dispensa a prerrogativa criativa do empreendedor, dando ênfase na influência da coletividade, conforme preconizado por Weber. Com este impasse a própria definição de empreendedorismo fica comprometida e, em função disso, muito mais do que discussões científicas sobre o tema, têm surgido uma infinidade de

trabalhos que descrevem o empreendedor, com base nas representações sociais mais recorrentes nas universidades e empresas sobre esta figura e sobre o empreendedorismo, de forma mais ampla.

Sobre esta questão, Souza realiza um relevante trabalho “*buscando identificar a representação social que os diferentes autores fazem do fenômeno empreendedorismo*” (apud SOUZA & GUIMARÃES, 2005:3), apresentando o caráter múltiplo do conceito. Souza descreve o espírito empreendedor, como sendo resultante de uma visão integrada da percepção da atitude, do comportamento e da gestão, conforme pode ser visualizado na figura 5:

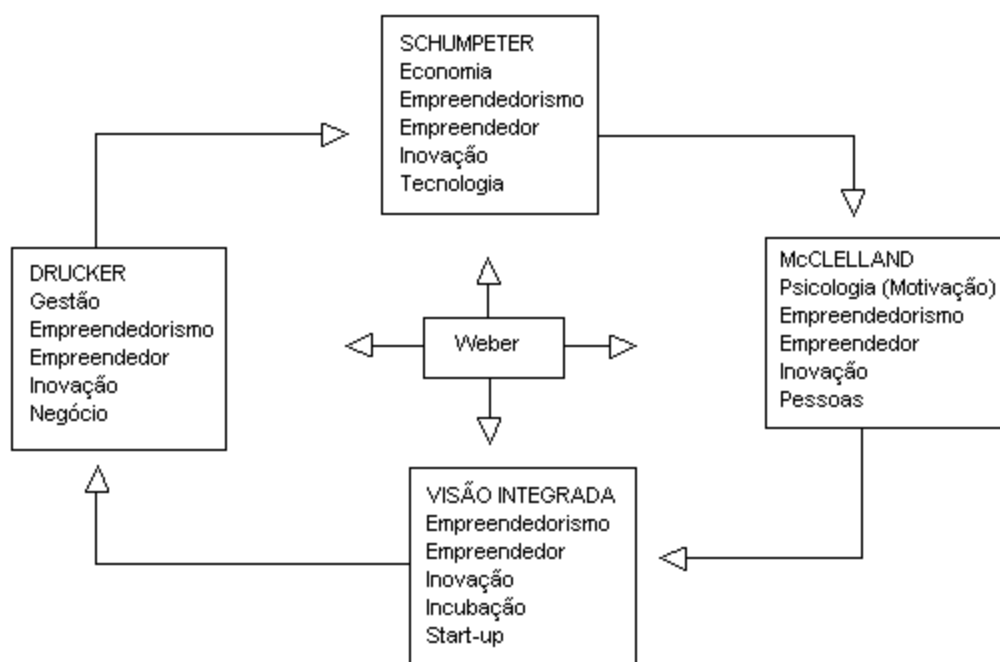


Figura 5: A visão integrada: Weber (1930), Schumpeter (1988), McClelland (1995) e Drucker (1985).
Fonte: (Leite, 2000:543)

Para Fillion (1991) são características do empreendedor, além da inovação, criatividade, persistência, liderança, iniciativa e flexibilidade. O autor segue a linha comportamental e observa também a necessidade de reconhecimento e estima que por parte dos empreendedores, tendo sido estes fortemente influenciados na infância e na juventude por um modelo empreendedor, que tomam como padrão para o próprio sucesso. Já McDonald (2002) identifica as dimensões de conhecimento do empreendedor como: atenção ao ambiente, suporte a novos projetos, tolerância ao risco, entre outras.

Souza apresenta ainda as definições de Lalkala (apud BARROS E PRATES, 1996) que vê a inovação como o resultado mais concreto da atividade empreendedora. Bom Ângelo (2003) enfatiza a predisposição do empreendedor em arriscar-se, enquanto Bernardes (1998) e Cartland et al (apud SOUZA & GUIMARÃES, 2005:15), preocupam-se com as oposições e semelhanças entre empreendedores e empresários.

Leite em seu “*O fenômeno do empreendedorismo*” também sintetiza diversas representações comuns sobre o tema. Na sua definição:

“Ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as idéias, flexibilidade para adapta-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente, e a capacidade para ver, perceber a mudança como uma oportunidade” (LEITE, 2002:11).

De forma mais sintética o autor enumera como palavras chave para caracterizar o empreendedor (Idem):

- Flexibilidade,
- Atualização permanente,
- Motivação, envolvimento e compromisso,
- Criatividade,
- Atitude pró-ativa e empreendedora,
- Abertura à mudança e disponibilidade,
- Capacidade de adaptação,
- Orientação para a resolução de problemas,
- Tenacidade e resistência a situações estressantes.

A partir destes dados e dos autores citados, Souza e Guimarães (2005:17) constroem a “matriz de características de empreendedor e empreenderorismo” reproduzida abaixo:

Características	Schumpeter	McClelland	Weber	Filion	McDonald	Degen	Drucker	Lalkala	Dutra	Barros	Mintzberg	Angel	Longenecker	Leite	Carlson	Frese	TOTAL
Buscar oportunidades	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X			11
Conhecimento do mercado						X	X	X				X	X	X			5
Conhecimento do produto						X	X	X				X	X	X			5
Criatividade		X		X		X	X	X	X	X		X		X	X		9
Iniciativa	X	X		X					X					X		X	6
Inovação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
Liderança	X	X	X	X	X		X				X						7
Necessidade de Realização	X	X									X				X	X	5
Proatividade	X	X		X											X	X	5
Visionariedade				X					X	X				X	X	X	5

Tabela 1: Características de empreendedor e empreendedorismo

As características encontradas na matriz tratam de traços gerais e que se combinam de formas distintas formando o que poderíamos chamar de “perfil” de empreendedores. A esse respeito Souza menciona os seguintes perfis: a) técnico, que empreende para exercer o seu ofício; b) tecnológico, que se associa diretamente ao processo inovador; c) oportunista, que estabelece, fomenta ou compra um empreendimento em resposta a oportunidades de mercado; d) o ex-empregado, que monta seu negócio em busca de liberdade e; e) o empreendedor por necessidade, que o faz como forma de sobreviver ao desemprego. Em contrapartida, a autora lembra que a *inovação* é a única característica mencionada por todos os autores.

Das representações de caráter cientificista²³, apresentadas na matriz deriva ainda uma outra: o empreendedorismo de “auto-ajuda”, a qual nos absteremos aqui em entrar em detalhes, mas que constitui uma parcela bastante relevante das edições sobre o tema. Nesta modalidade de abordagem do fenômeno os textos científicos são tomados nas suas interpretações mais simples e adicionados a afirmações pertencentes ao senso comum (o que seria uma representação social mais “geral” do empreendedorismo) e dicas de motivação implementação de negócios, com o intuito de incentivarem e conduzirem empreendedores incipientes. A variável *inovação* torna-se, praticamente secundária, sendo “desenvolver um plano de negócios padrão” mais importante do que “criar”.

O empreendedorismo converteu-se em assunto em voga e, tanto nas publicações de “auto-ajuda” empresarial, como nas conversas do dia-a-dia. Desde que o “*fim dos empregos*” foi

²³ Por se basear em diversos autores que realizaram pesquisas científicas sobre o tema.

decretado de maneira especulativa pelo economista Jeremy Rifkin²⁴, a tendência que muitos trabalhadores tinham em montar seus próprios negócios, transforma-se em necessidade, por um lado, e em símbolo de status e emancipação, por outro. Contudo, a especulação do “fim do emprego” fomenta o que Souza classifica como “empreendedor por necessidade”, o tipo que para nós menos se assemelha com o “empreendedor schumpeteriano”. Natural então que a popularização do termo e sua apropriação por grupos sociais distintos provocassem o surgimento de outras representações sociais do fenômeno e, por conseguinte, a secundarização da *inovação*.

2.2 *Vocação, prosperidade e empreendedorismo*

O empreendedorismo é, implícita ou explicitamente, parte do discurso das Igrejas reformistas desde os seus primórdios, tendo sido estas fomentadoras de uma lógica que privilegia e incentiva a livre-iniciativa. Além disso, é natural que a atividade empresarial, como forma de trabalho, fosse também encarada como vocação. Nas palavras de Weber:

“agora, naturalmente, toda a literatura ascética de quase todas as seitas está saturada da idéia de que o trabalho fiel, mesmo com baixos salários por parte daqueles cuja vida não lhe ofereça outras oportunidades, é algo sumamente agradável a Deus. Nesse sentido, a ascese protestante em si não acrescentou nada de novo. Mas ela não apenas aprofundou poderosamente esta idéia, como também criou a força que foi, sozinha, decisiva para sua eficiência: a sanção psicológica pelo conceito de trabalho como vocação, o melhor meio e, muitas vezes o único, de obter a certeza da graça. E por outro lado, legalizou a exploração desta vontade específica de trabalhar, interpretando também a atividade empresarial como vocação” (WEBER, 2004:133).

A lógica de resignação aos *baixos salários* e a *falta de oportunidades* podia fazer sentido dentro da *Teoria da Predestinação*, onde cada um dispunha e se conformava com as graças que Deus lhe determinava. Como estas seriam recebidas, quando ou mesmo os porquês, eram questões insondáveis, uma vez que pertenciam ao âmbito do Onipresente e do Onipotente. Questioná-lo não apenas seria inútil – uma vez que ninguém pode mudar os desígnios de Deus – como constituiria uma afronta a Ele. Já no neopentecostalismo, *não* afrontar a Deus é que constitui fraqueza e ausência de fé. Deus, na lógica destas religiões é infinitamente rico, proprietário de todo ouro, prata, petróleo e quaisquer bens que possam existir na Terra e, sendo o crente seu filho, ele tem direito a usufruir desta riqueza. Na bíblia encontramos que Deus ao criar o homem à sua imagem e semelhança e ordenou que ele *dominasse* a criação (BÍBLIA, Gn:1,

²⁴ A idéia do fim dos empregos aparece no mais célebre livro do autor, “*The end of the Work*”, publicado inicialmente em 1995.

26), mais adiante a bíblia narra as histórias de Moisés, Abraão, os Reis e Jó, homens extremamente ricos em seu tempo, abençoados, tementes a Deus, mas não necessariamente *resignados* com seus destinos. A IURD os cita sempre como exemplo de homens fiéis em suas atitudes e sacrifícios ao senhor, e, por isso mesmo gozando do direito de desfrutar dos bens por Ele criados.

Ainda interpretando a bíblia *literalmente* fica claro que Deus tinha propósitos para estes homens, o que manteria a Teoria da Predestinação. Moisés, por exemplo, tem seu destino traçado desde o nascimento e da sua mítica salvação das águas. O mesmo ocorre com Abraão, Deus determina que dele nascerá a nação de Israel. Todavia o pensamento neopentecostal ignora a predestinação, da forma que ela foi pensada pelos Calvinistas e Pietistas, levando em consideração, quem sabe, uma “destinação” construída através da interação direta do homem com Deus, onde este, não só é influenciado pelo fiel, mas responde com justiça aos seus clamores, quando estes se mostram pertinentes e a fé inabalável.

Apenas o fato de mencionarmos a Teologia da Prosperidade (TP) já implica em uma grande distinção entre as neopentecostais e as protestantes históricas. As primeiras pregam “vida e vida com abundância” já as segundas, práticas ascéticas e moderação. Em termos financeiros, isso resultou de um modo geral na possibilidade de acumulação de riquezas por parte dos fiéis das Igrejas reformistas, conforme analisado por Weber (2004). Em contrapartida, seguir a TP acarreta numa lógica mais imediatista. Se a riqueza é um bem de Deus, ela deve ser utilizada para o conforto e bem estar do fiel, o que significa legitimar o consumo religiosamente. Assim, supõe-se que um dos principais fatores de distinção entre o empreendedorismo nas Igrejas tradicionais e as na IURD é a forma como o fenômeno é desencadeado: em vez de partir da acumulação de excedentes, como na ética protestante tradicional, o empreendedorismo nas novas Igrejas nasceria do desejo de auferir lucros e consumir.

Tendo em vista que o trabalho é um valor positivo e que a TP convida os fieis a “tomarem posse” das riquezas a eles destinadas. Por adotar uma posição pró-ativa em relação à prosperidade material, confiando na negociação estabelecida com Deus o fiel deixa de enxergar como *passivo* em relação ao trabalho, mas *ativo*, sabendo-se capaz como filho e “sócio” de Deus de progredir. Daí decorre que o fiel sente-se desconfortável como subordinado, com baixos salários, como desempregado ou sendo dono de uma empresa fracassada. Nesta situação, sentindo-se injustiçado e distante da sua parte na herança divina, e certo de que seu o caminho

rumo à prosperidade e à abundância, deverá ser cheio “milagres” e “intervenções divinas” a consequência natural é empreender, assumindo o ele mesmo o controle da sua vida financeira.

Como a idéia de predestinação inexistente nas neopentecostais o indivíduo se vê obrigado a buscar sozinho a sua graça, e por isso, o trabalho e a iniciativa são colocados como valores supremos. As riquezas não indicam mais a *prestinação* do fiel, uma vez que a salvação depende da conversão e da fé, mas a abundância das bênçãos divinas sobre ele. Com isso ocorre uma re-significação do trabalho que passa a ser visto não como parte da concretização dos planos divinos para o mundo e para a vida do fiel, mas como ferramenta para que o fiel conquiste os bens de *seu* interesse. O trabalho deve assumir então ares de “liberdade”, onde o fiel possa executar seus planos. O empreendedorismo recebe então ares de missão (dentro da perspectiva missionária do neopentecostalismo): não se busca apenas um trabalho, uma profissão para exercer a vontade de Deus, mas na medida do possível, o fiel deve buscar ter o seu próprio negócio. Por conseguinte, “*prosperar em Cristo*” torna-se slogan e força para a atuação empresarial e a fé em Deus passa a ser associada à fé nos negócios. Um “Deus fiel” seria incapaz de abandonar seus filhos, verdadeiros crentes, ao fracasso.

Dentro da TP o fiel tem direito ao que há de melhor no mundo. Uma vez que tudo o que é bom foi feito por Deus seus filhos devem reivindicar sua parte da herança. Tal reivindicação, numa análise simplista se reflete na certeza de prosperar. É essa certeza que impulsiona muitos fiéis iurdianos a investirem e reinvestirem em negócios próprios, a empreenderem. Logo, temos que, nas Igrejas Neopentecostais o empreendedorismo é estimulado como manifestação da vontade divina, assim como o sucesso empresarial torna-se quase obrigatório por manifestar o favorecimento de Deus, sendo o lucro, plenamente justificado.

Este discurso pregado pela IURD minimiza os problemas do capitalismo moderno e os reais motivos da falta de colocação profissional para os fiéis, como por exemplo os efeitos da “revolução tecnológica” e das mudanças na estrutura do emprego que vêm ocorrendo de maneira mais ou menos generalizada em escala mundial, o que exige que novos postos de trabalho sejam criadas, como através da atividade empreendedora, por exemplo.

A noção de self-made man e o empreendedorismo na Universal

Sendo pertencente ao ramo das Igrejas Neopentecostais, o discurso da IURD (de acordo com a TP) é acima de tudo um discurso pró-ação, no qual o fiel e só ele pode determinar as mudanças na sua vida através de um posicionamento ativo em relação a Deus e à vida. Dentro da lógica pregada pelo Bispo Macedo:

“É certo que muitas pessoas neste mundo são ricas, mesmo sem possuírem Deus no coração. Vencem, entretanto, porque confiam na força do seu trabalho, e por isso, são possuidoras de uma riqueza honesta e digna (...) Reafirmo que nossa vida depende de nós mesmos (...) Depende apenas de você o que será feito de sua vida, pois quem decide nosso destino somos nós mesmos. Não são as outras pessoas; não é Deus, nem o Diabo. (...) Não adianta ficar só jejuando ou orando. É preciso buscar o que você quer; fazer a sua parte, e então falar ousadamente com Deus, revoltado com a situação. Você deve dar o primeiro passo, pois Deus não o fará por você” (MACEDO, 1999:27-28).

Fica claro então que o fiel deve tomar a iniciativa para conquistar o que deseja. Orar e esperar apenas seria inútil. A afirmação acima é bastante curiosa porque deixa claro que a ação e a autoconfiança são responsáveis pelo sucesso e por riquezas materiais, ainda que o indivíduo não tenha fé. Ao ser porta-voz de afirmações como essas a IURD reifica a noção de *self-made man* vigente no capitalismo moderno.

Esta noção trata da possibilidade de cada indivíduo, ainda que *partindo do zero*, possa construir fortunas e ascender socialmente baseado unicamente no esforço próprio. Construído partir da bibliografia dos primeiros grandes capitalistas norte-americanos, como Ford, Colgate, Rockefeller a noção de *self-made man* valoriza o esforço individual em busca da felicidade, sendo tal esforço recompensado pelo consumo de bens, status alcançado e reconhecimento social.

Estabelecendo um paralelo entre o *self-made man* e o fiel iurdiano encontramos um importante ponto em comum. Dentro desta perspectiva, qualquer indivíduo inserido na lógica capitalista tem um potencial idílico de acesso a todas as benesses que o sistema pode oferecer, do mesmo modo que o fiel tem direito a tudo que há de melhor no mundo, bastando em ambos os casos disciplina, trabalho e fé para obter êxito financeiro. Uma vez que tudo o que é bom foi feito por Deus, seus filhos têm o direito de reivindicarem sua parte da herança. Tal reivindicação, se manifesta na certeza de prosperar, que resolve a tensão entre os planos divinos para a vida do fiel e seu desejo individual. O sucesso é ainda fruto do esforço de cada um (sendo este extremamente valorizado na IURD), no entanto alcançá-lo depende da vontade divina, ou melhor, da parceria estabelecida com Deus por meio da crença.

É esta certeza de prosperar que impulsiona muitos fiéis iurdianos a investirem nos seus próprios negócios, a empreenderem. Com isso, podemos afirmar que, nas Igrejas Neopentecostais

e mais especificamente na IURD, o empreendedorismo é estimulado como materialização da vontade divina, assim como o sucesso empresarial torna-se quase obrigatório por manifestar o favorecimento de Deus e o lucro é plenamente justificado.

Neste caso, além de mediar a relação homem-mundo a IURD legitima e reforça o discurso vigente, sendo seu porta-voz. Entretanto, não se trata aqui da mera reprodução de conteúdos simbólicos pela instituição religiosa, mas de atribuição de um sentido transcendental ao mesmo. Ao se apropriar do mito do *self-made man* a IURD o transplanta e o situa na TP, ou por outro lado a TP é criada com base neste discurso pré-existente. Ao legitimá-lo, de qualquer forma, a Igreja deve apoiar-se em bases teológicas. Vencer na vida é então, não apenas uma prerrogativa do ideário capitalista, baseado na concepção de que há perdedores e vencedores, se analisarmos os indivíduos de acordo com o seu sucesso financeiro, mas de adquirir o que é prometido por Deus ao fiel. Assim: “*a religião legitima tão efetivamente porque relaciona as construções precárias da realidade das sociedades empíricas com a realidade final*” (AHERN, 1999:20)²⁵.

Em termos simples, Ahern propõe na passagem acima que a religião tem o poder de transformar construções precárias da realidade em realidades efetivas, dotando-as de sentido e razão de ser. Como consequência desta transformação recorreremos a Luckmman que nos lembra que, à medida que o capitalismo evolui, cada vez mais o “*cosmos sagrado moderno*” (“*the modern sacred cosmos*”) impregna-se de temas derivados da economia e de ideologias políticas, articulando-se cada vez mais de forma *individual*, ou seja, *construções precárias* que são dotadas de um *sentido*. Assim emerge dentro do protestantismo um “*ethos de mobilidade*” social (“*mobility ethos*”) e como consequência a idéia de “*auto-realização*” (“*self-realization*”) limitada à *esfera privada* (LUKMANN, 1967:110-111). O ponto alto disso é poder ver-se como *self-made man*, atingir este ponto é auto-realização máxima para o fiel que anseia ser parte de uma classe social mais elevada.

A opção teológica da IURD em prol da TP e suas implicações como a legitimação da riqueza e culto ao *self-made man* são baseadas em critérios utilitaristas, uma vez que as ações dotam-se de um sentido específico e são orientadas para determinados fins. Por outro lado Jung sugere que a atitude mais proativa dos protestantes em relação ao mundo e sua “*avidez de aventura*” ou sua “*sede de conquista*”, dependem de “*uma experiência de Deus mais intensa e*

²⁵ No original em inglês: “*the religion legitimates so effectively because it relates the precarious reality constructions of empirical societies with the ultimate reality*”.

menos dominada” (JUNG, 1997:52), conforme disseminado pela TP (uma vez que esta liberta o fiel para reivindicar o que lhe é de direito). Do mesmo modo, a necessidade que a TP impõe de obter-se sucesso material é um dos principais fatores que determina também parte do afã em da IURD em fomentar o empreendedorismo, conduzindo o fiel pelos caminhos do sucesso material e da auto-realização.

2.3 A IURD como empreendimento

A intercomunicação capitalismo-Neopentecostalismo não se dá apenas no plano das legitimações ideológicas ou do atendimento ao fiel, mas na própria existência da Igreja como instituição. Assim, para a manter-se e perpetuar-se a IURD depende – como qualquer outra religião institucionalizada – de estruturas que a sustentem. A Igreja Católica conceitua de forma interessante suas relações intra e extramundo, embora as separe de maneira quase radical. Há a *Igreja espiritual*, a primeira, constituída a partir da vinda de Cristo e da ordem explícita que este dá ao apóstolo Pedro (“*sobre esta pedra construirás minha Igreja*”). E a segunda, a *Igreja material*, cuja visibilidade se expressa nos prédios, aparatos utilizados e, principalmente pela estrutura burocrática que permite o seu funcionamento.

A burocracia é, em última instância, a forma como qualquer instituição moderna se organiza diante *divisão social do trabalho* e das suas finalidades de existência. Ela é ferramenta básica de gestão de qualquer instituição, sem a qual seria impossível organizar os agentes que a integram, assim como conjugar as aspirações individuais destes com os objetivos das instituições e públicos com os quais elas se relacionam. De modo sintético, podemos dizer que a burocracia existe, para a manutenção das organizações, cumprimento de seus objetivos e continuidade no tempo, exigindo para isso uma estruturação de atividades e rotinas complexas que devem ser executadas por funcionários especializados e submetidos a hierarquias e regulamentos. Nas palavras de Weber a burocracia é um poderoso instrumento de poder (WEBER apud MONTEIRO, 1979:264) que permite o alargamento das funções e da penetração das organizações na sociedade. Guerra lembra ainda que a organização burocrática nasce da:

“*necessidade de uma preocupação maior em termos de estrutura organizacional e com definição de estratégias destinadas a tornar possível a realização da “missão” e, ao mesmo tempo, garantir a posição ocupada, aproveitando ao máximo as possibilidades de expansão*” (GUERRA, 2000:65).

Ou seja, a “missão” iurdiana – “*levar a palavra de Deus aos quatro cantos da terra*” (FOLHA UNIVERSAL, Maio de 2006) – é possibilitada pela estrutura organizacional que ela opera e que influência desde a organização dos seus quadros até a sua liturgia, uma vez que esta é padronizada e determinada pela cúpula mais elevada da Igreja. Luckmann se refere a este fenômeno como sendo uma acomodação das Igrejas ao “modo de vida secular”²⁶ (LUCKMANN, 1967:63), o que implica, além da burocracia, na adoção de outras posturas empresariais para maximizar os resultados, neste caso o número de conversos e as quantias arrecadadas nos cultos. Ele fala ainda que a especialização funcional é caracterizada pela “estandardização” do cosmos sagrado em uma doutrina bem definida e diferenciação de papéis religiosos em tempo integral²⁷ (Idem). Sobre isso Bourdieu comenta que:

“a Igreja apresenta inúmeras características de uma burocracia como delimitação explícita das áreas de competência e hierarquização regulamentada das funções, com a racionalização correlata das remunerações, das 'nomeações', das 'promoções' e das 'carreiras', codificação das regras que regem a atividade profissional e a vida extraprofissional, racionalização dos instrumentos de trabalho, como o dogma e a liturgia, e da formação profissional etc” (BOURDIEU, 1987:59-60).

Sendo uma organização burocrática religiosa a IURD não foge das características acima descritas pelo autor, ao contrário. Sua relação mais aberta e positiva em relação ao trabalho e ao dinheiro permite a divisão das tarefas (baseada em estruturas rigorosamente hierárquicas) e por conseguinte, a organização de carreiras dentro da Igreja, assim como a remuneração dos pastores e uma rigorosa organização financeira, entre outros.

Nas palavras de Mariano:

“Se fosse possível resumir as principais razões de tamanho sucesso levando em conta tão-somente o lado da oferta e, com isso, desconsiderando o contexto social, cultural, religioso e político abrangente, grosso modo, poderia se afirmar que a extraordinária expansão numérica e institucional da Igreja Universal resulta do desempenho de sua liderança eclesiástica e administrativa à frente do governo denominacional, do trabalho religioso em período integral e da eficiência de seu clero, do ativismo militante dos obreiros, do poder de atração de sua mensagem, do investimento em redes de comunicação e da acentuada eficácia das técnicas e estratégias de proselitismo eletrônico, da oferta sistemática de serviços mágicos adaptados aos interesses materiais e ideais de estratos pobres da população, do sincretismo de crenças e práticas mágico-religiosas em continuidade com a religiosidade popular” (MARIANO, 2004).

Oro afirma que:

²⁶ “*A bureaucratization along rational businesslike lines and accommodation to the ‘secular way of life’*” (LUCKMANN, 1967: 63).

²⁷ “*Institutional specialization as a social form of religion, we may say in summary, is characterized by standardization of the sacred cosmos in a well-defined doctrine, differentiation of fulltime religious roles*” (Idem)

“Além da base ideológica fornecida pela Teologia da Prosperidade, não há como não reconhecer a eficiência da gestão financeira, na Universal (...) como condição indispensável para o seu sucesso econômico” (ORO, 2003).

O Estado brasileiro prevê a organização funcional de grupos religiosos e é esta organização que, ao ser traduzida em termos jurídicos, oficializa a existência de uma instituição religiosa. No atual Código Civil, (BRASIL, 2003), uma Igreja é constituída como pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, dotada de liberdade constitucional para professar a sua fé, devendo estar submetida ao poder público²⁸ assim como outras instituições de natureza associativa, como partidos políticos e sindicatos (Idem: Art.44). Além disso, tais instituições são obrigadas manterem a contabilidade social organizada, sob a pena de perderem a isenção fiscal²⁹ que lhes é outorgada,. As Igrejas, em especial, devem contar com um Estatuto social, no qual devem ser estabelecidos os objetivos da organização religiosa, assim como forma e governo, metodologia administrativa e procedimentos para a ocupação dos cargos.

Do ponto de vista jurídico a organização das Igrejas difere das empresas de direito privado, uma vez que o Estado Brasileiro enfatiza no Código Civil o caráter não-lucrativo das instituições religiosas. Todavia, ao contrario do que indica o senso-comum, Schumpeter defende que as empresas não existem em função do lucro, para ele: *“Uma empresa não pode ser definida ou explicada em termos de lucro (...) Esta afirmativa [sobre a importância do lucro] não só é falsa, como também irrelevante”* (apud DRUCKER, 1981:108). Sendo os lucros³⁰ só existentes para cobrir os riscos da atividade e premiar os investidores dos negócios, chegando mesmo fator restritivo para as organizações se a intenção em auferi-los for levada ao extremo. Sendo assim, instituições sem fins lucrativos, como uma Igreja, podem ser também consideradas empresas.

Se o lucro não deve ser encarado como o propósito principal das empresas, algum outro fator deve sê-lo, se não estas não teriam razão de existir. Ora, não é justamente o lucro o que constitui finalidade da empresa? Schumpeter avisa que a resposta para a finalidade da empresa deve ser buscada fora do negócio em si, estando *“situado na sociedade, uma vez que uma empresa é um órgão da sociedade”* (apud LEITE, 2002:101). Logo: *“Só existe uma definição*

²⁸ No artigo 44 lemos: “A liberdade de funcionamento das organizações religiosas não afasta o controle de legalidade e legitimidade constitucional de seu registro, nem a possibilidade de reexame, pelo Judiciário, da compatibilidade de seus atos com a lei e com seus estatutos”.

²⁹ A isenção fiscal, dispensa legal do pagamento de tributos, é atribuída a estas instituições por seu caráter não lucrativo.

³⁰ Lucro é um termo contábil que representa, de modo bastante amplo, a diferença entre receitas e custos. Nas organizações sem fins lucrativos esta diferença pode existir, sendo, contudo, reapropriadas pela instituição. Assim, ao usarmos o termo lucro, estamos tratando na verdade da remuneração sobre o capital investido na empresa.

válida para a finalidade de uma empresa: criar um consumidor” e mais adiante: “é o consumidor que determina o que é uma empresa”, através do que ele demanda e consome” (DRUCKER, 1981:110). Daí decorre que assim como as demais empresas, as Igrejas devem manter seu foco no consumidor.

Embora a discussão sobre o lucro não sirva, como afirma Schumpeter para definir uma empresa e por isso mesmo as Igrejas podem enquadrar-se nesta categoria, vimos anteriormente que as Neopentecostais se preocupam com a questão financeira. Dinheiro não é tabu dentro das suas “visões de mundo” (LUCKMANN, 1967), e mesmo a fé, pode ser medida em termos financeiros, através da relação dízimo x ganhos totais do fiel. Do mesmo modo, seguindo essa lógica, o sucesso missionário destas Igrejas pode ser medido não apenas em número de fiéis, mas também na arrecadação de dízimos e doações, que correspondem a sua receita. Sendo assim, mesmo em termos de preocupação com o sucesso das finanças a IURD se aproxima de outras organizações, neste caso das empresas. O que muda é que a forma de arrecadação (por meio de doações) não nos permite pensar em termos de lucro e que os serviços oferecidos são religiosos.

2.4 Sobre a questão do poder

Para Bourdieu, a religião é um sistema simbólico. Todos os sistemas simbólicos constituem “*estruturas estruturantes*” (BOURDIEU, 2000:9) ao moldarem sentidos e ao serem deliberadamente moldados por aqueles que os controlam. Ao tratar de tais estruturas o autor se refere ao seu conceito de *habitus* que corresponde a:

“sistemas de posições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, quer dizer, enquanto princípio de geração e de estruturação de práticas e de representações que podem ser objetivamente 'reguladas' e 'regulares', sem que, por isso, sejam o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu objetivo sem supor a visada consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-las e, por serem tudo isso, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação combinada de um maestro” (BOURDIEU 1987: 110).

O poder simbólico³¹ exercido pelos sistemas simbólicos é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer sentido imediato do mundo (em particular do mundo social) através dos *habitus* que dissemina. A possibilidade de construção da realidade inerente a tais

³¹O poder simbólico surge como todo o poder que consegue impor significações e impô-las como legítimas. Os símbolos afirmam-se, assim, como os instrumentos por excelência de integração social, tornando possível a reprodução da ordem estabelecida.

sistemas depende da existência de um grupo de produtores especializados capazes de gerarem símbolos e ideologias, são instrumentos por excelência de “*integração social*” por tornarem possível “*o consensus acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social*” (BOURDIEU, 2000:10). Para o autor:

“Os 'sistemas simbólicos' distinguem-se fundamentalmente conforme sejam produzidos e, ao mesmo tempo apropriados pelo conjunto do grupo ou, pelo contrário, produzidos por um corpo de 'especialistas' e, mais precisamente, por um campo de produção e de circulação relativamente autônomo: a história da transformação do mito em religião (ideologia) não pode se separar da história da constituição de um corpo de produtores especializados de discursos e ritos religiosos, quer dizer, do progresso da divisão do trabalho religioso, que é, ele próprio, uma dimensão do progresso da divisão do trabalho social, portanto, da divisão em classes, e que conduz, entre outras conseqüências, a que se desapossem os laicos dos instrumentos de produção simbólica” (Idem:12-13).

A produção simbólica é assim forma de manutenção da hierarquia vigente, pois o simbolismo, ao fazer parte dos sujeitos e ao determinar suas formas de relação consigo, com a instituição e com o Outro, determina importantes aspectos da vida em sociedade (CASTORIADIS, 2000:152).

O compartilhamento de símbolos e ideologias introjetados nos sujeitos indica a verdadeira extensão do poder de um determinado grupo, o que significa concomitantemente um poder de *fazer* o grupo, impondo-lhe princípios de visão e divisão comuns (BOURDIEU, 2000:117). De modo análogo Foucault (1979:75) lembra que o poder é necessário para que se definam as regras da vida em comum, a posição de cada sujeito no sistema de trabalho e troca, seus direitos e obrigações. Para o autor, o poder é exercido através de elementos tênues, não podendo o mesmo ser “detido” pela classe dominante, mas distribuído em toda a superfície do *campo*³² onde atua, conforme um sistema de conexões (Idem:46-47). Pagès (2003:51) trabalha a questão de forma semelhante ao afirmar que “*o exercício do poder não consiste em ordenar, tomar decisões, mas em delimitar o campo, estruturar o espaço no qual são tomadas as decisões*”.

Na verdade, por meio da compreensão do conceito de *habitus* como um “*sistema de disposições duráveis e transferíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, apreciações e ações*” (Idem:110) temos que o

³² Sempre que tratarmos de campo neste texto estamos nos referendo à teoria proposta por Bourdieu onde o campo representa um espaço simbólico, no qual as lutas dos agentes determinam, validam, legitimam representações. No campo ocorre a relação de forças entre formas de poder ou espécies de capital diferentes. Este é um espaço de jogo, onde agentes e instituições, tendo em comum o fato de possuírem uma quantidade de capital específico (econômico ou cultural especialmente) suficiente para ocupar posições dominantes no seio de seus respectivos campos, afrontam-se em estratégias destinadas a conservar ou a transformar essa relação de forças (BOURDIEU, 1989:375).

poder de determinado grupo é capaz de se estender por todo o *campo* de atuação dos sujeitos que o integram, como numa “*espécie de círculo cujo centro está em toda parte e em parte alguma*”. Sendo o poder simbólico na realidade: “*esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem*” (BOURDIEU, 2000:7-8). Ou seja, através da internalização de representações os indivíduos carregam as estruturas de poder consigo. Reproduzindo as estruturas do sistema onde se inserem por meio de suas ações.

Alienação e submissão

A manutenção em longo prazo das estruturas simbólicas que estruturam o poder dos estratos dominantes de determinado grupo social, só existe em função dos próprios sujeitos dominados. São eles que, em última instância, permitem que o poder seja exercido e que a ele se submetem. Naturalmente não podemos desconsiderar o uso da violência física e de outros elementos coercitivos que corroboram com a submissão dos sujeitos, Foucault chega a afirmar que “*o poder adota sempre a máscara da opressão, da repressão, da violência*” (1979:74), contudo conforme menciona Castoriadis (2000:132) “*que força de coerção pode resistir a uma revolta generalizada da população?*”. O autor prossegue, citando Rosa Luxemburg: “*se toda a população soubesse o sistema capitalista não duraria 24h*” (Idem:33). A grande questão que se coloca então é “*como pode toda a população saber?*”. Para o autor a única possibilidade de conhecimento para os indivíduos é livrando-se da alienação. Castoriadis compreende a alienação em oposição à autonomia dos indivíduos. A autonomia seria a possibilidade dos sujeitos, enquanto “*trabalharem sobre si mesmos*” (CASTORIADIS, 2000:127). Isto é a possibilidade dos indivíduos agirem sobre a realidade que os circundam, influenciando-a e sendo por ela influenciada. Ora, se o meio age sobre os indivíduos, até que ponto sua autonomia é efetiva? Quando tratamos aqui de meio nos referimos ao meio social onde os sujeitos se inserem. Assim pressupõe-se a existência de outros sujeitos. São estes outros, ou como coloca Castoriadis o Outro, que acabam por dominar o discurso dos sujeitos. O autor afirma que:

“A característica essencial do discurso do outro, do ponto de vista que aqui interessa, é sua relação com o imaginário. É que, dominado por esse discurso o indivíduo se toma por algo que não é (que, de qualquer maneira, não é necessariamente para si próprio) (...) O sujeito não se diz, mas é dito por alguém, existe pois, como parte do mundo de um outro (certamente, por sua vez travestido). O sujeito é dominado por um imaginário vivido como mais real que o real, ainda que não sabido como tal. O

essencial da heteronomia - ou da alienação no sentido mais amplo do termo - no nível individual é o domínio por um imaginário automatizado que se arroja a função de definir para o sujeito tanto a realidade quanto seu desejo". (CASTORIADIS, 2000:124)

"O discurso do Outro está em mim e me domina" (Idem). A autonomia depende então da capacidade individual de se negar o discurso do Outro, tarefa cumprida sempre apenas parcialmente pois uma vez que em mim introjetado tal discurso passa a ser também meu.

"Em outras palavras, o problema da autonomia remete imediatamente, identifica-se mesmo, com o problema da relação do sujeito e do outro, ou dos outros; que o outro ou os outros não aparecem como obstáculos exteriores ou maldição (...) mas como substitutos do sujeito". (CASTORIADIS, 2000:130).

Daí decorre que a alienação encontra condições para existir nas relações inter-subjetivas dos homens e *"se manifesta como massa de condições de privação e de opressão, como estrutura solidificada global, material, institucional, de economia, de poder e de ideologia"* (Idem:131). Nesse sentido, a alienação é quase um pré-requisito necessário à vida em sociedade. É ela que, em maior ou menor grau, permite uma adesão dos indivíduos a determinadas coletividades. Isso porque os indivíduos dependem da coletividade para existir, não apenas em termos de subsistência mas como possibilidade de forjarem suas identidades por meio do confronto ou do espelhamento com este Outro. Esta referência constante ao "mundo exterior" e, sobretudo, a submissão a ele através dos processos de alienação, partem de uma necessidade da Psique humana de se integrar a estruturas mais amplas, que protejam e dêem suporte ao Ego dos sujeitos que as buscam.

A esse respeito, surge ainda um outro ponto que não podemos deixar de levantar: a caracterização das organizações e hipermodernas proposta por Pagès. Para o autor, estas organizações, são definidas *"pelo desenvolvimento fantástico de seus processos de mediação, sua extensão a novas zonas e sua constituição em sistemas cada vez mais coerentes"* (PAGÈS et al, 1993:35). A existência destas organizações depende, não só da mera execução de tarefas por parte dos seus membros, mas da adesão voluntária em função do interesse dos mesmos. Para o autor, o poder que tais organizações conquistam vem da possibilidade destas trazerem respostas a contradições psicológicas e angústias individuais, uma vez que mediam as relações intra-individuais, intra-sociais e mesmo questões internas, como o medo inconsciente da morte, mascarando-o com outros investimentos psicológicos e uma enorme sensação de segurança. Por estes fatores as organizações hipermodernas:

"constituíam uma espécie de sistema gigantesco de defesa coletiva, um gigantesco sociodrama de defesa contra a consciência de morte, um laboratório onde

se trabalharia de formas diferentes no tempo, a consciência-inconsciência de morte, ao mesmo tempo todas as formas da relação humana” (PAGÈS, 2003:35).

Ou seja, tais organizações através do seu domínio sobre os indivíduos acabam por proteger o seu Ego de um colapso diante da consciência da morte e da pequenez individual. Por meio de sua atuação as organizações hipermodernas nutrem os sujeitos de um sentimento de pertencimento e de perenidade que justifica abrir mão de desejos e impulsos individuais egoísticos em nome da segurança oferecida. A liberdade se restringiria então ao campo que a organização determina através de suas representações, leis e regulamentos. Curiosamente, ao submeter-se às estruturas os indivíduos mostram que delas necessitam e por isso mesmo colocam-se sobre sua tutela. O coletivo, a organização é soberana, mais forte do que os que a compõem, e por isso mesmo capaz de dar-lhes estrutura e força. Nas palavras de Pagès a organização hipermoderna:

“trata-se de um sistema sócio-mental, segundo o qual o estado das organizações, aos níveis econômico, político e ideológico, deve ser relacionado com as estruturas inconscientes dos trabalhadores. A organização traz também uma resposta mediadora às contradições inconscientes vividas pelos trabalhadores”. (PAGÈS, 2003:15)

Assim, ao invés de serem locais de fronteiras delimitadas as organizações incluem zonas de mediação entre os conflitos, as ideologias e as estruturas inconscientes dos sujeitos que dela fazem parte, exercendo seu poder sobre eles³³. Além da mediação, introjeção e intermediação ideológica seriam processos de dominação da organização (PAGÈS, 2003:27), conforme descrito abaixo:

- a) Mediação: *“a organização segue políticas contraditórias cujo princípio é aliar fortes restrições a grandes vantagens oferecidas ao indivíduo. As vantagens integram o indivíduo à organização, fazem com que ele aceite as restrições e até mesmo os objetivos de exploração e dominação da empresa”.* Para o autor, as vantagens oferecidas pela organização mediam os objetivos da empresa e a percepção das coerções pelo trabalhador.
- b) Introjeção: A contradição é interna a organização é externa ao indivíduo, a transformação dessas contradições em algo palatável, acontece através da introjeção. Neste processo, elementos do mundo exterior tornam-se partes inconscientes da psique.
- c) Consolidação ideológica: os ideais se fixam e se perpetuam por meio dos indivíduos.

³³ Num processo denominado por Pagès (2003:27) como *“modelagem recíproca”* das estruturas da organização e das *“estruturas de personalidade dos indivíduos”*.

Internalizando os conteúdos apresentados pela organização o indivíduo possui certa liberdade ou autonomia de ação, porém não de idéias, o que remete ao “*círculo cujo centro está em toda parte*” de Bourdieu. Pois se, por um lado, por meio do indivíduo a centralidade da organização é mantida, por outro do gerenciamento das relações entre autonomia e controle, nasce o poder destas. Com isso é gerado um campo contínuo de controle onde: “*o poder de decisão pessoal dos homens tende a desaparecer, em benefício do poder de uma estrutura abstrata de regras de funcionamento*” (Idem:60).

Esta “liberdade nas regras” é feita por meio de princípios apreendidos pelos sujeitos e que se tornam núcleo duro de suas ações como sistemas dinâmicos e auto-regulados. A esse respeito, Pagès lembra que as regras codificam o campo de ação individual. Regras e códigos são transmitidos não apenas por meio de estamentos expressos, mas de representações sociais de certo e errado que os contém e dependem, para seu cumprimento da “*adesão dos indivíduos afetados por sua aplicação*” (Idem:49). Para Bourdieu (2000:12) as representações seriam, parte da luta travada entre os especialistas da produção simbólica do poder de impor instrumentos de conhecimento e de expressão arbitrários como forma de expressão do simbólico. O autor se refere às representações materializadas pelo “jogo da linguagem” como forma de “objetivação e oficialização de fato” da identidade dos grupos (Idem:117-118), constituindo estas “enunciados performativos” que pretendem que aconteça aquilo que enunciam.

Capítulo III- Metodologia e procedimentos de pesquisa

3.1 Tomando a Teoria das Representações Sociais como ponto de partida

Baseado no caráter de “enunciado performativo” das Representações, optamos por utilizar nesta pesquisa a *Teoria das Representações Sociais* (TRS) por entendermos que as mesmas revelam as crenças de um determinado grupo e organizam o conhecimento do senso comum, presente na vida cotidiana dos indivíduos. Na verdade, ao tratar de religião estamos sempre passeando por entre crenças e cotidiano, articulados para criar sentidos que suportem ações e comportamentos. Neste campo movediço que conjuga transcendentalidade e realidade, a forma que encontramos para entrar em contato com o universo interior dos indivíduos sem discorrer sobre sua fé propriamente dita ou sobre questões teológicas, e mantendo, por outro lado, o foco de análise em questões práticas referentes à sua vida, seu momento presente e suas relações com o grupo onde se insere, foi empregar a análise das Representações Sociais.

Tal opção metodológica se dá por entendermos que os preceitos traçados por Moscovici e aprofundados por Jodelet implicam na interpenetração entre universo interior e exterior dos indivíduos, sendo a relação eu-mundo dinâmica e interfacetada. Na verdade, os autores estabelecem um fluxo circular entre sujeito e objeto através dos conteúdos, apreendidos no decorrer dos anos e como eles são projetados no cotidiano e nas coisas que o cercam, valorizando elaborações mentais socialmente construídas, porém internalizadas pelos sujeitos e por eles concretizadas e modificadas. Daí decorre, uma espécie de dependência contínua entre os indivíduos e os grupos aos quais pertencem pois estes carecem da coletividade para que tais elaborações mentais tenham validade e “façam sentido”.

Wagner lembra que através do “*impressionante número de pesquisas sobre Representações Sociais*” é possível traçar “*a topografia mental de várias culturas e sociedades modernas*” (WAGNER, apud MOREIRA & OLIVEIRA, 1998:3). Com efeito, as Representações Sociais têm sido amplamente utilizadas na sociologia, antropologia e na história das mentalidades (ARRUDA, 2002). A mesma plasticidade que permite sua aplicação em diversas áreas, também possibilita a existência de diversos conceitos de representação social. Sobre esta questão Wagner afirma ainda que:

“A pesar da pressuposição comum quanto ao ‘compartilhar’, parece que nem todas as pesquisas se referem à mesma compreensão do termo ‘Representação Social’”

(...) Essa diversidade é provavelmente devida às múltiplas facetas do próprio conceito de Representação Social. Por um lado representação social é concebida como um processo de comunicação e discurso. Por outro, representações sociais são vistas como atributos individuais, como estruturas de conhecimento individualmente acessíveis, embora compartilhadas” (Idem).

Daí pode-se entender as representações sociais, de modo bastante genérico, como um conjunto estruturado de opiniões e atitudes sobre um determinado fenômeno social relevante, transmitido em um grupo através das relações entre seus membros e na forma de imagens e metáforas ou termos cristalizados na linguagem.

Os estudos sobre representação social iniciam-se com Moscovici em 1961, com a publicação de *“La psychanalyse, son image, son public”*, que propõe uma pesquisa voltada para os fenômenos do subjetivo, apreendidos pelos sujeitos indiretamente nas suas relações. Ele parte da Teoria das Representações Coletivas de Durkheim, extraindo-lhe o caráter de estabilidade e rigidez adicionando-lhe conceitos de Piaget, Lévy-Bruhl e Freud. De Piaget ele toma as idéias sobre a formação do pensamento de crianças, de Lévy-Bruhl o princípio de participação que este verifica entre os povos primitivos e de Freud a internalização e a teoria da construção da personalidade através das experiências individuais e das relações socio-afetivas na infância (ARRUDA, 2002).

A partir desse diversificado escopo teórico e da sua inquietação sobre que fatores mobilizam os seres humanos em torno de objetivos que aparentemente superam a razão, Moscovici desenvolve uma teoria psicossocial que alinha a individualidade dos sujeitos aos preceitos socialmente elaborados que este contém em si. Segundo este autor existem formas diferentes de saberes, orientadas por objetivos distintos, sendo estes: saberes consensuais: advindos da comunicação informal entre os sujeitos e saberes reificados, cientificamente orientados. Os primeiros estão ao alcance de todos, justificando *“convicções ideológicas preexistentes”* e servindo *“como explicação metafísica dos fatos sociais”* no sentido de *“descobrir explicações invisíveis para além dos fenômenos visíveis”*, já os segundos restringem-se apenas àqueles que seriam “especialistas” em determinadas questões, ajudando a orientar informações e *“superar coincidências”* (ARRUDA, 2002; MOSCOVICI, 1992; WAGNER, 1998).

Para Moscovici o saber consensual é voltado para a prática e se estrutura da seguinte forma: 1. conhecimento do objeto; 2. enxugamento das informações não necessárias; 3.

organização das informações consideradas relevantes para a apreensão do objeto (ARRUDA, 2002; MOSCOVICI, 1961). Como já mencionamos, este processo é eminentemente social, pois o grupo onde estamos inseridos é responsável por nos suprir de informações sobre os objetos que levam ao conhecimento dos mesmos. Finalmente, após a organização das informações relevantes o grupo ainda tem o poder de exercer sanções sobre as mesmas, recusando-as, ou justificando-as ideologicamente, o que significa sua aceitação. Contudo, e por serem as Representações Sociais extremamente plásticas, pode ocorrer uma assimilação por parte dos grupos de análises individuais sobre os objetos, o que reflete na verdade mudanças sociais. Daí decorre a definição de Jodelet sobre representações, para ela:

“As Representações Sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET apud ARRUDA, 1998).

Não se trata então da mera reprodução de um conceito pelos indivíduos, mas da interferência criativa destes através do tempo. A autora propõe, em função disso, quatro fatores principais que condicionam a produção das representações. São eles: cultura, comunicação, linguagem e inserção socioeconômica, institucional, educacional e ideológica. Por meio deste processo o não-familiar é transformado em familiar para integrar-se às leituras de mundo dos sujeitos, num processo denominado *ancoragem*. Assim a representação social fornece sentidos simbólicos aos objetos a que aponta, tornando “o desconhecido familiar; o não familiar conhecido” (MESTRE & PINOTTI, 2004) e traduzindo a visão que cada grupo social tem de si mesmo.

Das representações às práticas

Leontiev afirma que as representações sociais são “*comportamentos em miniatura*” (apud ARRUDA, 2002). Quando determinadas idéias estão suficientemente cristalizadas em um grupo e são transmitidas de modo convincente aos indivíduos – quer dizer, dentro de critérios de uma racionalidade própria – elas passam a orientar ações. Por este motivo, Arruda ao analisar o autor chega a atribuir às representações sociais um caráter “*preditivo*”, pois estas permitem que se possa inferir sobre os comportamentos individuais, sendo as mesmas “*importantes indicadores que se refletem na prática cotidiana*” (Idem). Além deste caráter preditivo descrito por Leontiev

ressaltamos um outro ponto relevante na análise das representações sociais: a impossibilidade de se separar sujeito e objeto de uma forma clara.

Abric, reitera Moscovici ao afirmar que não existe separação entre sujeito e objeto. De fato o objeto só pode ser entendido quando inserido num determinado contexto, concebido por um indivíduo ou grupo (ABRIC, apud MOREIRA & OLIVEIRA, 1998:27). Daí decorre o nosso interesse em empreender uma análise processual das representações iurdianas. Os objetos, quaisquer que sejam ganham existência através da percepção dos sujeitos, reestruturada e formalizada pelo grupo onde estes estão inseridos. Ao existirem para os sujeitos, os objetos são organizados através das suas representações de acordo com a sua importância, servindo então como balisadores da ação individual. Daí decorre que, não só os objetos adquirem valor por meio dos sujeitos, como a vida destes depende da disposição de vários objetos, o que acarreta na fusão sujeito-objeto, e na construção / reconstrução incessante de um pelo outro.

Assim, as representações filtram e interpretam informações do real. A realidade, por sua vez, é compartimentada dentro das representações pré-existentes, de modo que dados não relevantes ou considerados inadequados são descartados, enquanto aqueles que coincidem com as representações são aceitos e reafirmados e as novidades são analisadas, aliando-se às já existentes ou gerando novas representações o que, na prática, significa um processo ininterrupto de criação de justificativas para comportamentos e visões de mundo. Para Abric:

“não existe uma realidade objetiva a priori, mas que toda realidade é reapropriada pelo indivíduo e pelo grupo, reconstruída no seu sistema cognitivo, integrada no seu sistema de valores, dependente da história e do contexto social e ideológico que o cerca” (Idem).

Um outro viés de análise da construção social das representações é buscar os elementos afetivos a elas relacionadas. Como temos afirmado, as representações dependem dos grupos para existirem, funcionando como cimento para mantê-los através das práticas individuais. O seu compartilhamento é uma forma de amálgama entre os membros de um determinado grupo, sendo suas relações baseadas nos valores e idéias que eles têm em comum. Deste estabelecimento de identidade nascem alianças fundamentadas no afeto e no reconhecimento mútuo. Daí advém que os sujeitos buscam seguir as representações buscando aceitação e acolhimento no grupo. A esse respeito, Arruda comenta que:

“Alianças se constroem pela aprovação, e isso designa o fato de o grupo ter aprovado performances do indivíduo, ou de seus pares, e assim constitui-se a formação da confiança no grupo e de autoconfiança. O que é digno de aprovação ou reprovação

passa pelos valores da comunidade, daquilo que nem sempre é dito, mas, sem dúvida, é esperado de seus membros. De suas representações sociais” (ARRUDA, 2002).

Abric e a teoria do núcleo central

Embora as representações norteiem as ações individuais, chegar a elas constitui um exercício contínuo de atenção, especialmente porque elas não constituem estamentos rígidos, com limites definidos, mas conjuntos de “*informações, crenças, opiniões e atitudes a propósito de um dado objeto social*” (ABRIC, apud MOREIRA & OLIVEIRA, 1998:30). A partir desta constatação Abric desenvolve a *teoria do núcleo central* propondo que as representações são organizadas a partir de um núcleo central e duradouro, que lhes atribui significados (*função geradora*) e que organiza elos entre os elementos da representação (*função organizadora*).

A partir do núcleo central alinham-se outros elementos, denominados *periféricos* por Abric. Estes se referem a questões mais práticas, uma vez que são mais externos e maleáveis, defendendo o núcleo central de mutações efetivas (*função de defesa*), adaptando-o a novos contextos (*função de regulação*) e concretizando-o, pois ligam o núcleo central às situações onde as representações são convertidas em ações. Isto significa que os elementos periféricos estão diretamente relacionados às ações dos sujeitos, tendo assim uma característica mais individual. Para o autor:

“[as representações são] estáveis e rígidas posto que determinadas por um núcleo central profundamente ancorado no sistema de valores partilhados pelos membros do grupo; móveis e flexíveis, posto que, alimentando-se das experiências individuais, elas integram dados do vivido e da situação específica” (Idem, 34).

Elementos centrais e periféricos manifestam-se através de práticas concretas, tais como “entalhar madeira ou represar riachos” (HARRÉ, apud JODELET, 2001:105). Na concepção de Jodelet, as representações sociais devem ser analisadas conjugando elementos afetivos, mentais e sociais com linguagem e comunicação, formas através das quais o indivíduo se expressa e apontam, não apenas para seus conteúdos interiores, mas para as estruturas que colaboraram com a sua formação

3.2. Metodologia

Metodologia significa, etimologicamente, o estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer pesquisa científica, os quais respondem a como fazê-la de forma eficiente. Assim, mais do que uma descrição formal de técnicas e métodos a serem utilizados na pesquisa científica, a metodologia indica a opção que o pesquisador fez do quadro teórico para determinada situação prática do problema de pesquisa. Todavia, por mais ampla que seja esta definição de metodologia, ela não aponta para as dificuldades reais de se fazer a pesquisa, especialmente quando tratamos das ciências sociais.

Minayo (2000:10) lembra que “*nem teoria nem prática são isentas de interesse, de preconceitos e de incursões subjetivas*”, o que pressupõe que o investigador deve colocar em questão os pressupostos inerentes a sua qualidade de observador externo, que importa para o objeto *sua* forma de relação com a realidade³⁴. Assim os recortes e as perspectivas de análise escolhidas estão impregnadas com a subjetividade do pesquisador, e do impacto que o objeto de estudo é capaz de provocar sobre ele. A metodologia seria, dentro desta perspectiva uma tentativa do observador delimitar o campo do seu olhar de modo a objetivar a pesquisa.

Um possível caminho para essa questão, ao menos como proposta científica no presente trabalho, é seguir um viés epistemológico. Para Japiassu (1981) a epistemologia é reflexão, o estudo de propósito crítico sobre uma ciência constituída ou um processo de construção de conhecimento. Um estudo epistemológico pode visar à discussão de determinados princípios estruturais de uma disciplina científica, reorganizando ou reencaminhando seu trajeto científico. O que o autor propõe é o estudo da práxis científica enquanto processo em construção e não refletir sobre a ciência “*feita, acabada, verdadeira*” (JAPIASSU, 1981:96). A esse respeito é muito relevante a noção de Blanché, dentro da qual a epistemologia não depende do que é verdadeiro ou falso, mas de um estado de “conveniência” (BLANCHÉ, 1983:17).

Dentro da noção de sociologia compreensiva de Weber, temos que as realidades sociais são construídas nos significados e através deles podem ser identificadas na linguagem das interações sociais (MINAYO, 2000), devendo a pesquisa empírica fornecer dados que dêem conta das formulações teóricas, sendo tais dados derivados da vida dos atores sociais, sendo seus atos por si mesmos descritos e explicáveis. Ao percebemos os sujeitos envolvidos na pesquisa como “parceiros” no processo de coleta de dados, e por que não, no de análise, temos que não há

³⁴ A esse respeito, Weber afirma que: “*Não existe uma análise da cultura absolutamente objetiva dos fenômenos sociais (...). Todo conhecimento da realidade cultural, como pode ser visto, é sempre conhecimento a partir de pontos de vista específicos*” (apud MINAYO, 52)

“nem realismo, nem racionalismo absolutos (...) nem preceitos universais e únicos” nas ciências sociais (BACHELARD, 1978:91).

O autor critica o “agnosticismo positivista” e o “realismo filosófico tradicional”, habituais às experiências com a *realidade* do objeto pesquisado (Idem: 93). Para ele a realidade cognoscível é formada e desenvolve-se através de relações de complexidade. Tal complexidade só existe porque os sistemas que a compõem nunca param, estão em constante movimentação, interna e externa, em processos de relações e inter-relações para os quais muitas vezes os padrões científicos existentes não se aplicam senão parcialmente, o que exige do pesquisador soluções e articulações que permitam a apreensão de tais complexidades dentro de paradigmas científicos, a serem escolhidos conforme a “conveniência” da pesquisa.

Morin (1998) lembra que complexidade não é o mesmo que complicação. Assim, a epistemologia da complexidade não pode ser entendida como uma epistemologia da complicação, uma epistemologia da dificuldade. A complexidade moriniana não traz em si complicadores, mas a possibilidade de pensar o ser em si, sua relação com o mundo e com os outros seres. Nesse sentido a epistemologia proposta por Morin é aberta, sem um princípio rígido norteador. Partindo dos eventos do conhecimento para estudar o próprio conhecimento. Para o autor (1997), o conhecimento não reflete o “mundo objetivo”, mas o traduz e o constrói, dado que a produção, reprodução e o desenvolvimento do conhecimento fazem parte de um constante construir e desconstruir. Não há imparcialidade nem mesmo neutralidade totais nestes processos, estando ambos “impregnados” pelo conhecimento do observador que o concebe. (MORIN, 1997,201). A partir dos nossos conhecimentos e da relação de complexidade estabelecida no campo e com o campo adotamos neste trabalho múltiplas metodologias e processos de análise. Além disso, a complexidade do tema e a variedade de fatores que ele abarca nos conduziram naturalmente a abraçar uma perspectiva pluri-metodológica (ABRIC, 1994a) e pluri-processual.

A abordagem pluri-metodológica e a análise de conteúdo

Becker segue também a idéia de empregarmos diferentes metodologias e processos em pesquisas sociológicas com o intuito de montarmos o que ele chama de “mosaico científico”. *“A idéia do mosaico científico é útil para pensarmos sobre este tipo de empreendimento científico. Cada peça acrescentada num mosaico contribui um pouco para nossa compreensão do quadro*

como um todo” (BECKER, 1993, 104). Seguindo esta visão, optamos por aplicar na análise dos dados levantados recursos da *análise de conteúdo*, conforme proposto por Bardin (1977). O próprio Moscovici (1978) reconhece que existe uma relação entre representação social e linguagem temática, o que valida a utilização da análise de conteúdo em nossa pesquisa. Segundo Bardin a análise de conteúdo pode ser definida como:

“um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (BARDIN, 1977:42).

Para o autor, é necessário desvendar mensagens obscuras que se escondem por detrás de um discurso aparentemente simbólico e polissêmico. Daí decorre que a *análise de conteúdo* toma a compreensão do que *o outro* pretende expressar como ponto de partida, sendo o (re)conhecimento do conteúdo das mensagens essencial. A importância recai então não apenas sobre “o que se diz” mas sobre “o que quisemos dizer” com determinado conteúdo. Trata-se de “ler nas entrelinhas” a intenção do enunciador e, com isso, de se encontrar um texto oculto por trás daquilo que foi expresso e que carece de uma metodologia adequada para ser desvendado. Logo, a *análise de conteúdo* pressupõe um conjunto de técnicas bem definidas para captar a mensagem transmitida. Mais uma vez, nas palavras de Bardin: “[trata-se de um] *conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados*” (BARDIN, 1979:9), isso porque a *análise de conteúdo* adota uma perspectiva dialética, em busca de conteúdos latentes, relacionado ao contexto e à história dos fatos.

Ainda que trate de conteúdos latentes a análise de conteúdo terá, na nossa perspectiva como objeto primordial a palavra, enquadrando-se perfeitamente à nossa intenção de identificar os léxicos que expressem as representações sociais de empreendedorismo na IURD. Partiremos então da identificação destes léxicos para criar um quadro de rubricas que organize e articule os conteúdos encontrados na observação, na análise documental e nas entrevistas. Ou seja, as representações serão as unidades de registro primordiais de investigação, em torno das quais serão estruturados categorias de análise. A análise categorial, “*funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos*” (Idem:153). A categorização nesse tipo de análise pode ser feita de diferentes maneiras, sendo

que “entre as diferentes possibilidades de categorização, a investigação dos temas, ou análise temática, é rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos diretos (significações manifestas) e simples” (Idem). Sendo suas etapas as seguintes:

- a) Pré-análise;
- b) Exploração do material;
- c) Tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Optamos então por privilegiar nesta pesquisa métodos de pesquisa qualitativa, buscando trabalhar com o universo de significados, motivações, crenças, valores e atitudes, correspondentes a um espaço mais profundo das relações, e aos processos e dos fenômenos que não poderiam ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 1994). Contudo, não pudemos abrir mão de empregar a análise quantitativa dos dados, para definir o universo amostral da pesquisa e estabelecer as categorias por meio da quantidade de repetições das mesmas. Nossa intenção com isso foi explorar os temas aos quais se atribui maior valor, de acordo com os léxicos apontados na análise das representações sociais quantificadas a partir da aplicação dos questionários semi-abertos.

Finalmente, ressaltamos que a adoção da Análise de Conteúdo foi fundamental para a compreensão das entrevistas, através as sistematizações dos núcleos temáticos, ampliada com a análise histórico-contextual, realizada anteriormente (MORAES & CARRARA, 1985; CARRARA, 1996; RICHARDS, 1993) visando verificar diferentes possibilidades de “ancoragem” (SPINK, 1993), utilizadas pelos sujeitos para se apropriar das Representações Sociais compartilhadas pelo grupo onde se insere.

3.3 Procedimentos de pesquisa

A partir de agora explicaremos como foram realizadas a coleta de dados e a análise que a segue. Iniciamos a pesquisa com a observação participante no templo e preenchimento dos protocolos de observação (vide anexos). Neste primeiro momento, foi possível identificarmos empreendedores que freqüentam “A Nação dos 318” e as “Reuniões dos Empresários” posteriormente contatando os sujeitos que teriam interesse em colaborar com a pesquisa. Em seguida aplicamos um questionário geral (apenas entre os fiéis) para obtermos informações sobre

os indivíduos e seus negócios; e questionários de livre-associação (entre fiéis e pastores), com o intuito de identificar o campo semântico das Representações.

Em seguida destacamos as representações de maior destaque segundo dois aspectos

- Quantidade de repetições e ordem de importância das mesmas;
- Tipos de relações apresentadas entre tais representações.

Com isso buscou-se compreender como Representações relevantes para os sujeitos, ainda que contraditórias, ou pertencentes a lógicas diferentes coabitam os indivíduos de forma harmônica. Por fim, realizamos as entrevistas semi-estruturadas com os dois grupos de modo aprofundar a compreensão das representações e a forma como tais relações são percebidas pelos sujeitos.

Vejamos estas fases de modo mais detalhado:

Primeira fase: observação participante - conhecendo o objeto estudado

Antes de iniciarmos qualquer outra etapa da pesquisa de campo ou de abordarmos os personagens envolvidos (exceto os pastores, cientes da presença da pesquisadora desde a nossa primeira visita ao templo) optamos por realizar, durante um mês, apenas a observação participante. Após cada visita ao templo preenchemos os protocolos de observação que serviram de material “bruto” para nossa análise. Fomos impedidos pelo Pastor X, que coordena os cultos iurdianos, de realizar anotações dentro da Igreja, sob a justificativa de que os fiéis poderiam constranger-se. Participamos da “*Nação dos 318*” e da “*Reunião dos Empresários*” de forma oculta, uma vez que o mesmo julgou desnecessário que a pesquisadora fosse neste momento formalmente apresentada para os fiéis. Deste modo, procuramos seguir a orientação de Vianna (2003:17), caracterizando a observação realizada como: *participante, oculta e seletiva* (realizando anotações e descrevendo eventos que fossem interessantes para a pesquisa).

Durante este período nossa única atividade foi freqüentar a Igreja durante as segundas-feiras, no culto denominado “*Nação dos 318*”, e às quintas-feiras, na “*Reunião dos Empresários*”. Registramos os fatos relativos à atividade dos pastores e à dinâmica destes encontros, além de identificar os fiéis envolvidos em atividades empreendedoras.

Num momento posterior da observação participante, tentamos entrar em contato com os fiéis da Igreja que exercem atividades empreendedoras estabelecendo com eles relações de

empatia, acompanhando sua rotina e suas atividades dentro na IURD. Do mesmo modo, buscamos interagir com os pastores, responsáveis pela articulação e disseminação da doutrinação que viabiliza o empreendedorismo, participando de cultos e reuniões. Tarefa esta vista inicialmente com desconfiança e receio pelos membros da comunidade. Em decorrência disso apenas no segundo mês de análise conseguimos, de fato nos integrarmos ao grupo, mostrando engajamento, freqüentando a Igreja regularmente e contribuindo com o dízimo.

Apreendemos ainda informações sobre formas de comunicação simbólicas inerentes ao ambiente iurdiano, como objetos utilizados em “cena”, disposição espacial do templo e dos atores na Igreja, vestimentas, imagens, etc. Além de gestos, verbalizações e atos dos sujeitos, que deixam transparecer muito sobre os sentimentos envolvidos no momento dos rituais, assim como sobre os desejos e motivações implicadas na atividade religiosa. Nosso maior interesse contudo foi verificar o que o pastor *comunica* ao fiel.

Segunda fase: caracterizando o empreendedor e a sua atividade.

Após tecermos anotações sobre a “*Nação dos 318*” e a “*Reunião dos Empresários*” e identificarmos os fiéis proprietários de empresas, passamos para a segunda fase da análise (a qual os pastores foram isentos, por não serem *proprietários* de negócios e sim representantes da Igreja): a caracterização do empreendedor e sua atividade. O instrumento aplicado nesta etapa foi um questionário fechado contendo perguntas mais específicos sobre o empreendedor (dados pessoais e ano de conversão) e sobre a empresa (número de funcionários, aportes de capital realizados, data de fundação, etc).

Os questionários foram entregues para os fiéis escolhidos após os cultos ou “*Reunião dos Empresários*”, sendo posteriormente devolvidos à pesquisadora. No momento da devolução dos mesmos confirmávamos o interesse dos fiéis em participarem voluntariamente da pesquisa, assim como reforçávamos o anonimato dos dados levantados. Aproveitamos também para marcar as entrevistas nos horários e locais desejados pelos fiéis.

A partir dos dados fornecidos pelos questionários, traçamos um perfil dos fiéis e das empresas em estudo. Nosso objetivo foi levantar informações mais específicas sobre o tipo de empresário e de empresas em questão para compreendermos como o empreendedorismo é encarado e vivenciado por tais indivíduos. Assim como traçarmos, em linhas gerais, as

dificuldades mercadológicas inerentes a este perfil e que possam influir na necessidade do fiel de recorrer à religião buscando apoio para suas práticas empreendedoras.

De modo a verificar a validade dos dados apurados ao final da pesquisa aplicamos um segundo questionário fechado, em 150 fiéis (vide anexo 3). 150 fiéis representam 50% do total de 300 fiéis empreendedores que freqüentam a “*Nação*”, segundo cadastro da Igreja. Ainda sobre estes dados lembramos que os 15 fiéis entrevistados, embora a amostra tomada tenha sido aleatória, representam 5% do total de fiéis empreendedores³⁵. Este questionário inclui as mesmas perguntas do primeiro questionário e outras relativas às representações, incluídas após a entrevista com o primeiro grupo de fiéis, assim como outras de interesse específico do Pastor X³⁶.

Terceira fase: identificação do campo semântico das Representações Sociais

Para identificarmos o campo semântico das Representações Sociais sobre o empreendedorismo recorreremos à utilização de um questionário de livre associação. A partir das expressões indutoras “*empreendedorismo*” e “*empreendedor*” deixamos que os participantes da pesquisa (pastores e fiéis, o que totaliza 15 questionários) escrevessem, da forma que lhes parecesse conveniente, outros termos que fossem, de fato, relevantes para eles.

Para melhor visualização desta tarefa, colocamos em duas fichas distintas as palavras “*empreendedorismo*” e “*empreendedor*” (tendo as mesmas sido entregues exatamente nesta ordem em dias distintos) na região central da folha, partindo delas (em forma radial) setas que indicam onde deveriam ser escritas as Representações associadas a tais vocábulos. Tal disposição espacial foi escolhida para que o fiel compreendesse que a partir das expressões indutoras as demais deveriam aparecer. Junto a cada seta colocamos também um número que representa a ordem de importância atribuída a tal variável, totalizando doze setas.

Os questionários foram respondidos individualmente na presença da pesquisadora (com isso quisemos evitar que os pesquisados questionassem a terceiros sobre os termos que deveriam relacionar-se aos indutores). Os fiéis podiam dispor do tempo que achassem necessário para

³⁵ De acordo com a fórmula aplicada por Richardson (2000), a amostra utilizada nesta pesquisa corresponde a um erro amostral de aproximadamente 5,8%, o que não corresponde ao erro ideal para as ciências sociais (que seria de 6%). Contudo consideramos tal erro tolerável.

³⁶ Estas se referem às atividades da Igreja e seguiram em folha anexa ao questionário como forma de “permuta” com o Pastor X que resistiu em permitir a pesquisa com um universo maior de fiéis. Sugerimos que ele realizasse perguntas de seu interesse e que ele distribuisse os questionários, de modo que ele foi entendido como uma espécie de “pesquisa de opinião” sobre a Igreja cujas respostas seriam aproveitadas numa pesquisa científica.

respondê-los, podendo também perguntar sobre o modo de preenchimento sempre que desejassem. Antes de iniciarem o preenchimento do questionário, explicamos aos participantes que eles deveriam escrever as primeiras dez palavras sobre os termos indutores que lhes viessem à mente, ordenando-as de acordo com as setas. Foi-lhes solicitado que deixassem fluir seus pensamentos e que os escrevessem como lhes conviesse. Pedimos também para que não rasurassem ou alterassem suas respostas, de modo a não permitir grandes racionalizações sobre a tarefa. Embora o tempo fosse livre, a maioria levou entre 30 e 40 minutos para preenchê-los e nenhuma pergunta foi realizada, o que sugere que o procedimento foi adequadamente compreendido.

Em seguida os termos foram contabilizados, selecionamos que foram repetidos mais de dez vezes e os organizaremos de acordo com: a) a quantidade de repetições; b) a ordem de hierarquia ao termo atribuída e; c) a frequência em que tal posição lhe foi dada.

O questionário de livre associação foi aplicado para fiéis e pastores e os dados apurados separadamente em duas tabelas distintas, conforme o modelo proposto por Sá (1998:49). Neste trabalho ele segue a proposição de Vergès (1992) que afirma que as palavras evocadas mais frequentemente devem constituir os elementos centrais das representações. De modo análogo a Sá, organizamos uma tabela ordenando os termos por quantidade de evocações e frequência das mesmas, identificando um sistema de cognições centrais (repetições mais comuns) e periféricas (repetições menos comuns). Tal método, corrobora com a descrição de Arruda sobre a teoria do núcleo central:

“O grupo de estudiosos que inaugura a perspectiva do núcleo central (Claude Flament, Jean Claude Abric e outros) trouxe, além da sua contribuição teórica, uma resposta às críticas relativas à metodologia, ao propor estratégias metodológicas específicas para o estudo do núcleo central. Os elementos pertencentes ao núcleo central seriam mais facilmente detectáveis por meio de técnicas de associação livre de palavras. O maior índice de preferência e a maior prioridade na ordem das evocações, durante os testes de associações livres, seriam seus indicadores. A combinação desses dois aspectos revela o conjunto de itens que configuram o coração da representação” (ARRUDA, 2002:117).

Quarta fase: entrevistas semi-estruturadas

Com as entrevistas buscamos aprofundar os dados levantados nas fases anteriores e situar os sentidos atribuídos às Representações. De modo a explicar os termos apresentadas no questionário de livre-associação, retornamos às representações sobre empreendedorismo e

elaboramos perguntas sobre elas. Optamos por seguir um roteiro de entrevistas semi-estruturados (vide anexos) por estes permitirem que, o entrevistado revele ao entrevistador aquilo que ele deseja saber, a partir de perguntas-chave, e que forneçam informações extras de acordo com suas motivações e experiências individuais.

As entrevistas tiveram a duração média de 60 minutos e foram realizadas pela pesquisadora fora dos templos da Universal, em locais apontados pelos entrevistados, geralmente shoppings, nas empresas dos fiéis ou locais próximos às mesmas. Nestes casos não sentimos nos entrevistados o desejo de esconder os seus negócios (pelo contrário, fomos convidados a visitar todos), mas apenas de se buscar um local mais confortável onde não fossem interrompidos durante a entrevista.

3.4 Sobre a coleta de dados

A pesquisa foi realizada exclusivamente no Templo Maior da Igreja Universal em Recife. Tal templo foi escolhido por constituir a principal sede da IURD em Pernambuco. O que significa que o prédio concentra as funções administrativas e teológicas da Igreja no estado e – em função disso – possui maior estrutura física, tanto no que se refere à capacidade de fiéis que comporta na nave central do templo, quanto pela quantidade de salas e escritórios que contém.

Por ser a unidade central da IURD, no Templo Maior ocorrem algumas cerimônias especiais que dependem de pastores e bispos consagrados ou que lá têm lugar apenas por ser este o mais amplo e melhor situado espaço iurdiano. A “*Nação dos 318*” e a “*Reunião dos Empresários*” ocorrem neste templo por estes dois motivos concomitantemente: a) a presença de um pastor consagrado (Pastor X), o que significa que ele pode atribuir aos fiéis bênçãos especiais e; b) aproveitamento do espaço físico da nave central (onde cabem 5.000 pessoas sentadas) espaço mais do que suficiente para acolher os fiéis da “*Nação*” e da existência de um auditório reservado (com capacidade para 300 pessoas) situado nas dependências internas do templo onde é realizada a “*Reunião dos Empresários*”. Destas justificativas decorrem ainda outras duas para a realização destes encontros exclusivamente neste local: c) a presença quase que diária do Pastor X no Templo possibilita a sistematização deste culto às segundas-feiras, das 7h às 8:30h e das 19h às 20:30h e da “*Reunião dos Empresários*” às quintas-feiras, das 20h às 21:30h e; d) por

situar-se na região central da cidade o Templo é local de fácil acesso para os empresários e trabalhadores da região.

Sobre os participantes decidimos abarcar dois grupos distintos, como já mencionamos anteriormente: pastores e fiéis. O objetivo de separarmos os entrevistados nestes grupos foi percebermos tanto as formas como as Representações sobre empreendedorismo são transmitidas no discurso oficial da Igreja (pelos pastores), quanto à forma como são apropriados pelos fiéis, verificando entre estes extremos as construção e reconstruções destas.

Dividindo estes dois grupos pretendemos abarcar a tipologia de instâncias conforme proposto por Novena (2004:104). Ao utilizar a teoria das Representações Sociais na sua análise sobre a sexualidade na organização escolar a autora propõe três tipologias de instâncias³⁷: institucional, organizacional e das práticas discursivas. Vejamos:

- a) Instância institucional – através desta visamos analisar os *dispositivos institucionais*³⁸ presentes na organização religiosa que determinam os fluxos de circulação das representações: os fenômenos de poder e suas implicações, as doutrinas e normas (implícitas e explícitas) a respeito das práticas empreendedoras, com o intuito de apresentar o contexto no qual são produzidas e difundidas as Representações.
- b) Instância Organizacional – se refere à forma como a organização organiza normas, idéias e valores através de documentos e estruturação de um *modus operandis* que as favoreça.
- c) Instância das práticas discursivas – Análise do processo de produção e circulação das representações sociais no ambiente iurdiano, observando o núcleo central de tais representações, como determinante da ação e os elementos periféricos que o circundam, demonstrando o “saber comum” (que pode corroborar ou não com o saber institucional) que circula entre pastores e fiéis.

- Grupo 1 – Pastores

³⁷Enriquez (1995) propõe sete instâncias de análise organizacional: mítica, socio-histórica, institucional, organizacional, grupal, individual e pulsional. Já Max Pagés (2000) propõe quatro: econômica, política, ideológica e psicológica. Todavia, optamos pela divisão proposta por Novena por julgarmos a adoção destas três instâncias – institucional, organizacional e do discurso – por adequar-se melhor ao objeto estudado (uma vez que a IURD separa radicalmente seu *corpus* institucional dos fiéis) e mencionar mais explicitamente a questão discursiva.

³⁸Em Novena temos que o termo dispositivo refere-se a “(...) um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos” (FOUCAULT, 1995:224, apud NOVENA, 2004).

O grupo dos pastores contou com apenas 5 entrevistados. Neste avaliamos as instâncias institucional e organizacional da IURD. Todos os pastores entrevistados foram apresentados pelo Pastor X e escolhidos por um único critério por ele definido: *confiabilidade*. Explica-se: o Pastor X ele não queria que “pastores de fora” (isto é, de outros templos de Recife, ou mesmo de outras regiões) ficassem sabendo da pesquisa para não “levantar polêmica com a cúpula”³⁹, o que poderia, de acordo com ele, atrasar ou mesmo implicar na proibição da pesquisa. Nos restringimos então a entrevistar o Pastor X e os 4 pastores por ele indicados.

No grupo dos pastores aplicamos os seguintes procedimentos: questionários semi-abertos, mapa de relações e entrevista.

- Grupo 2 – Fiéis

Como não foi possível (a pedido do Pastor X) abordar os fiéis dentro Igreja, nos aproximamos inicialmente de 6 fiéis das seguintes formas:

a) Curiosidade do fiel em relação à pesquisadora: 4 fiéis se aproximaram voluntariamente, para questionar se a pesquisadora tinha se convertido recentemente ou se freqüentava outras Igrejas. Tais perguntas não nos pareceram ter um caráter “inquisidor”, mas sim serem motivadas por um interesse sincero em conhecê-la e ajudá-la.

b) Contato na entrada do templo: ao final do culto ou da reunião notamos que alguns fiéis com o perfil desejado (donos de empresas e freqüentadores da “Nação” e da “Reunião dos Empresários”) esperavam diante do templo a chegada de alguém que os buscasse (geralmente táxis ou parentes), nestes momentos aproveitamos para entabular pequenas conversas e nos apresentar.

Em ambos os casos os fiéis foram receptivos, apesar do estranhamento sobre o trabalho (houve um interesse muito grande em se saber *o porquê* da pesquisa e com qual finalidade esta seria utilizada, o que corrobora com o temor do Pastor X de que a pesquisa pudesse denegrir a imagem da instituição). Com o intuito de aumentar o número de entrevistados, optamos por seguir a técnica de “bola de neve”, para isso pedimos para que estes seis fiéis nos indicassem mais dois outros, que foram contatados inicialmente por telefone. Nestes, a sensação de estranhamento a respeito da pesquisa foi ainda maior, pois, uma vez que ligamos para suas

³⁹ Por cúpula entendemos os bispos da IURD e os pastores posicionados em instâncias mais elevadas da hierarquia.

residências eles questionaram também a “invasão” deliberada das suas vidas. Algumas das pessoais para as quais ligamos se recusaram a participar das entrevistas, de modo que chegamos ao número de 9 fiéis “indicados”, totalizando os 15 que entrevistamos.

O número relativamente pequeno de entrevistados se deve à resistência da Igreja (aqui representada pelo Pastor X, que lidera “*A Nação dos 318*” e a “*Reunião dos Empresários*” e que foi nosso intermediário na relação com os demais pastores do Templo) em permitir a realização desta pesquisa. A dificuldade em conseguirmos “quorum” apenas reforçou a intenção de analisar nosso objeto de estudo a partir do pressuposto metodológico da pesquisa qualitativa, por esta filiar-se à compreensão da dinâmica das relações sociais no que elas têm de mais tênue, possibilitando-nos um aprofundamento efetivo nas entrevistas e no relacionamento com os envolvidos na pesquisa. Tentamos então, privilegiar os discursos e práticas de pastores e fiéis iurdianos para apreender a diversidade de conteúdos as permeia, identificando a partir daí as Representações Sociais que integram a vida psicossocial destes indivíduos e que acabam por determinar suas práticas.

3.5 Procedimentos de Análise

Partimos de Bardin (1988) e Bauer & Gaskell (2002) para definir os parâmetros de tratamento do material levantado. A partir destes autores estabelecemos os seguintes passos para o procedimento de análise dos dados processuais⁴⁰.

a) Para a análise documental:

1. Pré-análise – leitura de fichas, circulares, notas, orações, formulários, panfletos e jornais publicados pela IURD em busca de uma unidade de sentido.
2. Leitura seletiva – buscando passagens que tratassem do empreendedorismo.
3. Verificação dos conteúdos contidos nessas passagens.

b) Para a observação dos cultos e reuniões:

1. Pré-análise – observação mais geral dos eventos

⁴⁰ Quando tratamos da análise dos dados, deve-se lembrar que ela foi realizada segundo as etapas previstas pela análise de conteúdo, descritas anteriormente.

2. Anotação do que foi observado.
3. Tratamento das anotações brutas – buscando os elementos mais frequentes dos cultos e reuniões, assim como os que causam mais comoção do fiel (verificada através de alterações dos movimentos, mudanças no tom de voz, choro, etc).
4. Transcrição das falas dos pastores, identificando os conteúdos apresentados assim como os termos e expressões repetidos com maior frequência.

c) Levantamento das Representações Sociais - a partir dos questionários semi-abertos

1. Leitura dos questionários.
2. Identificação do campo semântico.
3. Contabilização do número de repetição dos termos (conteúdo consensual)
4. Análise da hierarquia atribuída aos termos.
5. Digitalização dos resultados.
6. Organização dos dados digitalizados em tabelas e gráficos.
7. Análise comparativa entre o que foi observado e os referenciais teóricos estudados.
8. Verificação do núcleo central das representações e dos elementos periféricos

d) Análise de Conteúdo - a partir das entrevistas

1. Realização de anotações no momento da entrevista⁴¹.
2. Leitura individual das anotações buscando os conteúdos mais comuns e as palavras repetidas com maior frequência.
3. Análise dos conteúdos e representações apurados, apontando convergências e divergências entre eles.

⁴¹ Por orientação do Pastor X, nenhum entrevistado permitiu de a gravação das entrevistas. Um dos entrevistados chegou a afirmar que não seria de interesse da Igreja “*que alguém tivesse documentos sobre o que acontece ali dentro*” (Fiel número 9).

Capítulo IV - Conteúdos e significações

Os temas centrais aqui tratados foram definidos em momentos distintos da pesquisa: os três primeiros intitulados: *A experiência mística do fiel e o roteiro de culto*, *Do mito à realidade - caracterizando o empreendedor iurdiano*, *Marchar com fé* e *O pastor, sempre o pastor*, foram identificados ainda na etapa da observação participante. A segunda etapa, *Representações e conteúdos*, se refere principalmente aos dados do questionário semi-aberto, de onde extraímos as representações sociais mencionadas pelos sujeitos.

Analisados no presente estudo sob o enfoque da teoria das Representações Sociais os conteúdos apresentam as interpretações que os sujeitos fazem dos significados à sua volta. A esse respeito, Berger e Luckmann (1987) ressaltam estudo do processo de construção social na afirmação de que a realidade é construída socialmente e que cabe à sociologia analisar este processo. Temos então que a experiência da vida cotidiana envolve elementos simbólicos e, aos quais são atribuídos significados distintos, referentes às realidades e aos agentes sociais que de tais elementos se apropriam.

Assim de modo a inferir estes significados buscamos conhecer as condições de produção e recepção das representações sociais sobre empreendedorismo que circulam na IURD, complementando-as com elementos da análise de conteúdo. Com isso, buscamos cumprir os preceitos propostos por Bardin (1994), no que se refere à função heurística da análise de conteúdo, na medida em que ela enriquece a tentativa exploratória e aumenta a propensão à descoberta, e à administração da prova, em que questões ou de afirmações provisórias servem de diretrizes apelando para o método de análise de uma confirmação ou de uma informação. Trabalho este realizado com mais clareza no último tema abordado próximo capítulo onde realizamos a síntese das etapas anteriores.

4.1 *A experiência mística do fiel e o roteiro do culto*

Embora tenhamos limitado nossa análise a dois momentos bastante específicos do mundo iurdiano, a “*Nação dos 318*” e a “*Reunião dos Empresários*” em pouco diferem das demais reuniões desta Igreja, seguindo como as demais o “script” abaixo, com poucas variações (o que pode mudar esporadicamente é o momento em que ocorrem as orações ou a coleta de doações).

Vejamos: O culto se inicia com a aparição do pastor e sua entrada triunfal pela nave central do templo. Já no púlpito ele saúda a audiência e apresenta a temática do encontro e os meios mágicos que serão utilizados nessa intenção (óleos, alianças, unções, água sagrada, perfumes, flores, etc). A isso se seguem depoimentos dos fiéis; oração e músicas. E por fim ocorre a saudação final seguida do encerramento do serviço religioso.

O que permeia todas as ações de um determinado culto e o distingue dos demais são as intenções apresentadas no seu início, no nosso caso o desejo de prosperar financeiramente, de preferência montando negócios. Buscando este objetivo, o fiel é levado a percorrer um caminho imaginário da derrota à vitória. Ele é captado pelas atitudes energéticas do pastor que já na saudação inicial convoca todos a refletirem sobre sua situação atual. Em seguida são executadas músicas – que geralmente começam a ser executadas lentamente, ganhando velocidade à medida que o pastor anima os fiéis – tratam de vencer e conclamar a vitória ao Todo Poderoso. Com essa mudança de comportamento, muda também o discurso. Das dificuldades vêm a revolta com a situação atual do fiel (é comum ouvirmos expressões como: “não, não pode ser” ou “eles não merecem, Senhor”). Em seguida o pastor passa a tratar da vitória dos fiéis, a audiência grita que vai “vencer” ou “mudar”, por fim, em êxtase os fiéis aplaudem e aos poucos o pastor os conduz ao relaxamento, com música suave ou baixando o tom de voz.

Orientando o os fiéis para o empreendedorismo: o mito do herói.

O roteiro seguido na “*Nação dos 318*” tem um objetivo bastante específico: incutir no fiel a idéia que ele pode, e deve, obter sucesso financeiro. Para que isso seja possível, o pastor conta com práticas discursivas específicas que permitem a internalização dos conteúdos simbólicos que servem de base às representações.

Jungblut (2000) lembra que as práticas comunicativas no campo religioso podem ser divididas em duas: práticas interventivas e discursivas. As *práticas interventivas* são efetivamente simbólicas e, por isso mesmo, põem o fiel em contato com poderes sobre-humanos, intercambiando com eles bênçãos e “serviços”. Exemplos disso seriam sacrifícios, orações, maldições, etc. Já as *práticas discursivas* consistem em “trocas lingüísticas” entre atores sociais sobre a natureza dos poderes sobre-humanos, sobre as formas mais adequadas de interagir com eles ou sobre como adquiri-los e manipulá-los.

Às *práticas interventivas* já nos referimos quando tratamos do díizimo, das orações e dos cânticos, típicos dos cultos. Já as *práticas discursivas* constituem o foco maior dos pastores durante os sermões dos “318”: instruir o fiel sobre como conquistar a vitória é instruí-los sobre como “adquirir” e “manipular” poderes sobre-humanos. Embora haja uma fórmula “básica” para se chegar a esses poderes (conversão – desafio de fé, através do díizimo – reivindicar a Deus o que se deseja) o discurso sobre a vitória percorre um caminho mais sutil.

Dissemos há pouco que a cada culto o pastor conduz o fiel pelo caminho imaginário entre a vitória à derrota. Ao fazer isso ele não apenas descreve a fórmula acima, mas trata de um dos arquétipos mais presentes nos rituais e culturas humanas: o mito do herói. Segundo Jung a importância de explorar o herói e seu árduo caminho rumo à redenção de si mesmo reflete a busca da consciência humana por consolidar-se. Por ser esta uma “*aquisição muito recente da natureza*” e por estar ainda em “*estágio experimental*” ela é “*vulnerável e suscetível à fragmentação*” (JUNG, 1998:24-25).

Por fragmentação o autor entende a divisão do aparelho psíquico humano, proposta por Freud, em Id, Ego e Superego. O mito do herói surge então como uma forma de fortificar o Ego, quando o consciente requer ajuda para uma tarefa que não pode realizar sozinho ou sem uma aproximação das fontes de energia do inconsciente (Idem, 132). Além disso a tarefa do herói implica em liberar a *anima*, como componente íntimo da psique, responsável para qualquer realização criadora. E, como vimos capacidade de criação e força de vontade são elementos fundamentais da atividade empreendedora.

O mito trata da trajetória de indivíduo, dotado de talentos e/ou de uma missão especial, do seu nascimento à sua morte, momento último de redenção. O herói apresenta algumas características que o diferem dos outros homens: nascimento humilde, mas milagroso, provas de sua força sobre-humana precoce, sua ascensão rápida ao poder e à notoriedade, luta triunfante contra forças do mal, demonstração de falibilidade ante as tentações, e finalmente sua morte, provocada por sacrifício heróico ou traição. Outra característica relevante é a presença freqüente de um “tutor”, que abre caminhos para o herói em sua jornada e o mune de ferramentas morais e de armas ou poderes que o defendam de seus inimigos e o ajudem a cumprir tarefas.

Naturalmente as formas de manifestação do mito do herói, assim como suas variáveis e componentes são inúmeros. A partir da análise de Paul Radin, intitulada “*O ciclo heróico dos Winnebagos*”, Jung aponta os ciclos específicos da evolução do herói, estes aparecem tanto como

componentes de uma narrativa completa sobre a trajetória do herói, quanto como historietas independentes que representam estas fases. Os ciclos seriam: o ciclo *Trikster*, o ciclo *Hare*, o ciclo *Red Horn* e o ciclo *Twin*. O *Trikster* representaria o herói ainda irracional, brincalhão e por vezes maléfico cujo avanço constitui o *Hare*, mais civilizado e distante dos impulsos infantis. Em seguida temos o *Red Horn*, este é capaz de vencer os inimigos com seu poder sobre-humano, mas ainda prescinde da ajuda de deuses tutelares, nesses termos ele seria o homem ainda incompleto, não mais animalizado, mas também ainda não “transcendente”. O último estágio é o do *Twin* que representa tanto a introspecção e o encontro do herói com sua essência divina, quanto a capacidade que ele possui em realizar, sozinho e senhor de si, grandes feitos.

Embora não seja nossa intenção aprofundar-nos nos ciclos acima descritos, conhecê-los é deveras importante para a nossa análise. Entendemos que ao reproduzir o caminho derrota-vitória a cada culto, o pastor na verdade conduz o fiel através de uma espécie de mito “particular”. Da pobreza, do fracasso e de comportamentos irracionais como o desperdício financeiro, o consumo de drogas e álcool, a violência – onde ele seria o *Trikster* e/ou o *Hase* – o fiel é levado à vitória e “ascensão rápida ao poder e à notoriedade” após ter “lutado contra o mal”. A batalha final entre o herói e as forças negativas que o cercam representa o “*triunfo do Ego sobre tendências regressivas*” (JUNG, 1998:20). Neste processo o sujeito reforça o próprio Ego adquirindo maior autoconfiança.

Todavia não é dada ao fiel iurdiano a possibilidade de chegar ao estágio de *Twin*, pois o encontro com a essência divina é permanentemente mediado pelo pastor, sendo o fiel incapaz de realizar grandes feitos isoladamente. Além disso, a história de Cristo corresponde igualmente à trajetória do herói. O fiel pode tentar reproduzir as práticas e ensinamentos do Mestre, sem contudo se igualar a ele. Ora, na medida em que Cristo é Deus, dentro da noção de *santíssima Trindade* e por isso mesmo “essência divina” ele corresponde grosso modo ao *Twin*, decorrendo aí mais uma impossibilidade do fiel em atingir este estágio. Deste conflito entre tornar-se herói sem libertar-se totalmente da tutela da Igreja e dos desígnios divinos resulta uma relação edipiana entre fiéis e pastores, onde estes não são contestados, uma vez que o fiel prescinde da figura do pastor para orienta-lo na fé;.

Reproduzir o mito⁴² do herói de forma ritual na IURD funciona sobretudo como rito de passagem da imaturidade religiosa para a maturidade e vivência da fé plena, único caminho através do qual o fiel pode “garantir” seu sucesso definitivo. Ao vivenciar o mito o fiel deve internalizar o desejo de abandonar a sua vida anterior assumindo de vez a identidade religiosa, que dali por diante proporcionará o reforço do seu Ego. Reforço e fragilidade do ego passarão a caminhar juntos, uma vez que, não se concretizando o *Twin* a dependência da organização religiosa será constante.

Ao vivenciar a cada culto o mito, o fiel assimila também as representações a ele relacionadas. No caso do sucesso via empreendedorismo, a vitória só se estabelece com a constituição da empresa ou com sua estabilidade e progresso material. Para o fiel iurdiano o herói não é uma figura mitológica distante, mas uma projeção de si mesmo, do arquétipo que vive em si. Do mesmo modo, e para reforçar ainda mais esta atitude, os exemplos que o pastor dá sobre empreendedores de sucesso são tão reais, tão palpáveis que parecem falar especificamente sobre a realidade do fiel, sobre seu momento presente ou sobre a vida daquele colega que está testemunhando no altar. As representações nascem então do senso comum constituído por esses exemplos, idéias gerais, convenções e impressões coletivas. Sua produção advém tanto do discurso “oficial” dos pastores quanto da interação entre os fiéis em discussões e conversas informais. Por fim, as representações aproximam o fiel da concretização do mito, uma vez que se ligam a objetivos práticos e são responsáveis pela ação dos indivíduos.

4.2 Do mito à realidade – caracterizando o empreendedor iurdiano

Através do mito do herói, vivido e revivido incontáveis vezes no templo e neste processo conhecido e internalizado pelo fiel, é traçado o longo caminho que separa o iurdiano da realização pessoal, da possibilidade de ser herói de fato, testado por suas ações e caráter no mundo real.

Ao aplicarmos o questionário de caracterização dos fiéis entrevistados pudemos verificar que ao chegar na IURD, 42% estavam desempregados, dos 58% empregados, 40% afirmaram estar em condições insatisfatórias de emprego, o que serve como uma das explicações mais

⁴² Segundo Jung o mito conta uma história sagrada, relata um acontecimento que teve lugar no tempo primordial de uma civilização ou grupo. Nesse sentido o mito do herói é tomado como arquétipo.

comuns para estes indivíduos terem buscado a Universal. Bonfatti denomina a situação dos fiéis ao buscarem a IURD como “*fundo do poço*” (BONFATTI, 2000:136) servindo a IURD como possibilidade de resgate da dignidade pessoal para aqueles que “*(...) que são assalariadas, desempregadas, fazendo biscates, morando de aluguel e querendo uma ascensão financeira que parece estar bem distante, por vezes, da suas realidades*” (Idem, 83).

“Pouquíssima gente busca a Universal porque está bem. A gente vem ao templo quando está no final das forças. Eu nunca vim, porque achava esta Igreja coisa de doido, por isso só vim quando estava ficando doida mesmo, já quase um ano sem emprego certo, desesperada, cheia de conta para pagar” (Fiel número 2).

“Eu só vim porque estava desesperado, vi na Tv um testemunho de uma mulher que era alcoólatra e que tinha recuperado a vida e aberto um negócio depois de entrar na Igreja. Apareceu carro, tudo dela. Eu nem era alcoólatra, nunca fui, só estava mal no emprego. Era muita injustiça sabe? Eu achava que não merecia” (Fiel número 7).

Um dos pastores reforça esta idéia ao afirmar que:

“A Universal realiza obras fortes. A gente não precisa do fiel bonzinho. Bonzinho é muito fácil. É melhor que o cara venha quando estiver na lama, aí sim ele vai entender o que a gente faz. Tira da lama e mostra a luz. Se estava drogado, doente ou endividado, tudo passou depois de freqüentar nossas reuniões, de participar com fé e desafiar o senhor” (Pastor número 4).

Os fiéis e a própria Igreja entendem que as portas para se chegar a ela são também “*as portas do sofrimento*” (Fiel número 13). A conversão à IURD encarada de maneira quase funcional. Os fiéis se referem a este momento com expressões como “*eu precisava mudar*” (Fiel número 2), “*se eu não me convertesse eu não pararia de sofrer nunca*” (Fiel número 11) ou “*a conversão foi um fato necessário para minha vida mudar*” (Fiel número 7). Ela é vista então como uma escolha consciente, refúgio para o sujeito e forma de se resolver um problema imediato, neste caso problemas financeiros. Em apenas duas entrevistas os fiéis disseram estar bem financeiramente na época em que buscaram a IURD, mas enumeraram uma série de outros problemas – sentimento de fracasso, má relação com chefes e colegas no ambiente de trabalho e descontentamento com a atividade desempenhada – que os levaram a buscar a Igreja.

Diante da crise financeira e/ou pessoal e sem ter a quem recorrer, procura-se a Universal.

“no nível em que eu estava os amigos já tinham me abandonado há muito tempo, sobravam algumas pessoas queridas e a família, mas eu sabia que não podia pedir ajuda. No final só a moça do banco Ibi⁴³ falava comigo direitinho... também, com os juros que eles cobravam!” (Fiel número 8).

⁴³ Banco especializado em oferecer empréstimos sem burocracia a pessoas de baixa renda.

“Parecia que eu era transparente, pedindo emprego de porta em porta e ouvindo as piores coisas. Ninguém via ali um pai de família, um homem querendo dignidade. Só o pastor viu” (Fiel número 14).

Só o pastor viu o desespero deste fiel. Em troca do conforto de estar entre iguais, de ser compreendido e ouvido a adesão ao credo iurdiano vai sendo gradual. Da desconfiança com a Igreja à *“plena sensação que aqui é meu lugar”* (Fiel número 6) a trilha dos que procuram a IURD e nela ficam é bastante semelhante: o primeiro contato com a Igreja se dá através de amigos ou dos programas iurdianos no rádio e Tv, nesta fase reina basicamente uma espécie de *“instinto de sobrevivência”*. Busca-se a IURD, apesar da insegurança e às vezes do preconceito contra a Igreja, porque não parece haver muito mais o que se buscar. A partir do contato direto com os outros fiéis, de ouvir suas vidas e seus testemunhos, a desconfiança se desfaz. Inicia-se então o momento de adesão às idéias iurdianas, à sua concepção de fé, de sucesso e, permeando tudo isso, de proximidade com Deus.

“eu tive que aprender tudo de novo, é como eu não soubesse que Deus quer nos ver felizes e plenos. Tive que ir conhecendo Deus de novo, estudar a bíblia, ouvir o pastor. Depois o meu Deus já estava comigo e eu fiquei pronto para uma vida abundante” (Fiel número 7).

“Nesse momento que o fiel chega o papel do pastor é ensinar, conduzir. A gente não cobra nada, não culpa as pessoas. A gente só pede firmeza na fé, ler a bíblia, perseverar nas correntes e nos cultos. Depois tudo acontece, Deus na vida das pessoas” (Pastor 5).

O contato místico com Deus seria então uma parte relevante do processo. Passado o medo de confrontar o poder da divindade, o ambiente iurdiano favorece um sentimento de pertencer à comunidade, o desejo de aprender e *“ouvir o pastor”* para se chegar a Deus. A crença de ter atingido este objetivo é o que determina a conversão de fato. É como se o ponto de inflexão para os fiéis entrarem de vez na Igreja fosse *“sentir”* Deus de alguma forma, no culto, em oração ou mesmo através de *“milagres”*. A partir daí está completa a conversão e o fiel pode partir para a fase seguinte, objetivo mesmo da chegada a IURD: a resolução de seus problemas.

64% dos fiéis entrevistados montaram seus negócios após começarem a freqüentar a IURD, 87% realizou reinvestimentos, sendo que destes 42,5% afirmam ter sido incentivados pelo pastor. Na aplicação geral do questionário 70% responderam ter montado negócios após começar a freqüentar a IURD, 77% reinvestiram nos negócios, tendo destes 49% recebido incentivo do pastor.

É neste ponto que a relação entre a conversão à Universal e o empreendedorismo dos seus fiéis começa a se delinear. Há uma relação bastante clara entre desemprego ou insatisfação com a

empresa e a criação de negócios próprios. Tomando os dados de forma mais detalhada, 93% dos entrevistados desempregados decidiram criar empresas, 65% dos insatisfeitos também. Vale ressaltar que a média de tempo de conversão à Igreja é de 4,2 anos enquanto a média de tempo de existência das empresas é de 2,7 anos. O que significa que o tempo médio entre a adesão à nova fé e a abertura do negócio é de 1,5 anos, havendo ainda muitos casos em que a montagem no negócio se deu em menos de 9 meses. Vejamos como o depoimento do Fiel número 11 reforça os dados apresentados:

“Eu queria sair logo daquela situação de desemprego, mas até para isso batalhei. Demorou até eu vender o carro e pensar num negócio diferente. Mesmo assim perseverei e em menos de 2 anos já tinha a loja. Deus me levou longe, tenho dificuldades, mas minhas peças⁴⁴ vendem bem” (Fiel número 11).

Apuramos também que o tempo médio que o fiel iurdiano leva entre “*pensar num negócio diferente*” e investir é de 1 ano. Este período corresponde ao tempo de maturação da idéia, tipo de negócio e viabilização de capital.

84,85% dos fiéis optaram por montar empresas do setor de serviços, entre os entrevistados percebemos que esta escolha se deve ao conhecimento do mercado e da atividade a ser desempenhada no negócio (encarada não apenas como a gestão da empresa, mas como a atividade que “sei fazer”), assim como a observação de potenciais de mercado e possíveis consumidores. 15,15% possuem empresas do ramo industrial, não havendo nenhuma resposta relativa ao setor primário.

Quanto ao capital necessário para abrir o negócio temos uma predominância da aplicação de recursos próprios, 56%. Segundo os entrevistados, estes recursos seriam oriundos da venda de bens pessoais (automóveis, imóveis, aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos), de poupança ou de indenizações trabalhistas. No caso da utilização de recursos de terceiros, geralmente recorre-se à própria família e amigos ou a empréstimos de em média 5.000 reais, tomados em empresas especializadas em créditos populares⁴⁵ ou à compra de bens e mercadorias a crédito. Nota-se que os investidores não recorrem às linhas de crédito específicas para investimentos, existentes em bancos de maior porte como Caixa Econômica e Banco do Brasil. Embora os juros de créditos populares ou cartões de créditos sejam superiores aos praticados pelos grandes bancos, estes são

⁴⁴ O fiel se refere ao comércio de peças novas e usadas para automóveis.

⁴⁵ Tratamos do banco IBI, mas instituições semelhantes foram citadas pelos entrevistados como o Balcão Insinuante, balcão BPN e Fininvest.

preteridos pela burocracia, demora para “sair o dinheiro” dos empréstimos e exigência de garantias e referências comerciais.

A dificuldade em se conseguir recursos é determinada em grande parte pelo perfil destes negócios. Tratam-se, na sua maioria de micro empresas (89%), familiares (56%) ou individuais (32%) cuja média de faturamento mensal não supera 8.700 reais, operando 21% na ilegalidade⁴⁶. A distância de instituições que apoiem o empreendedor se revela ainda num outro dado: 95,8% dos fiéis montaram suas empresas sem o apoio de quaisquer instituições. Dos 4,2% que buscaram apoio todos recorreram ao Sebrae, não tendo sido incubadoras ou universidades sequer citados. Dos entrevistados, nenhum recorreu a instituições de apoio ao empreendedor pelo mesmo motivo: desconhecimento.

No entanto, através das respostas que obtivemos fica claro que a atuação da Igreja funciona como mecanismo de apoio ao fiel. Não se trata de prover financiamentos (*“isso é problema do fiel, mas Deus sempre ajuda!”* – Pastor número 2), de colaborar com o desenvolvimento de novos produtos e serviços ou de viabilizar planos de negócios, mas de ao menos “avisar” que tais coisas são necessárias, tirar dúvidas e sobretudo fazer o fiel *crer* que montar um negócio próprio é possível. Para o Pastor X:

“O que fazemos aqui é mostrar para o fiel que Deus quer que ele monte um negócio e que ‘em Deus tudo é possível’. Ele não precisa de muito dinheiro, a maioria aqui tem uma lojinha, um escritorzinho, que com Deus vira uma super-empresa! Para isso, vamos estar sempre aqui, e a casa de Deus de portas abertas” (Pastor X).

Na visão do Fiel número 5: *“Na falta de quem ajude, ajuda Deus. Quer socorro maior do que esse?”*. Na verdade dizer que apenas que a Universal lembra aos fiéis que ser empresário é possível, seria limitar em muito o papel que a Igreja exerce em prol do empreendedorismo. Mais do que uma escolha, empreender se torna uma *obrigação* para os fiéis.

O neopentecostalismo, especialmente o praticado na IURD prega a “vida com abundância” como direito de qualquer fiel. O cristão tem direito a tudo de bom e de melhor neste mundo, desde que se mostre digno das bênçãos divinas através da força de sua fé, o que se traduz no pagamento de dízimos e em doações generosas para a Igreja. Macedo coloca a questão de forma mais direta (e empresarial) ao propor a existência de uma “sociedade com Deus”.

“Ele (Jesus) desfez as barreiras que havia entre você e Deus e agora diz volte para casa, para o jardim da Abundância para o qual você foi criado, e viva a Vida Abundante que Deus amorosamente deseja para você (...). Deus deseja ser nosso sócio (...). As bases da nossa sociedade com Deus são as seguintes: o que nos pertence (nossa

⁴⁶ Sem inscrição municipal e estadual.

vida, nossa força, nosso dinheiro) passa a pertencer a Deus; e o que é d'Ele (as bênçãos, a paz, a felicidade, a alegria, e tudo de bom) passa a nos pertencer” (MACEDO, 2000: 25,85-86).

Para esclarecer ainda mais esta idéia o Pastor X nos pediu que recorrêssemos à seguinte passagem bíblica:

“Trazei todos os dízimos à casa do Tesouro, para que haja mantimento na minha casa; provai-me nisto, diz o Senhor dos Exércitos, se eu não vós abrir as janelas do céu e não derramar sobre vós bênção sem medida. Por vossa causa repreenderei o devorador, para que não vos consuma o fruto da terra; a vossa vide no campo não será estéril, diz o Senhor dos Exércitos. Todas as nações vos chamarão felizes, porque vós sereis uma terra deleitosa, diz o Senhor dos Exércitos” (BIBLIA, Malaquias 3.10-12)

Idéia esta endossada pelos fiéis:

“Sou dizimista e não me arrependo, pelo contrário, me sinto privilegiada. Tenho prazer de expressar minha fidelidade nos dízimos e ofertas voluntárias, pois através destas atitudes estabeleço minhas conquistas” (Fiel número 8).

“O segredo da minha felicidade foi eu ter me tornado dizimista fiel. Sei que não é pelo dinheiro, Deus não precisa disso. O dízimo mostra a minha confiança. Há quem fale mal desse negócio do dízimo, que a Universal rouba os fiéis. Dou porque quero, isso é bem diferente de roubar. No fim o importante é que eu faça o que me faz bem. E eu já te falei do faturamento, 15 mil fora a família com saúde. Claro que isso me faz bem” (Fiel número 11).

Embora sacrifícios iniciais sejam necessários para estabelecer esta sociedade, é pouco provável que o fiel consiga se manter como dizimista ativo numa situação de desemprego. Empreender então é alternativa para boa parte dos fiéis iurdianos. Trata-se então de levar a idéia de “Deus como sócio” ao extremo. A partir do sacrifício é selado um contrato⁴⁷ com Deus e deste momento em diante as portas para o sucesso estariam abertas. A Universal cobra, contudo, uma postura proativa dos seus fiéis. Ninguém deve *esperar* por oportunidades, deve-se criá-las.

“Está muito errado quem pensa que Deus ajuda quem não faz nada. Ajuda assim... a sobreviver, mas não a viver com abundância, para isso tem que trabalhar, e muito. Mas Dele vem também a força para não desistir” (Fiel número 5).

“Esperei muito tempo por ajuda, por um milagre. Eles só vieram quando comecei a fazer as coisas, montei meu negócio. Sozinho, porém com Deus e na minha fê” (Fiel número 10).

“Que eu saiba o Maná só caiu do Céu uma vez. No paraíso havia abundância, mas estamos distantes disso. Sempre digo para quem me procura: ‘Quer ganhar dinheiro? Trabalhe’. Aqui ninguém passa a mãozinha na cabeça do fiel. ‘Tá

⁴⁷ Bonfatti se refere a este contrato como “*um pacto coercitivo com Deus*” tornando-se Ele “*credor*” do fiel (BONFATTI, 2000:79)

desempregado? Empreenda, crie algo!’ ‘Caiu? Levante’. Ai as bênçãos acontecem, cai o Maná invisível na mesa de quem faz a sua parte” (Pastor número 3).

Montar empresa própria, empreender, criar algo, são palavras comuns na narrativa de fiéis e pastores. O empreendedorismo é tratado sempre “como caminho à terra prometida” e possibilidade de sucesso e liberdade. A questão da liberdade é também um dos grandes apelos da Universal à pratica empreendedora. Trata-se, por um lado, de liberdade figurada, de não ser cativo do “Demônio”, ou de forças malignas que tornem o fiel propenso ao fracasso. Ou de liberdade efetiva, de padrões e circunstâncias desagradáveis. Embora não apareça tão abertamente nos textos que tratam da Teoria da Prosperidade, temos que a liberdade permeia o seu discurso. Especialmente nos exemplos bíblicos como o episódio da *Fuga do Egito*, quando Moisés atravessa o mar vermelho libertando seu povo da escravidão. Ao repetir essa história com tanta frequência a Universal reforça constantemente a idéia de que, o fiel pode sair da situação de opressão em que se encontra, fugindo de quaisquer cativos com a condução de Deus e de seus enviados – neste caso os pastores. Liberdade, religião e empreendedorismo andam necessariamente juntos na perspectiva da Universal.

Cria-se com isso uma espécie de *empreendedorismo iurdiano*, onde a prática é mediada por duas esferas: a do mercado, do contexto onde o negócio se insere, podendo ser chamada de “mundo real” e a religiosa, da certeza do apoio divino e vivência da fé. Mediadas pela Universal ambas opõem e se completam. Contradições são atenuadas e ressaltam as virtudes do empreendedor que caminha segundo as orientações da Igreja. Cria-se, um universo de sentidos e sutilizações com o objetivo de harmonizar estas duas esferas, delineando práticas e representações relativas ao empreendedorismo na IURD.

4.3 Marchar com fé

Focada na auto-iniciativa dos fiéis a IURD não costuma ser assistencialista. A Igreja fomenta a postura reivindicatória do indivíduo em relação ao divino, ou seja, admite que o ser humano é capaz de influenciar a Deus, escolhendo seu destino e exigindo que seus desejos sejam cumpridos. Essa postura pró-ativa, de se “tomar as rédeas” (expressa em afirmações como “o sangue de Cristo tem poder”) do próprio destino dotam o fiel de coragem e de uma atuação mais

vibrante na comunidade religiosa e na sociedade (que mais tarde se desdobra no empreendedorismo) em lugar do conformismo tradicionalmente católico.

“Quanto maiores as nossas conquistas, maior a honra e a glória para o nome do Senhor Jesus. Na Igreja Universal aprendemos a ter visão, a ter sempre metas, porque isso renova a nossa fé. Caso contrário, seríamos cristãos acomodados e o nosso Deus não é Deus de conformismo. É preciso marchar com fé” (Fiel número 8).

No entanto, o combate ao conformismo se refere basicamente à luta contra a pobreza. Há na IURD um sentimento profundo de ajuste à realidade, moldada por Deus, como se os indivíduos não pudessem influir sobre ela sem ter que recorrer a Ele de alguma forma. A Universal faz crer que a única mudança de situação possível para o fiel é a individual (o que indica a ênfase no individualismo extremo a pesar da convivência na comunidade religiosa) – o que se adequa perfeitamente ao mito do self-made man capitalista – o único conflito externo possível é com o demônio (mesmo que ele venha a ser representado por um patrão injusto ou por um concorrente agressivo). Conflitos sociais e econômicos, assim como quaisquer questões políticas, são atenuadas por um maquinaísmo simplista onde Deus representa todo o bem e o Demônio todo o mal, estando a IURD, naturalmente, posicionada ao lado de Deus. Apenas a título de ilustração, é exatamente nesse sentido que a IURD tem sua ação política vibilizada, através da promessa de “proteger” os fiéis das atribulações exteriores ela os controla e conduz seu voto.

“A revolta não serve de muita coisa, isso de protesto, organização não vai mudar minha vida. O que muda a nossa vida é a fé e o trabalho. O mundo lá fora não muda porque não é o mundo de Deus” (Fiel número 14).

“A gente tem sim uns candidatos, porque quer o bem do fiel. São candidatos de Deus, contra essa corja do Diabo que invade o poder” (Pastor X).

Mesmo reivindicar a Deus, só é possível através de um intrincado jogo de liberdade e influência da IURD. A Igreja simultaneamente prepara o fiel para o mundo e o atrai para si, uma vez que se mostra como a única alternativa viável para superar as atribulações do cotidiano. Se por um lado a livre iniciativa é não só possível como desejada, por outro “marchar com fé” exige o apoio e a orientação da Igreja, sem os quais se torna mais fácil aproximar-se do mal. A Universal estará sempre disposta a receber pessoas em dificuldades, doutriná-las, ensinar-lhes o caminho do bem, contudo, tal disposição abrandar-se à medida que o fiel não obtém grandes sucessos, e sua diminuição gradual serve mesmo como uma espécie de punição. Do mesmo modo, sem ter vitórias com as quais se orgulhar, diminui a possibilidade do iurdiano dar

testemunhos e de participar de certas atividades da Igreja. Embora, a Universal se disponha a ajudar o fiel em necessidade, ele vai sendo gradualmente cercado destas “sanções”, impostas pela comunidade religiosa. O fracasso não é motivo de pena ou de lamentações, mas de revolta e incompreensão por parte de pastores e dos demais fiéis. Todavia, como consolo o sujeito em situação difícil não é culpado pelos acontecimentos em si – o que mantém aberta a porta para sua recuperação e reintegração total ao grupo – mas por deixar que aconteçam por falta de fé.

“Não dá para culpar o sujeito que não consegue fazer a empresa ir para frente. Tem vários fatores aí. Mas o que me revolta é a falta de fé. Por que vir à Igreja se não acredita, se não quer vencer? Querer vencer é o mais importante. A fé está toda nisso” (Fiel número 1).

“Claro que eu posso fracassar. Qualquer um pode. Porém procuro manter a fé. Quando cada cliente entra, coloco toda minha fé naquela venda, acredito que vou vender, que Deus vai me ajudar. Se eu não acreditasse, eu não teria nem aberto a loja. Agora, se eu parar de ter fé, com certeza paro de vender e volto para o buraco” (Fiel número 14).

“A gente fala, fala, ‘tem que ter fé’. O sujeito acha que isso de fé é brincadeira. Vai e abre a empresa por abrir. Resultado: se dá mal! Ai vem chorar, ‘pastor, o senhor disse que eu ia vencer’. Eu disse? Não, eu não disse, ‘abra o negócio e vença’, eu disse, ‘persevere na fé’. Abrir o negócio não é qualquer besteira. É uma prova de fé, é desafiar o senhor e dizer: ‘viu, Deus, eu confio, toma minhas posses, e faz dessa empresa tua obra’” (Pastor número 2).

Logo, a falta de fé é o pior pecado que o iurdiano pode cometer, ou pelo menos o único que possui uma punição mais clara: a marginalização dentro da própria comunidade. Os outros pecados, quaisquer que sejam, são esquecidos em nome da integração do fiel, caso a conversão seja verdadeira e duradoura.

O exemplo perfeito de fidelidade a Deus é a história de Jó. Homem rico e bem aventurado, servo fiel de Deus, que devido a um desafio do Diabo foi alijado de suas posses e bens, perdeu entes queridos e adquiriu doenças, mas mesmo diante de tanta desventura não deixou de crer, tendo por fim sua bem-aventurança restituída pelo Senhor. Este é o modelo perfeito de comportamento do fiel. Manter a fé diante das atribulações do mundo. Daí decorre um chamamento constante do indivíduo às suas obrigações de crente: freqüentar a Igreja, participar de suas atividades e principalmente, apostar na própria fé. O investimento em um negócio próprio então é uma das manifestações deste desafio, a mesma fé que faz abrir um negócio faz esperar que ele dê certo. Assim, a motivação para empreender é interna a lógica da Igreja.

“Não tem força como a de Deus nem palavra como a dele. Eu sempre soube que o senhor estava comigo. Que nós⁴⁸ poderíamos fazer as coisas, mesmo quando todo mundo dizia que não, que não ia dar certo” (Fiel número 11).

“Se ‘Deus está comigo, quem estará contra mim?’. Minha empresa é um exercício de fé. Sou empreendedor porque Deus me permitiu, me deu forças e apontou as circunstâncias” (Fiel número 3).

Empreender torna-se objetivo implícito à própria fé, uma vez que a busca pela vitória é constante. Livre-iniciativa e tutela da Igreja se confundem criando uma amálgama de confiança e motivação.

“Uma pequena melhora numa empresa qualquer um tem, mas o sobrenatural só Deus faz. Ele abriu todas as portas para mim. Peguei mais crédito do que eu tinha condições de pagar, investi no restaurante e contei com a inspiração divina para ter umas idéias novas. Deu tudo certo! Em pouco tempo comprei o meu carro, meu lar é tranquilo e as coisas não faltam dentro da minha casa. Deus é quem me dá a direção. Ele faz muito mais do que um dia eu venha a merecer” (Fiel número 8).

Os riscos do investimento, calculados através da crença, aparentam sempre ser menores. Uma análise mercadológica de viabilidade do negócio é suplantada por elementos de fé. Não que o empreendedor iurdiano não pense no mercado, há naturalmente uma reflexão sobre isso, no entanto, esta não é mais importante do que a fé que o impulsiona. Trata-se de ultrapassar a barreira da *realidade dos fatos*, do empírico e mensurável para aquilo que é apenas *crível*. A esse respeito, no depoimento do Fiel número 15 temos a seguinte afirmação: *“analisei o mercado e li muito sobre o tema, mas no fundo eu sabia que o meu sucesso estava nas mãos do Senhor”*

Se Deus é a medida do sucesso ou do fracasso, tê-lo como sócio é uma espécie de garantia que os leva a empreender. Muitos dos fiéis entrevistados relatam que a vocação empreendedora só começou a se manifestar depois do contato com a IURD, a partir da *“certeza de que algo que se faça pode dar certo”* (Fiel número 1), que *“montar um negócio é viável”* (Fiel número 4) ou ainda que *“é possível inovar”* (Fiel número 10).

A fé provoca então a vontade de competir, galgar posições e ganhar dinheiro como manifestação das bênçãos divinas, o que se converte muitas vezes em sucesso. Bonfatti demonstra sua surpresa ao afirmar que: *“O que chama a atenção é que realmente, em muitos casos, há uma reestruturação econômica ou pessoal na vida das pessoas”* (Bonfatti, 2000:84).

De fato, o que chega ao pesquisador, na observação participante e nas entrevistas são, via de regra depoimentos extremamente positivos sobre o progresso de algumas empresas, sobre

⁴⁸ Este fiel se refere ao negócio montado por ele e pela esposa, daí o uso do “nós”.

como sobreviveram “milagrosamente” às atribuições do meio. Relatos surpreendentes de como os negócios dos fiéis sobreviveram às adversidades – falta de crédito, aluguéis atrasados, dificuldades com fornecedores, apenas para citar alguns – e hoje estão consolidadas.

Antes de deixar-nos impressionar com estas histórias, há de se perguntar mesmo o motivo delas serem contadas: a necessidade de convencer o interlocutor da validade da própria fé, das obras da conversão. Trata-se de um trabalho que é concomitantemente missionário, pois busca converter o interlocutor; justificativo, pois tenta explicar a própria Igreja; e de autoconvencimento, na medida em que, ao narrar sua vida o fiel organiza os fatos e indica a influência da sua fé sobre eles. Nesse sentido, há de considerar também a atuação da imaginação do fiel sobre “o real”, acrescentando fatos aqui e ali e atribuindo mais valor a determinados acontecimentos do que a outros, tudo para contar a sua história da forma que ele a vê através de sua fé, ou da forma que lhe interessa contar.

Surpresa seria então ouvir depoimentos negativos sobre a IURD. De fato, não os ouvimos. Os descontentes não permanecem longamente na Igreja. Saem pressionados por não terem conquistado as maravilhas prometidas, a fé, se é que foi de fato construída dificilmente resiste à ausência de prosperidade, ao menos dentro da percepção do fiel de prosperidade ou de seus sinais.

“Vejo gente sem fé o tempo todo. Eles não conseguem nem metade do que a gente tem. E porque não conseguem abandonam logo a Igreja. Só que a fé não está em ter as coisas, está bem antes, em perseverar e conseguir. Casa, carro, dinheiro são provas da fé que se teve” (Fiel número 12).

“Jesus mesmo disse para Tomé: ‘bem aventurados os que não viram e creram’. Quando a gente tá rico é fácil dizer, ‘Deus está comigo’. Complicado mesmo é ter fé até chegar lá” (Pastor número 3).

A esse respeito encontramos no site da IURD um depoimento bastante interessante do pastor Ricardo Medeiros, líder da “*Nação dos 318*” na cidade de Florianópolis. Para ele o fiel deve considerar certos aspectos a respeito da fé para poder colocá-la em prática e alcançar os seus frutos. Assim:

“Primeiramente é preciso ter certeza de que é da vontade de Deus que se tenha a plenitude de vida, não somente espiritual e física, mas também financeiramente. Está escrito: ‘O ladrão vem somente para roubar, matar e destruir; eu vim para que tenham vida e a tenham em abundância’ (João 10.10). Ora, se Deus quer nos dar a bênção e a abundância, e nós a querermos ter, então, conseqüentemente, devemos lutar e vencer todo e qualquer obstáculo para alcançá-la” (MEDEIROS, 2005).

O pastor defende que o problema da grande maioria das pessoas é o desânimo encontrado diante dos primeiros obstáculos, deixando que a dúvida tome o lugar da fé motivo pelo qual o indivíduo não alcança a vitória. Busca-se então de estruturar toda a vida do fiel em função da crença. Bonfatti afirma que a conversão leva à re-inauguração do universo religioso do fiel por meio dessa nova concepção de

sentido oferecida pela IURD (BONFATTI, 2000:91). Para Jung (1983) a nova estruturação da vida do crente, assim como a re-inauguração do universo religioso só são possíveis através de um *movimento de enantiodromia*, ou seja, da mudança radical de um oposto para o outro, neste caso do “mal” para o “bem” de acordo com a perspectiva da Igreja. A *enantiodromia* é o fenômeno que determina a distinção tão radical entre quem crê e quem não crê e entre sucesso e fracasso na Universal. Das mudanças por ela provocadas depende a conversão efetiva, e a permanência dos indivíduos na crença iurdiana.

4.4 O Pastor, sempre o pastor

Pode-se verificar nos depoimentos que as falas de pastores e fiéis se alinham e se complementam. De fato, há uma semelhança notável, tanto na forma de abordagem às temáticas, quanto nas representações utilizadas por estes grupos, como esclareceremos mais adiante. As semelhanças nos depoimentos colhidos indicam, sobretudo, a confiança dos fiéis nas afirmações dos pastores, fator essencial para compreendermos os relacionamentos entre ambos na IURD.

Em detrimento de tratarmos da confiança depositada nos pastores pelos fiéis, o termo “relacionamento de confiança mútua” não é sob nenhum aspecto aplicável neste caso, pois não se trata de um sentimento compartilhado também pelos pastores. Os fiéis sentem-se confortáveis para ser expor aos pastores, entregam-se nas suas mãos, ouvem o que têm a dizer e acatam seus conselhos. Em contrapartida recebem seu respeito afetuoso, nada mais. Pouco se sabe sobre a vida destes, seu passado e mesmo como chegaram à posição que ocupam. As informações que chegam aos fiéis são pautadas apenas pelo discurso da Igreja. Conhece-se uma trajetória “padrão” contada e recontada nos depoimentos do pastor, dois ou três pormenores de sua vida familiar (até porque a presença de seus filhos e esposas nos templos é bastante comum), mas nada que os exponha de fato.

Enquanto o fiel se submete a autoridade do pastor, este se submete à Universal enquanto instituição. A IURD se estrutura hierarquicamente a partir do poder central concentrado nos bispos, sendo estes liderados por Edir Macedo e distribuídos pelas esferas da Igreja de acordo com a posição de pastores, as atividades por eles desempenhadas, antiguidade (isto é, por quanto tempo são pastores), localidade e tamanho do templo. À medida que o poder desce do topo à base, são transmitidas também suas idéias, estas reproduzidas incessantemente pelos membros de

hierarquias inferiores tanto como forma de perpetuação do poder a eles concedidos – agora sob os fiéis – quanto como possibilidade de aproximar-se mais de onde emana o poder, chamando atenção por disseminar suas idéias com fervor.

O que os pastores aprendem com a estrutura a que estão submetidos é exatamente como controlar o poder e exercê-lo adequadamente. Inspirando-se em lideranças carismáticas⁴⁹ e aprendendo com elas o pastor se torna ele mesmo uma liderança deste tipo. Grande parte deste processo se dá por uma espécie de mimese. Os pastores em hierarquias inferiores copiam aqueles que eles admiram, em trejeitos, discursos e comportamentos. Um bom orador na Igreja é um exemplo a ser seguido por aqueles que desejam galgar posições. De pouco vale “ser pastor” se o indivíduo não se comportar, se vestir ou falar como tal.

Os pastores são preparados, em termos bastante sintéticos, para falar e ouvir. Não só uma retórica virulenta constrói um bom pastor, como sua capacidade de acolher os fiéis, compreendê-los e orientá-los. Bonfatti se refere a esta tarefa de escuta dos pastores como uma parte do que ele chama de *terapêutica universal* (BONFATTI, 2000:115). Para o autor esta terapêutica depende além da capacidade de ouvir, – que na verdade permite muito mais que o emissor organize suas idéias através da fala – da aceitação e elaboração de diversos aspectos da psiqué de seus membros (Idem:117-119) e, mais amplamente, de um reencontro do sentido da vida (o autor também menciona re-significação). Porém o Bonfatti enfatiza que a *terapêutica universal* contém elementos alienantes e infantilizantes que acabam por perpetuar a dependência do fiel à Igreja.

A crítica do autor procede se pensarmos, não só no processo de escuta, mas de modo mais amplo no relacionamento entre pastor e fiel. Como dissemos há pouco, o pastor se apropria de referências simbólicas que, não só o diferem do fiel, mas o colocam em situação superior a ele. A principal delas é a *familiaridade com o sagrado*. A partir de sua própria conversão e do encontro com o Espírito o pastor se coloca em posição de vantagem em relação ao fiel. “*Ele já teve contato com o senhor*” (Fiel número 14), enquanto o fiel, sobretudo o recém chegado à IURD, apenas começa a caminhar nessa direção. Pressupõe-se também que o pastor seja um exímio conhecedor da bíblia e, por conseguinte, das leis de Deus, pronto para citar exemplos e rememorar casos bíblicos sempre que o fiel deles precisar, baseando seu argumento de autoridade não apenas na mística da sua conversão, mas na palavra escrita, em dois milênios de cristianismo que o

⁴⁹ Weber define liderança carismática como uma forma especial de legitimação que se efetiva a partir de uma “*devoção afetiva à figura do senhor e a seus dotes sobrenaturais [carisma] e, particularmente a faculdades mágicas, revelações ou heroísmo, poder intelectual, ou de oratória*” (WEBER, 1999:134-135).

precedem. A partir destes dois pontos de partida o pastor está pronto para colocar-se em posição de aconselhar o fiel, conduzi-lo pelo caminho da fé.

O pastor posiciona-se na Igreja como uma espécie de *figura paterna*, que acolhe o fiel, o motiva e mostra como agir. Daí decorre seu poder para incentivar a atividade empreendedora. Na IURD é ele quem sugere ao fiel quando investir, e mesmo quem lembra ao fiel que empreender não significa apenas montar uma empresa, mas *innovar*.

“Se não fosse o Pastor X eu jamais teria saído do lugar. Ele foi um pai para mim. Sempre me ajudou e sugeriu o que fazer para aproveitar as oportunidades que Deus estava me dando” (Fiel número 1).

“A força que emana deles [dos pastores] é uma coisa muito poderosa. Difícil de entender. É que eles são tocados por Deus mesmo. Daí eles terem essa sabedoria de aconselhar a gente” (Fiel número 9).

“Eu não sabia que para sem empreendedor tinha que criar algo, inovar. Imagina, se eu não tivesse feito isso, eu tinha quebrado, foi o pastor que me disse” (Fiel número 12).

“Cada pastor é um servo de Deus. Eu coloco minha alma à disposição do senhor e por isso posso falar as palavras dele” (Pastor número 5).

Daí decorre que única forma de que o pastor, ao menos do templo em questão, dispõe para ajudar o fiel em relação às atividades empreendedoras é aconselhando-o a agir. Além disso ele não recorre a nenhum recurso, não forma redes de relacionamento (embora isso seja possível na “*Reunião dos Empresários*”) que poderiam ajudar os empreendedores a localizar possíveis fornecedores, parceiros ou clientes e não se envolve, sob nenhuma hipótese, na vida financeira do fiel, exceto no que se refere à questão do dízimo. Do mesmo modo, os pastores não dispõem de informações técnicas que possam ajudar os fiéis, sobre como gerir, ou mesmo implantar o negócio. As únicas informações estratégicas de que ele dispõe para ajudar o fiel são aquelas referentes à fé.

Para esclarecer melhor este ponto, transcrevemos abaixo um texto encontrado no site da IURD a respeito da reunião dos empresários:

“Quando você desvia seus olhos espirituais do Senhor, por mais insignificante que seja o problema, ele será como um gigante diante dos seus olhos. Mas quando os nossos olhos estão em Deus, por maior que seja a dificuldade, o Senhor vai na tua frente para te dar a vitória, mas é preciso ter fé (...) Vivemos num momento em que Deus tem de estar presente a todo instante; não podemos, por isso, tomar uma decisão na nossa empresa sem estarmos convictos de que, acima de tudo, a decisão é pelo Espírito de Deus.

Não temos tempo a perder, pois não estamos na época de tentativas. Não creio que você esteja aqui com a idéia de que participará desse encontro para tentar ver se sua situação muda. Não! Se você tem essa visão, não se iluda, porque essa reunião, infelizmente, não é para todo mundo; uma vez que ela é de fé e nesta se tem a certeza da conquista. E se dentro da pessoa há essa fé, ainda que chegue alguém para desanimá-la, ela sabe que está aqui porque é quem faz esta reunião ser diferente; é a pessoa quem faz a Palestra do Vencedor [como é denominada a 'Reunião dos Empresários' em algumas localidades] ser uma reunião que surte efeito. Nada nesta vida vem de graça; tudo tem que ser buscado e tem um preço. E quanto maior a conquista, maior é o preço a pagar.

Algumas pessoas ficam querendo que Deus faça aquilo que cabe a elas fazerem. Se você pensa assim, esta é a razão pela qual não progride. Existem muitos advogados e advogados; médicos e médicos, pois em tudo na vida há aqueles que fazem a diferença. Mas onde está a diferença? Ela está dentro de você, no valor que você dá àquilo que faz. Ninguém começou de cima para baixo, nasceu empresário ou bem sucedido. Tudo na vida tem de ser conquistado. O preguiçoso deseja e nada tem, porque seu braço fica cruzado na hora de lutar. Ele morre desejando: 'Ah, eu gostaria de ser patrão'. Morre empregado e deixa a dívida para a família pagar. Nunca conquistou nada porque espera que Deus faça tudo que for possível por ele. Os fiéis estão aqui porque, de fato e de verdade, existe em neles o espírito de vencedor; pois, do contrário, já teriam desistido. A esta altura da situação, você não pode esperar do homem, mas, sim, de Deus. O segredo do vencedor é não depender de ninguém, só de Deus; porque o que depende de Deus não olha para pastor e nem para placa da Igreja" (www.arcauniversal.com.br. Acessado em 18/03/2006)

A “*dependência de Deus*” mencionada acima e o poder que o pastor exerce sobre o fiel nos conduzem a uma possibilidade de análise bastante interessante sobre a figura do *pai* dentro da Igreja. Recorrer às relações paternas constitui-se um recurso bastante recorrente quando pensamos em sociologia da religião, no entanto válido, no nosso caso, para uma compreensão mais ampla do objeto estudado.

Temos visto que o empreendedorismo é mais uma *consequência* da forma como a IURD qualifica dinheiro e trabalho e uma resposta ao desemprego dos fiéis do que propriamente a *causa* da construção de representações sobre este tema. Trata-se de um ponto de chegada, para qual se encaminha e na qual é provada, conforme esclarece o texto e os depoimentos acima, a própria fé iurdiana. A grande questão que se apresenta é: “provar a fé a quem?”. Neste caso, ao próprio Deus e a seus representantes na terra, ou seja, os pastores. Todo o processo de empreender é permeado pela necessidade de se “provar” seu valor enquanto fiel para merecer o acolhimento de Deus. Este, segundo a Universal é um *pai* generosamente terrível, pronto para “dar” e para “punir” o fiel de acordo com as suas ações individuais.

Ao analisar as Igrejas, dentro da perspectiva da psicologia das massas, Freud percebe que há uma ilusão comum aos fiéis de diferentes denominações cristãs, forte o suficiente para uni-los e mantê-los como grupo: a existência de um *Deus-pai* que ama a todos indistintamente. A idéia

do Deus-pai não surge do vazio, pelo contrario, ela é fruto das relações de cada indivíduo com o pai de “carne e osso”. Na psicologia freudiana a referência ao pai real é central. Seja através do *complexo de Édipo* e do desejo latente de superar o genitor, ou da adoração a sua figura, através da qual a própria imagem e os atributos de Deus são forjados.

Isso ocorreria porque do onipotente pai-herói da infância, idolatrado e amado por seu filho, resta uma espécie de *saudade* de um tempo onde os medos eram minimizados pela simples sua presença. Do ponto de vista emocional, Winnicott (1984) firma que, na história de cada pessoa existe uma relação genitor-filho, cujos resíduos são mantidos mesmo quando nos tornamos adultos. Da necessidade de perpetuar esta relação e manter proteção que o pai oferece, ainda que o medo das punições infringidas por ele não deixe de existir, nasceria a noção de Deus. De modo mais amplo, todos os líderes (neste caso os pastores) que os indivíduos acabam por seguir no decorrer da vida, possuiriam em maior ou menor medida características paternas.

Buscando a proteção do pai o fiel se curva diante Deus e se submete a influência do pastor, seu representante “legítimo”, apto a acolhê-lo. Na Universal o pai é representado de duas formas distintas: O Senhor é o verdadeiro pai, instância de fato superior a todo e qualquer ser humano, único ente capaz de punir e oferecer graças. Já o pastor, é Seu filho, como qualquer fiel, porém colocado mais próximo do Pai a partir do envolvimento com o Espírito Santo que a verdadeira dedicação à Igreja provoca. Este argumento é essencial para distingui-lo dos demais fiéis: Deus o tocou. Tocado, então, passa o pastor a possuir uma autoridade distinta dos demais homens, o que o leva também a revestir-se desta áurea paterna. Todavia, sua única forma de ajudar o fiel é aconselhando-o de modo a deixá-lo mais próximo do verdadeiro Pai. Não pode puni-lo diretamente porque é humano e por isso mesmo também falível, mas é capaz de apontar-lhe as punições.

Ao eleger o pastor como um “segundo pai” o fiel reconhece a si mesmo como uma criança espiritual, e pauta sua trajetória na Igreja de modo a amadurecer gradualmente, o que significa seguir os modelos impostos pelo pastor, produzir uma identificação com ele, tentando ser de fato aceito. Em contrapartida, cabe ao líder, personificação da figura paterna, manter a coesão e a identificação entre os membros do grupo. No caso do cristianismo, o principal argumento para a existência de laços que unem os indivíduos uns aos outros e, de forma sobrenatural, os indivíduos a Cristo é a existência deste Pai comum, pronto a sacrificar seu “filho unigênito” para salvar os demais. Cabe ao pastor reforçar constantemente esta idéia.

Sendo todos filhos e todos irmãos, e sendo o pastor representante direto de Deus, não há como o verdadeiro fiel se desvincular do Pai. Melhor seria dizer que o fiel não quer se afastar Dele, pois necessita da sua proteção. Sendo assim, a liberdade de qualquer iurdiano seria cerceada pela tríade Deus-pastor-comunidade. O que coincide com a noção freudiana de que a liberdade é meramente metafórica, existindo não como conceito geral entre os homens, mas como mera percepção do Ego estabelecida de acordo com as necessidades de cada um. Pode-se assim dizer que há uma relação dual entre submissão e liberdade. Somos livres num determinado contexto apenas na medida que interessa ao nosso ego sê-lo.

Foi a liberdade de escolher de acordo com as suas necessidades que levou os fiéis à IURD, e é de sua escolha manter-se na Igreja. No entanto, dentro dela a liberdade passa a ser a liberdade de agir conforme esperado pela comunidade e aceito por Deus. Cada fiel se submete como forma de confortar-se diante das condições em que se encontra, encontrar um local na sociedade e mesmo trabalhar, devem ser percebidos como imposições, mas como interesses do fiel. Ninguém é de fato “obrigado” a nada nesta Igreja, mas “fazer” certas coisas, como nos disse o Pastor número 3 “*aponta caminhos para o céu*”.

4.5 Representações e conteúdos

Com base nos procedimentos descritos no capítulo de metodologia, chegamos finalmente à análise da composição dos núcleos centrais e dos sistemas periféricos das representações de empreendedor e empreendedorismo mantidos pelos dois grupos estudados. Como mencionamos anteriormente a determinação do que seria elemento central e elemento periférico pode ser auferida por meio do cruzamento da frequência de repetições e da ordem de evocação dos termos. Nesta etapa, trabalharemos mais especificamente com os resultados numéricos da análise dos questionários, buscando discernir estes termos.

Sobre a questão da quantidade de repetições de termos, Vergès (1992, 1996) afirma que: “*as palavras evocadas mais freqüentemente e mais prontamente pelos sujeitos devem muito provavelmente constituir elementos centrais das representações*” (apud SÁ, 1998:52). Deste modo, utilizamos a quantidade de repetições como critério para discernir elementos centrais e periféricos. À semelhança de Sá (Idem: 51-55) inspirado nesta assertiva de Vergès, optamos por organizar as tabelas com os termos apurados em dois eixos. O vertical indica frequências e o

horizontal reflete ordens de evocação (à direita estão os termos evocados com menor pontuação e à esquerda os com maior pontuação). Formamos então quatro quadrantes que nos permitiram visualizar graficamente, quais elementos seriam centrais e quais seriam periféricos. Na descrição do autor deste tipo de tabela, temos que os elementos podem ser identificados de acordo com o seguinte critério:

“Concentram-se no quadrante superior esquerdo os termos evocados mais freqüentemente e mais prontamente e, por isso mesmo, mais aptos a constituir o núcleo central da Representação. Por outro lado, os elementos situados no quadrante inferior direito, de evocação menos freqüente e menos imediata, são provavelmente periféricos na Representação. Finalmente, o status contraditório dos elementos situados nos outros dois quadrantes parece apontar para algo como ‘uma periferia próxima’, com um papel menos nítido do que o dos elementos consistentemente centrais, mas também significativo na organização da representação” (Idem:53).

Com base nisso montamos tabelas que nos dão uma visão bastante clara das Representações dos iurdianos sobre empreendedor e empreendedorismo. Desta análise percebemos inicialmente que praticamente não há distinção entre empreendedor e empreendedorismo. “Sujeito” e “atividade” são representados sem distinções, o que indica forte correlação entre eles. Do mesmo modo, as representações são repetidas de formas bastante semelhantes por fiéis e pastores, o que aponta para a eficácia do discurso e das estruturas de poder iurdianos. Além disso, cabe destacar que tratamos de um léxico relativamente pequeno onde não mais de 20 termos se alternam, ora compondo o núcleo central das representações, ora como “periferia próxima” ou como elementos periféricos, ocupando os termos mais significativos posições relativamente constantes nas tabelas.

Identificamos inicialmente duas categorias mais significativas, *fé*, *sucesso* e *mercado*, como núcleos centrais que organizam ao redor de si diversas representações periféricas, conforme o quadro abaixo:

Categorias	Subcategorias
FÉ	01. Iniciativa 02. Investir 03. Ter fé em um negócio 04. Ser fiel 05. Perseverar 06. Oportunidades 07. Coragem 08. Garra

	09. Arriscar-se 10. Inspiração
SUCESSO	11. Trabalhar para si 12. Realização pessoal 13. Escolher um caminho 14. Ganhar dinheiro 15. Liberdade profissional 16. Independência Financeira 17. Benção
MERCADO	18. Inovação / criatividade 19. Formação profissional 20. Liderança

Tabela 2: Relação das categorias estudadas e respectivas subcategorias diretamente relacionadas às Representações.

Há ainda uma outra possibilidade de categoria a ser explorada, nesta nenhum dos itens aparece diretamente entre as representações apontadas pelos sujeitos, embora estabeleçam com elas uma relação de oposição. Estas não foram diretamente enumeradas por fiéis e pastores no preenchimento dos questionários, mas aparecem frequentemente em suas falas e nas publicações iurdianas, podendo ser apreendidas por meio da Análise de Conteúdo. Vejamos:

Categorias	Subcategorias
FRACASSO	21. Falta de Fé 22. Demônio 23. Incompetência

Tabela 3: Relação das categorias estudadas e respectivas subcategorias in diretamente relacionadas às representações.

Da constância de posições destes elementos, verificamos quais são os mais centrais, dado que além de obedecerem à dupla exigência de frequência e ordem de evocação, aparecem mais comumente entre os itens do primeiro quadrante de cada tabela. Considerando estes critérios temos os vocábulos: Fé, criatividade, sucesso. Em torno desta tríade se organizam outros: Inovação, coragem, e escolher caminhos, correspondentes à “periferia próxima”. Por fim temos

os termos periféricos que ocupam nas tabelas o quarto quadrante, são estes: formação profissional, liderança, garra, arriscar-se, perseverar, iniciativa, oportunidades, independência financeira e montar um negócio. A partir da distinção entre estes elementos podemos identificar que, além do posicionamento centro-periferia, eles podem ser organizados ainda em três grupos distintos, segundo *critérios de similitude* (DEGENNE & VERGÈS, 1973; FLAMENT, 1986; apud SÁ, 1998:58). Tais critérios nos dão a seguinte organização dos termos:

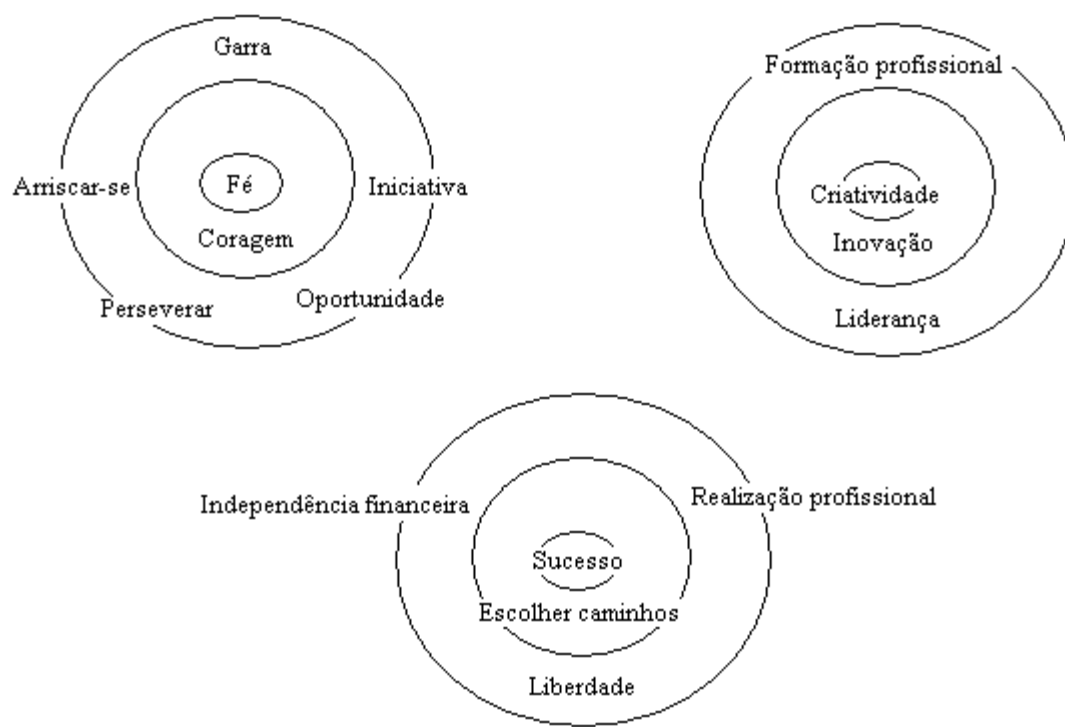


Figura 6: Relações centro-periferia segundo critérios de similitude⁵⁰

Os grupos 1 e 3, correspondentes aos núcleos *fé* e *sucesso*, foram definidos de acordo com os seguintes critérios: o primeiro elemento implica no segundo e este nos demais. Já no caso do grupo 2, de *criatividade*, podemos estabelecer uma relação causal entre os dois primeiros elementos, ou seja: da criatividade decorre a inovação, por sua vez, com “formação profissional” e “liderança” o que vemos é uma espécie de paralelismo entre estas e as duas primeiras expressões. Ou seja, criatividade e inovação (especialmente esta última) são necessárias para que uma empresa se mantenha no mercado, assim como formação profissional e liderança.

⁵⁰ A ordem das circunferências que compõem a tabela, assim como a disposição dos termos no espaço correspondente ao núcleo periférico foi aleatoriamente estabelecida.

A categoria *fracasso* nem chega a ser mencionada explicitamente entre as representações, ou, de modo mais amplo, nenhuma categoria que possa ser considerada “negativa” aparece explicitamente nos questionários, mas permeiam os discursos da Igreja estabelecimento uma espécie de tensão entre o que é “bom” e “mau” para o empreendedor iurdiano. Apreende-se daí que os fiéis representam essencialmente os aspectos positivos do empreendedorismo (*sucesso*) e a forma como chegar a eles (*fê*).

Analisando as categorias:

i) Grupo 1 - Fé

A fé é o elemento central que mais fortemente explica o empreendedorismo na IURD. Embora tenhamos mencionado o contexto econômico como fator que leva a empreender, este não é capaz de justificar totalmente *porque* o fiel empreende. Certamente a questão financeira é o argumento mais imediato, e que esclarece a necessidade de criação de um discurso voltado para o empreendedorismo, mas não explica necessariamente o *ato* de empreender. Por outro lado, dentro do sistema de valores iurdianos, empreender por empreender seria mesquinho, ainda que para cumprir uma pretensa necessidade mercadológica.

Para justificar o empreendedorismo a IURD o dota então de uma alma, que o anima e o faz viver por si só: a fé do fiel. É ela, e não o mercado que justifica “porque” e “em que momento” empreender. É ela que empresta significado à atividade. O espírito do empreendedor só subsiste na fé, na crença que o negócio irá suceder, e não no desespero de se estar desempregado. Para o fiel número 9:

“No desespero não há fé, porque quem tem fé nunca se desespera. Agora, que negócio vai dar certo se o dono está desesperado? Eu não empreendi porque estava desempregado, se Deus quisesse ele tinha me arrumado um emprego. Eu montei a empresa porque tinha fé, eu quis cumprir uma missão de fé”.

Daí decorre que empreender é seguir os desígnios de Deus, ou pelo menos, acreditar que Ele tem um plano para os que crêem. Este plano, contudo, só se concretiza se o indivíduo tiver fé de fato e estiver apto para investir numa verdadeira “sociedade com Deus”, desafiando-O através da fé por meio da montagem do seu negócio. Trata-se de uma tentativa, por parte de cada fiel de participar ativamente daquilo que Deus traçou para si, assumindo uma espécie de co-autoria, sem deixar de aceitar, contudo, Sua onipotência e Seus desígnios em última instância. Vejamos agora os núcleos periféricos:

i.i. Iniciativa

Segundo os iurdianos a iniciativa “deve partir do verdadeiro fiel”. Só estes, dotados da mais pura crença estariam aptos para se lançarem voluntariamente numa aventura empreendedora.

Lembramos que a Igreja não oferece nenhum tipo de ajuda objetiva ao fiel além da doutrinação pró empreendedorismo. Sendo assim, ao optar empreender o fiel não conta com muito mais do que motivação e aconselhamento por parte dos pastores. Em contrapartida, a livre iniciativa é internalizada como valor, ainda que não seja inerente ao indivíduo, através de estratégias mentais e emocionais utilizadas nas doutrinações (mediações realizadas pela Igreja). De modo simples, aquele que não toma iniciativa é considerado como “fraco” e “medroso”⁵¹ pela comunidade religiosa.

“O verdadeiro fiel deve ter muita iniciativa. Deus não faz nada por ele. Cada um faz por si e Deus ajuda (Pastor número 5).

“Sendo bem sincero, o que mais vale é a iniciativa de cada um. Deus não vai te jogar uma empresa no colo. Pode até ser, mas acho que ele prefere testar a fé de cada um. Então a gente vai atrás, começa, ainda que seja tudo sozinho” (Fiel número 14).

Temos então, que a embora a IURD, incentive o empreendedorismo mesmo nas camadas mais pobres e de menor nível educacional (geralmente motivando a abertura de pequenos negócios familiares), o fiel é absolutamente responsável por sua empresa, devendo saber de antemão que o seu maior capital para investir é muitas vezes a sua auto-iniciativa.

i.ii Investir

“O fiel só investe com fé” (Pastor número 3), porque só a fé lhe dá coragem suficiente para utilizar reservas pessoais, vender ou penhorar bens de família e aplicá-los em uma empresa. Certamente, o investimento é pré-requisito necessário para todo e qualquer negócio, porém, como tudo na IURD o conceito de investir vai além da questão empresarial, sendo visto como uma prova da força da crença dos indivíduos.

Na lógica da Universal, abrir mão de bens e conforto é só uma etapa para o sucesso. Como se essa “pobreza temporária” funcionasse como expiação e provação divina. Mencionamos anteriormente a história de Jó. Assim como ele, os fiéis devem passar por períodos de dificuldade

⁵¹ Os termos entre aspas foram diversas vezes mencionados pelo Pastor X na “*Reunião dos Empresários*”. Ressaltamos ainda que medo e fraqueza seriam advindos da falta de fé.

financeira sem perder a fé e sem duvidar. Se Deus restituiu a Jó todos os seus bens em dobro, Ele “*honrará sua promessa*” (Fiel número 7) restituindo também os bens dos iurdianos.

O investimento é a representação material da iniciativa. Prova de que o fiel aceita ser provado como Jó e momento em que ele *se coloca à disposição de Deus* para receber os valores aplicados em dobro.

“Tudo se resume a crer na promessa. É aí que a gente decide investir. Vendi tudo, roupas, berço do meu filho, tudinho mesmo. Porque eu sabia que Deus ia repor” (Fiel número 3).

“Quando eu senti o Senhor me dizendo ‘vai’ eu corri logo atrás de empréstimo, mas ninguém queria ser meu fiador. Minha mãe já vinha na Igreja antes de mim, ela também confiou e combinamos de vender a casa dela. Eu nunca pensei que pudesse dar errado. Investi, perseverei e hoje conto minha vitória” (Fiel número 13).

Todos os 15 fiéis entrevistados relatam histórias bastante semelhantes de sacrifícios familiares e endividamento para investir no negócio. Mas igualmente, todos os depoimentos têm em comum a mesma certeza de que aquilo que faziam daria certo. No entanto, seria ilusório crer que, de fato o sucesso desses empreendimentos é regra geral na IURD. Há naturalmente diversas histórias de fracasso, porém percebemos que a parcela de empreendedores que não alcançam os resultados desejados geralmente abandona a Igreja em pouco tempo, embora não haja dados exatos sobre isso e nem tenhamos sido capazes de levantá-los. O que nos resta é, através destes 15 fiéis, identificar o caminho traçado pelos demais, embora saibamos que o desfecho das histórias nem sempre é o mesmo.

Em síntese, para os fiéis iurdianos, investir com fé significa investir com segurança – o que por um lado pode significar um grande risco, considerando o despreparo de alguns empreendedores em potencial. Porém, na ausência de algo mais palpável, a crença se materializa na certeza da prosperidade do negócio, o que acaba por prolongar o tempo de vida das empresas, independentemente das atribulações de mercado.

i.iii Ter fé em um negócio

Temos visto que na IURD nenhum negócio nasce sem que se acredite de antemão no seu êxito. Esse é o pré-requisito principal para investir. Ou seja, embora a fé em Deus seja principal o fiel deve ter fé também no seu próprio estabelecimento. A questão colocada neste caso é bastante simples, e acomete qualquer empreendedor, seja ele iurdiano ou não. Ninguém em sã consciência investe em algo em que não acredite, em outras palavras “*nenhum negócio progride sem que se*

acredite nele” (Fiel número 1). O que queremos dizer é que, no nosso caso, a crença no sucesso não é apenas metafísica, mas concreta, na medida em que a empresa é absolutamente real, que existe no mundo dos homens.

A fé que se apresenta aqui é a fé clara e objetiva em se “oferecer um bom serviço”, “vender algo” ou de “conquistar clientes”. Ou seja: fé no mercado. Em um artigo publicado no site do Sebrae encontramos: “*a energia do empreendedor é a fé no negócio*” (NEDER. Disponível em: http://www.sebrae-sc.com.br/newart/mostrar_materia.asp?cd_noticia=9150. Acessado em 23/07/2006). Seguindo esta premissa, a fé no negócio, sendo “energia do empreendedor”, prescinde qualquer religião, embora na crença religiosa obtenha reforço e confirmação.

i.iv Ser fiel

A fidelidade a Deus aparece de duas formas distintas. Na primeira acredita-se que “*o verdadeiro fiel merece montar seu negócio*” (Pastor número 2). Na segunda “*só o verdadeiro fiel obtém sucesso nos negócios*” (Fiel número 8). Esta idéia já foi tratada anteriormente quando mencionamos o papel do Diabo e implica na seguinte questão: o infiel não tem a certeza do sucesso e como “*a dívida é porta para o demônio*” (Fiel número 3) a descrença permite que ele se aproxime e iluda o fiel com suas artimanhas. Quanto à primeira forma, a crença no “merecimento” do fiel, se baseia também na premissa de Jó que defende que o verdadeiro crente será recompensado por Deus por sua fidelidade. Neste caso, a recompensa se traduz em prosperidade, sendo esta representada pelo estabelecimento de negócios próprios e, por conseguinte, riqueza material.

i.v Perseverar

A idéia de “perseverar” aparece originalmente em Lucas na seguinte passagem: “*É perseverando que vocês obterão vida*” (BIBLÍA, Lucas:21,19). Sendo entendida como perseverança “a capacidade do fiel manter sua fé”, mesmo em meio às situações mais adversas, resumindo a postura que o cristão deve ter diante dos seus problemas. Para o Pastor número 2 nenhuma atividade desempenhada pelo homem tem finalidade em si mesma, servindo sempre aos propósitos de Deus. Por isso mesmo “*o fiel deve sempre insistir no que ele está fazendo, porque isso é perseverar: insistir nas coisas de Deus*” (Pastor número 2). Assim, a perseverança está atrelada ao compromisso que o fiel iurdiano tem de cumprir os planos de Deus e executar Suas

obras. Noção que corrobora com Filipenses (BIBLIA, Filipenses:3, 12-17): “*não que eu já a tenha alcançado, ou que seja perfeito, mas prossigo para alcançar aquilo para o que fui designado por Cristo Jesus*”. Mais do que uma escolha, perseverar faz parte da missão dos fiéis, de fazer o que Deus espera deles, sendo o sucesso do crente consequência dela. Em síntese:

“A perseverança é uma das características que compõem a base, a estrutura, o alicerce para garantirmos o sucesso, alcançando todas as vitórias almejadas E, também acredito que o motivo de muitas derrotas, na vida de muitos cristãos e grandes homens de Deus é devido falta de perseverança” (Fiel número 5).

i.vi Oportunidades

Atentando a análise das subcategorias e dos conteúdos realizada até este momento percebemos a articulação delas e a forma como estabelecem entre si relações de causa e consequência, ou complementação. Assim, vimos acima que o *verdadeiro fiel* persevera, e que todas as suas ações dependem em última instância do planejamento que o Senhor tem para cada um. Antes de prosseguirmos, vale fazermos uma ressalva: pensar em termos de “planos do Senhor” não significa ignorar o direito que cada fiel tem de *reivindicar* o que é seu. Há de se ter em mente que o mundo dos fiéis iurdianos é sempre determinado pelo Senhor. Em cada momento, em cada fato o fiel deve buscar a mão divina, as formas como Deus o favorece e organiza os acontecimentos a seu favor. Sendo assim, quem cria e aponta novas oportunidades para o fiel é o próprio Deus. É Ele que, no caso do empreendedorismo, indica mercados e põe seus favorecidos em contato com bons fornecedores, outros investidores, etc. Em síntese: “*Deus coloca as oportunidades diante do fiel*” (Pastor X) cabendo a estes apenas agradecê-las e aproveitá-las.

i.vii Coragem

A coragem é para o membro da IURD uma extensão da própria fé. Recorrendo novamente a histórias bíblicas foi a fé no Senhor que inspirou em Moisés a coragem de se colocar diante do mar vermelho esperando cruzá-lo ou mesmo que permitiu Cristo aceitar sua missão e oferecer-se em sacrifício. Assim, se um indivíduo vacila diante das situações é porque ele não tem fé. A crença deve ser forte o suficiente para um possível confronto com a morte, pois se há fé, não há o que temer. Logo, não faria sentido o fiel ter medo de tomar uma iniciativa e investir o seu dinheiro em determinado negócio, pelo contrário:

“Onde existe certeza existe também coragem para investir. Eu tinha certeza de que ia dar certo” (Fiel número 11).

“Tantos fizeram coisas mais difíceis e não tiveram medo. É só ler na bíblia. Eu não podia temer uma coisa simples dessa de abrir uma empresa. A gente não pode ter medo do que é para o nosso bem” (Fiel número 3).

A pesar da noção de coragem entre os empreendedores iurdianos ser respaldada pela fé, não podemos deixar de mencionar que se louva a coragem entre os empreendedores de modo geral, uma vez que existe a mítica que estes são sujeitos sobremaneira autoconfiantes, capazes de abdicarem sua segurança financeira em prol de uma idéia que lhes forneça mais independência ou recursos. Ora, neste ponto o discurso afirmativo pregado pela Teologia da Prosperidade, se adequa perfeitamente. A autoconfiança passa a se confundir com a confiança numa força mais poderosa e a coragem para investir vem da certeza da “vitória em Cristo” ou de que “Deus é fiel”.

i.viii Garra

A garra é um conceito complementar aos de iniciativa, perseverança e coragem e como eles provindo da fé. Seria redundante nos alongarmos na explicação deste termo ou do seguinte, uma vez que ambos se relacionam a conteúdos já trabalhados. Todavia, algumas sutilezas diferem a garra da iniciativa, ou melhor, colocam-na num ponto posterior a ela: deve-se ter iniciativa para começar um negócio, porém apenas com garra é possível mantê-lo. Este termo se refere ao forte interesse, disposição e persistência que o fiel deve manter na execução de qualquer ato, empregando vigor na execução do mesmo. A garra é, neste sentido, idéia irmã da perseverança, porém sem a conotação bíblica que a reveste.

“O cara tem que manter a garra, tem que perseverar. Às vezes dá um desânimo muito grande. Acho que a garra também mostra a fé da pessoa” (Fiel número 7).

“A garra está ligada a fazer as coisas. Não adianta o fiel dizer que tem fé, tem que provar através de ações. Fazer as coisas, trabalhar. Quem tem garra, conseqüentemente persevera e quem persevera tem fé” (Pastor número 2).

A garra serve de reforço a perseverança, é sua voz ativa e forma de manifestação no mundo. Se esta se relaciona a fé, a primeira é sua manifestação em ações. O fiel que persevera deve ser dotado igualmente de garra para vencer as batalhas diárias.

i.ix Arriscar-se

Também *arriscar-se* é um termo que se relaciona imediatamente com outro: *coragem*. Apenas dotado desta o indivíduo se sente apto para submeter-se a um risco. Porém, se o

indivíduo tem realmente fé o risco será apenas virtual, já que o próprio Deus é garantia de sucesso.

“Eu não me arriscaria se não soubesse que o Senhor ia me honrar” (Fiel número 11).

“Risco qualquer empreendedor corre. Mas se arriscar pensando que aquela dificuldade é coisa de momento porque a gente está em Cristo é outra história” (Fiel número 8).

“Quem pode chamar de risco fazer uma coisa já sabendo que o resultado final vai ser o sucesso? O negócio é sempre ter fé” (Pastor número 4).

O elemento de medida do risco dos fiéis é a própria fé no Senhor, havendo sempre uma relação bipolar: só se *põe em risco* efetivamente quem não tem fé, quem a tem não precisa temer. Todavia, a única forma de cada iurdiano provar sua fé é através de ações. O próprio “impulso” empreendedor, já denota fé, o que cumpre a primeira etapa da “prova”; a segunda é tocar o negócio e obter êxito. Segundo esta perspectiva o grande elemento colocado em risco não é investimento financeiro do fiel, mas sua própria fé.

Esta noção é reforçada quando notamos que há muitos empreendedores iurdianos que fracassaram em seus negócios, mas ao invés de se decepcionarem com a Igreja e partirem decidem “perseverar” mais e mais. Estes ressaltam sempre em seus depoimentos que *“o pior não é perder o dinheiro, o pior seria perder a fé”* (Fiel número 13). Dois dos fiéis entrevistados passaram pela situação de verem seus primeiros negócios falirem, todavia, ao invés de trazerem a culpa do fracasso para si ou para a Igreja, eles criaram mecanismos de compensação, interpretando a falência como um teste de fé mais profundo, que provaria não o abandono de Deus, mas sim a vontade Dele se aproximar ainda mais de ambos.

“Eu não tenho vergonha de dizer que fali e pior, fali duas vezes. Mas pior seria dizer que perdi a fé. Isso eu nunca perdi, pelo contrario. Das duas vezes que tive que fechar as portas dos comércios pensei ‘Senhor, seja feita a vossa vontade e não a minha’. Foi Cristo que me ensinou a ter essa resignação com o Pai. Eu não sabia os motivos, mas sentia que Deus tinha outros planos, nunca deixei de agradecer, mesmo nas vezes em que chorei muito de tristeza e frustração eu disse ‘amém’. O bom filho obedece ao pai, e isso foi o que eu sempre fiz” (Fiel número 7).

i.x Inspiração

A noção de *inspiração* na IURD é praticamente uma aplicação literal do termo. No dicionário Aurélio Buarque de Hollanda (2002) esta palavra é explicada como “moção divina”, o que concorda plenamente com sua significação nesta Igreja. Para os iurdianos a verdadeira

inspiração vem apenas de Deus sendo esta o momento de iluminação em que o Senhor apresenta uma determinada idéia ao indivíduo.

“Eu queria montar uma empresa, mas não sabia de quê. Um dia, após orar muito liguei a televisão e vi uma propaganda de equipamento para fraldas. Na mesma hora agradei ao Senhor e exultei, me senti inspirado e fui atrás daquela máquina. Agora, se não fosse Deus, aquela seria mais uma propaganda. Só depois percebi que eu mesmo já tinha visto esta máquina várias vezes na televisão” (Fiel número 4).

A *inspiração* embora venha de Deus, não é gratuita, ela depende da fé e só é transmitida ao fiel de acordo com os planos que a divindade tem para si. As boas idéias vêm de Deus, e o que vem de Deus *“não está nunca manchado pelo fracasso”* (Pastor número 5). Este termo está também diretamente relacionado à criatividade na IURD. Sem a inspiração divina, não há novas idéias, o que atrapalharia o processo de inovação, essencial para caracterizarmos a atividade empreendedora. Como tudo na Universal, a chave para a inspiração é a crença. Ressaltamos, contudo, que não necessariamente a fé traz a inspiração, mas também a bíblia indica casos em que o contrario é verdadeiro: primeiro Deus dá inspiração para que certos indivíduos cumpram Seus planos, e da realização destes planos nasce a fé.

ii) Grupo 2 - Sucesso

Se todas as ações do fiel partem da fé, elas são orientadas para o sucesso, onde a fé é provada e, por isso mesmo reforçada, fechando o ciclo que mantém o fiel na IURD. A eficácia da Igreja e o cumprimento das promessas de prosperidade por ela propagandeadas, depende do sucesso individual de cada fiel. No caso específico do fenômeno estudado, ressaltamos que a única forma possível de sucesso é a material. A conquista de dinheiro e bens é o objetivo último do empreendedorismo iurdiano, forma do fiel ter acesso à parcela da herança divina a qual tem direito, segundo a Teologia da Prosperidade. A ambição pessoal de cada um é justificada por meio desse argumento, que acaba se sobrepondo à noção de humildade pregada por Cristo. De fato, o antigo testamento suporta a riqueza e a aponta como benção do Senhor, sendo o Rei Davi e seu sucessor, o Rei Salomão grandes exemplos da riqueza como benção.

“Teologicamente não há diferença entre os homens, embora eu veja claramente que Deus mostra sua preferência por uma ou outra pessoa. Porém eu acho que qualquer um pode ser um Moisés, um Jacó, um Davi. Todos eles começaram de baixo, um era escravo, outro pastor, Davi um menino fraquinho. E o Senhor tocou todos os três encheu suas casas de bênçãos” (Pastor número 4).

Se grandes homens bíblicos mediram o amor de Deus pela abundância de seus bens, porque esta não pode ser também medida para os iurdianos? O sucesso é então perseguido avidamente, não por luxúria, mas pelo desejo incontido de cada fiel se mostrar merecedor deste amor. O dinheiro é visto com alegria, se servir para o conforto material dos fiéis. Na Universal não é pecado, por exemplo, comprar um carro importado, se a renda auferida idôneamente pelo fiel for suficiente para isso, todavia, é uma falta grave gastar o dinheiro em atividades pecaminosas (relativas aos Sete Pecados Capitais⁵²) ou com jogos e bebidas, altamente condenados pela comunidade religiosa.

ii.i Trabalhar para si

A pesar do dinheiro ser a principal forma do fiel perceber o favorecimento divino, independentemente do lucro proveniente do empreendimento, o simples fato dele existir já é um sinal de sucesso. Significa que uma etapa já foi vencida, que o fiel teve iniciativa e garra suficientes para romper as amarras da imobilidade e do conformismo e montar sua empresa.

“Do jeito que estão as coisas, só abrir a lojinha já me fez sentir bem sucedido. Nesta altura eu estava desempregado há quase um ano, prostrado, pedindo para morrer” (Fiel número 10).

“No início nem pensei no dinheiro. Mas montar a empresa já era um sucesso. Eu pude chegar na Igreja e dizer ‘acabe de abrir meu negócio, Deus me abençoou’. Daí em diante se eu perseverasse teria mais bênçãos e o dinheiro ia entrar” (Fiel número 7).

Ora, o simples *trabalhar para si* como forma de sucesso implica em ter fé. Empreendedor iurdiano parte do princípio que sua crença já passou por uma prova, podendo Deus agora cumprir Suas promessas, se fiel perseverar. Além disso, *trabalhar para si*, significa liberdade e soberania sobre a própria vida, questões que veremos mais detalhadamente a seguir.

ii.i Realização pessoal

Do mesmo modo, montar um negócio já é visto como forma de realização pessoal pelo fiel, o que indica que ele já cumpriu uma etapa rumo à herança Divina. Ter a coragem de empreender significa, por si só, que o fiel tem o interesse consciente de “melhorar” a própria vida, de atingir objetivos particulares e realizar-se. Temos tratado das subcategorias e conteúdos de forma mais geral, porque de fato elas se aplicam de modo mais amplo à comunidade iurdiana. Porém embora seja a *realização pessoal* uma busca coletiva, ela diz respeito a cada fiel

⁵² Segundo a tradição cristã os sete Pecados Capitais são: soberba, inveja, ira, preguiça, avareza, gula e luxúria.

individualmente e responde à pergunta: qual é a *minha* motivação íntima ao empreender? Sabe-se que as pessoas diferem, não apenas em sua capacidade de realizar determinadas tarefas, mas também em suas “necessidades” ou “motivos”, podendo estes ser entendidos como “*desejos ou impulsos no interior do indivíduo (...) dirigidos para objetivos, estes podendo ser conscientes ou inconscientes*” (HERSEY & BLANCHARD, 1977:12) Assim, os motivos são os “porquês” do comportamento orientando para as ações dos indivíduos. Por trás deles, jazem as necessidades, origens de fortes motivações.

Por serem tais *necessidades* individuais, a IURD nem sempre consegue chegar a elas de modo explícito. De modo a preencher esta lacuna a Universal incentiva uma espécie de autonomia, permitindo que cada fiel se coloque diante do altar como sujeito, com interesses e problemas próprios. Já para corresponder às demandas individuais dos fiéis de forma *coletiva*, a Igreja categoriza estas demandas ao criar as “Reuniões da Felicidade”, na medida em que cada uma delas resolve um problema específico. Na “*Nação dos 318*” e na “*Reunião dos Empresários*”, o ponto principal são as questões financeiras, sendo este objetivo divulgado pela IURD nos seus programas de rádio, na Tv, na “Folha Universal” e mesmo nos demais cultos. Temos então que, os sujeitos buscam na Universal satisfazer necessidades que antecedem sua integração a este grupo religioso, cabendo a Igreja apenas as refiná-las e moldá-las.

ii.iii Escolher um caminho

Ser livre significa que o indivíduo alcançou um determinado nível de autonomia nas suas escolhas. Ou seja, o fiel é capaz de escolher seus caminhos e um em especial: o de empreender. Em adição o empreendedor, sendo dono de uma empresa é também livre para escolher os caminhos da mesma, não submetendo a ninguém, além de si mesmo, suas escolhas.

“A melhor coisa de empreender é ser guia de si próprio, escolher caminhos... fazer minhas coisas sem dar satisfação a ninguém” (Fiel número 6).

ii.iv Ganhar dinheiro

A lucratividade é objetivo de qualquer negócio capitalista. De modo geral, o lucro é tido como o retorno positivo de um investimento, recompensa pelos riscos assumidos pelo empreendedor ao abrir um negócio. Logo, não existe empresa comercial que não busque auferir quaisquer rendimentos com a sua atividade. Do mesmo modo, ganhar dinheiro é um dos principais objetivos dos iurdianos que decidem empreender, seja para reverterem uma situação de

desemprego e, por conseguinte, de renda muito baixa ou mínima ou fugirem da limitação financeira que o salário significa.

Além disso, bens e conforto material custam dinheiro. O fiel sabe que Deus não distribuirá sua herança gratuitamente, nem que a fará “cair do céu”. Resta então o trabalho como forma de se obter recursos financeiros e, aí sim. Tomar parte da herança. O dinheiro é então ferramenta divina para distribuir suas riquezas àqueles que a merecem. Por outro lado o dinheiro pode ser também tentação ou sinal perdição quando é ganho de forma ilícita ou utilizado em prol do pecado. Assim como no Fausto de Goethe, os iurdianos acreditam que o sucesso pode ser alcançado por meio de associações com o diabo. O que muda nos dois casos – dinheiro como consequência do trabalho e da fé ou dinheiro conquistado por meio do mal – é o encaminhamento da alma do indivíduo no pós-morte. Este é o único ponto em que a questão extramundana é diretamente levantada no que se refere ao dinheiro na Universal. O bom dinheiro antecipa o céu na terra. O mau dinheiro apenas aproxima do inferno. Nas palavras do fiel número 4:

“O dinheiro não pode ser mau, se não, Deus não tinha deixado o homem inventar. Muda a forma como a gente vê o dinheiro, como ganha ele [sic]. Pelo trabalho, pela sua empresa, tudo bem. Aí você compra suas coisas, seu carrinho, roupa boa. A escolha é só sua. Se eu usar meu dinheiro par bebe, por exemplo, vou só estar chamando o diabo, ou se eu fizer um pacto com ele posso ganhar dinheiro. O demo copia tudo o que Deus fez de bom, até a riqueza. Eu podia não ter trabalhado tanto, arriscado meu dinheiro, podia ter feito algo errado como tanta gente faz e ficar com o Diabo. Mas uma vida de prazer não vale a eternidade no inferno” (Fiel número 4).

Ganhar dinheiro, ou melhor, *como* se ganha é determinado pelo *livre arbítrio* dos indivíduos. A liberdade permeia o sucesso do fiel e é também sua medida. Ao vencer pelo trabalho e mais especificamente através sua empresa o crente prova não estar preso a qualquer tipo de compromisso, além do que ele tem com seu Deus.

ii.v Liberdade profissional

O conceito de *liberdade profissional* não varia muito do de *trabalhar para si* nem da questão do livre arbítrio mencionada há pouco. Decidir ou agir segundo determinações próprias, desde que as decisões ou ações sejam efetivamente cristãs e estejam de acordo com os princípios da Igreja. O que se busca então, através da atividade empreendedora é obter-se liberdade de escolha, mas não de uma forma meramente objetiva, mas como forma do indivíduo tomar as rédeas do próprio destino e de sua salvação, através da sua fé aplicada ao negócio, ou de forma mais clara, àquilo que representa a obra de Deus.

i.vi Independência Financeira

A independência financeira seria o último ponto da relação *trabalhar para si, ganhar dinheiro* e alcançar *liberdade profissional*. Reorganizando estas subcategorias poderíamos dizer que trabalhar para si é alcançar uma forma de liberdade profissional e, ao ganhar dinheiro através de seu negócio, o indivíduo conquista independência financeira, uma vez que para isso depende apenas do próprio esforço. A expressão se refere também às possibilidades de consumo que podem ser abertas ao fiel a partir de um negócio próprio bem sucedido. O empreendedor pode pautar o que irá consumir de acordo com o rendimento de sua empresa e o rendimento depende, de forma bastante simplista, do seu esforço e do seu talento. Em complementação o proprietário do negócio pode organizar o recebimento de sua participação nos lucros da forma e quando julgar mais conveniente, para si e para a empresa. O que significa liberdade, não apenas para o quanto consumir, mas para quando consumir, o que se opõe à noção que o fiel tem de emprego como “*uma prisão*” (Fiel número 14) onde “*não se pode fazer nada, além de ficar esperando os outros*” (Fiel número 3) e onde “*a gente espera até para receber*” (Fiel número 11).

i.vii Bênção

Por fim, temos que o sucesso se resume à bênção divina. Ou seja, em última instância empreender, ser livre e ganhar dinheiro não dependem do apenas fiel, mas também e sobremaneira de Deus. Assim o que os iurdianos chamam de livre arbítrio é apenas a capacidade de responder a situações limitadas, realizando escolhas apenas dentro de espaços determinados por instâncias superiores ao homem e apontados pela Igreja. O sucesso não é então “conquistado”, mas “dado” pelo Senhor quando o sujeito apresenta uma fé verdadeira, em sacrifício (através do dízimo) e nas suas ações. O fiel, enquanto *filho* deve sempre agradecer o *Deus-pai* em busca da sua benesse. Não que esse Deus seja inatingível e vingativo. Pelo contrário: como pai ele está pronto para amar e acolher os seus fiéis, cobrindo-os de bênçãos. A punição, quando existe em vida é manifesta pela falta da graça divina. O Pai se distancia do fiel, deixando-o lidar sozinho com as intempéries da vida, colaborando apenas quando é chamado e quando o filho faz por merecer.

Estas possibilidades de afastamento ou aproximação de Deus determinam a forma de agir do fiel, ou como ele irá exercer o livre-arbítrio. A liberdade ou, como mencionamos há pouco, o espaço de liberdade de cada um é delimitado pelo próprio Deus, sendo a morte a execução final do direito que o Senhor possui sobre a humanidade. O juízo é sobretudo um sinal de poder: há

regras no mundo, elas foram feitas por Deus e devem ser seguidas. A vida não é um *direito* humano, mas um *dever* imposto pelo Pai. Nenhum ser tem a liberdade de *escolher* nascer, ou de *escolher* morrer (e por isso mesmo o suicídio é visto como pecado). Estes dois extremos, em última instância determinam a submissão humana ao seu criador. No espaço que separa nascimento e morte supõe-se uma liberdade, condicionada, à própria condição humana.

iii) Grupo 3 - Mercado

Estarmos tratando neste ponto em particular de uma estrutura eminentemente econômica, inserida no que convencionamos chamar de mercado⁵³, suas características no contexto estudado são majoritariamente religiosas. Ao separarmos os elementos constituintes de conteúdos e representações, percebemos que poucos se referem a um mundo exterior à Igreja e a fatores que, a priori, são independentes da fé.

Em apenas uma das representações apresentadas nenhuma forma de interferência divina foi mencionada: na formação profissional. Nos demais, inovação/ criatividade e liderança, embora o foco maior seja de fato em aspectos não religiosos, há a permanência deste argumento, pois a criatividade está relacionada à inspiração divina e a liderança do próprio Deus e de seus representantes, para os quais tal atividade é, sobretudo biblicamente fundamentada.

iii.i. Inovação / criatividade

Para os fiéis iurdianos inovação e criatividade são empregadas praticamente como sinônimos, ou no máximo como elos de uma relação causa-consequência, onde criatividade leva à inovação. Já a *criatividade*, como mencionamos há pouco é decorrente da inspiração divina, podendo as novas idéias também ser encaradas como bênçãos do Senhor para o fiel, ou seja, pequenos “presentes” para aqueles que desejam trabalhar e precisam de alternativas e soluções em seus negócios. Nesse sentido, nada, ou quase nada além da iniciativa depende dos próprios sujeitos. Deus é soberano de mentes e corações, sendo seus filhos instrumentos do seu poder.

Voltando a questão da fusão entre inovação e criatividade realizada pelos membros da IURD, temos que os estudos teóricos sobre o tema (SOUZA, 2005) indicam uma relação intrínseca entre ambos, muito embora o processo criativo não implique necessariamente em

⁵³ Kotler destaca que: “os economistas usam o termo mercado para referir-se a um conjunto de compradores e vendedores que fazem transações com uma classe específica de produtos” (KOTLER, 1999:7)

inovação. De modo mais claro temos que o processo de inovação consiste na *aplicação* de idéias e soluções criativas, ou seja, em ações. Já a criatividade, não consiste necessariamente em ação, mas em seu potencial através do *surgimento* de tais idéias. De modo complementar o dicionário Aurélio Buarque de Hollanda (2002) conceitua criatividade como “*a capacidade de criar*”, ou seja, de “*dar existência, criar do nada, gerar, produzir ou imaginar algo*” enquanto inovação é definida como o ato de “*tornar novo, renovar e introduzir novidades em alguma coisa*”. Daí decorre que, em termos bastante simples podemos entender a inovação como “criatividade aplicada”. Ao tratarmos mais especificamente de inovação, alguns conteúdos são comumente evocados:

1. Sua capacidade de fazer o novo;
2. Mudar o negócio para melhor;
3. Oferecer coisas novas ao cliente; e
4. Melhorar produtos e serviços.

A criatividade é então subsidio para viabilizar a inovação e, por conseguinte, o progresso constante do negócio. Ressaltamos ainda que na IURD a inovação não é tida como valor em si mesma, mas apenas como forma de tornar a empresa mais competitiva, aumentar suas margens e prolongar seu tempo de vida, conforme esclarece o seguinte depoimento: “*Na verdade eu não tenho forças para ficar inovando. Deus me dá a idéia e eu cumpro, sei que essa é a única forma de me manter neste ramo*” (Fiel número 7).

iii.ii Formação profissional

A questão da formação profissional é, como mencionamos, a única subcategoria cujos conteúdos estão totalmente relacionados ao mercado. Formar-se, adquirir conhecimentos para montar e perpetuar negócios é tratado pelos fiéis iurdiandos como uma espécie de compromisso moral. Explica-se: dos empreendedores pesquisados, 58% declararam ter segundo grau incompleto. Sendo que 97% expressaram o desejo de ampliar o seu grau de escolaridade ou de adquirirem conhecimentos relevantes para suas profissões. A necessidade de ampliar os conhecimentos sobre a profissão é um tema bastante recorrente na “*Nação*” ou na “*Reunião dos Empresários*”. Os pastores ressaltam a importância do fiel buscar informações sobre os seus negócios, pesquisar sobre eles e mesmo voltar à escola ou faculdade.

“Incentivamos os fiéis a recuperarem o ‘tempo perdido’ e voltarem a estudar, ou pesquisarem sobre a empresa. É o mínimo que o ‘cara’ deve fazer antes de entrar no mercado” (Pastor X).

“Voltei a estudar porque tive muito incentivo da Igreja. Eu achava desnecessário, mas fui vendo o quanto isso podia me ajudar enquanto empreendedor”
(Fiel número 4).

A preocupação com a educação do empreendedor está diretamente relacionada à manutenção do negócio. Pastores e fiéis têm consciência de que, por mais que Deus ajude, cada um deve ser o primeiro a se ajudar. A formação profissional é o mínimo que o fiel deve possuir para tocar o seu negócio com alguma competência. De modo mais amplo, a educação é um valor cultivado pela IURD. Isto significa que há, por parte da Igreja um forte interesse de que o fiel se escolarize, tal interesse baseia-se em:

- a) Facilitar leituras bíblicas e acesso às publicações iurdianas
- b) Educação como símbolo de status e sucesso
- c) Educação como possibilidade de acesso ao mercado de trabalho, ou, no nosso caso, facilitadora à implementação e manutenção de negócios.

A educação está associada à tomada de iniciativa por parte do fiel. A mesma iniciativa que leva a empreender seria capaz de leva-lo a buscar capacitação profissional, sendo esta mesmo uma espécie de investimento complementar no negócio.

iii.iii Liderança

A liderança também é apontada como um importante fator para o empreendedorismo. Para os pastores estruturar e conduzir uma empresa depende essencialmente de bons líderes. Em termos mais claros, os líderes seriam, os indivíduos capazes de conduzir o processo de inovação nas empresas. Ser líder não é só uma prerrogativa do negócio, mas obrigação do iurdiano e, embora seja uma característica comum a diversas conceituações de empreendedorismo, a liderança na IURD assume um caráter bíblico, ou épico, por assim dizer.

Isso porque ao exercer uma liderança cristã o fiel se aproximaria dos grandes líderes bíblicos que tiveram a coragem de se impor como tal para executarem os planos do Senhor, exemplos disso não faltam como o próprio Moisés, mencionado exhaustivamente na IURD e o Patriarca Abraão. Copiar seus atos de liderança seria, na verdade, cumprir seu dever de conduzir os outros diante de Deus. Logo, ser líder para os membros desta Igreja significa não apenas saber comandar os demais, mas fazê-lo seguindo as leis de Deus, ou seja, o empreendedor iurdiano, ao liderar seu negócio assume também a tarefa de conduzir aqueles que o cercam para a salvação.

Não são raros portanto os casos de doutrinação explícita dos funcionários, visitas dos pastores e distribuições da “Folha Universal”.

A noção de liderança na IURD reflete também, a própria forma como a Igreja tem sido estruturada ao redor da figura do Bispo Edir Macedo e mais recentemente de líderes jovens, como o Bispo Marcelo Crivella. Macedo é para a Universal o “tipo ideal” de empreendedor e líder ou, melhor dizendo, empreendedor-líder, uma vez que ambas as figuras se fundem no discurso dos pastores sobre empreendedorismo. Macedo e por extensão os pastores que conduzem os cultos são tidos como exemplos reais: homens de sucesso e perfeitos condutores de seus rebanhos os próprios pastores convertem-se em modelos a serem seguidos.

iv) Grupo 4 - Fracasso

Certamente, a categoria fracasso é a mais dolorosa para o fiel iurdiano, sendo por isso mesmo colocada sempre em segundo plano e estando fora do discurso oficial da Igreja, assim como das representações de pastores e fiéis. Todavia, simplesmente eliminar a palavra fracasso, não significa que seu conceito deixe de existir. Como oposto de sucesso o fracasso, ou melhor a possibilidade de fracasso permeia a vida e o trabalho dos iurdianos. Tudo o que não couber no ambiente luminoso da assembléia, tudo o que não for bem visto por ela, implica em uma forma de fracasso. Em complementação a esta idéia, no caso do empreendedorismo, tudo o que não for lucratividade, ou permanência do mercado a longo do tempo, público ou êxito de determinado produto ou serviço é, invariavelmente, um fracasso mercadológico. O que dizer então de uma espécie de fracasso que conjuga falência ou mau desempenho de um negócio e uma possível falta de fé? Que implica em prejuízo financeiro e espiritual?

As consequências do fracasso para o fiel iurdiano vão muito além de questões imediatas, ligadas ao negócio. Se o sucesso é prova do favorecimento divino o fracasso indica o abandono de Deus. Este “afastamento” da divindade é a prova do erro do fiel, e onde há erro há, na perspectiva iurdiana uma fé frágil, indigna de ser considerada, ou mesmo a influência de entidades demoníacas. Por outro lado, embora coloque o fiel em situação delicada, diante da comunidade religiosa, o fracasso pode ser acolhido com carinho e adoração, se for entendido como provação divina. Neste caso o fiel é colocado na mesma situação de Jó: Deus o ama, tem um projeto para si e, justamente por amá-lo e nele confiar, o Senhor o reduz ao pior de seus

servos, para mostrar em seguida seu favorecimento e sua face luminosa, devolvendo, ou entregando ao fiel seus bens.

A atribuição de tal justificativa depende, contudo, do fiel e não do pastor. É o fiel quem decide permanecer na Igreja, persistindo na fé, ou abandoná-la diante do fracasso. Logo, o sentido deste depende da leitura que o fiel faz dos eventos, a Universal apenas parte da escolha do indivíduo e cria justificativas para confortá-lo ou para explicar para os demais os motivos que o fizeram afastar-se da Igreja. As subcategorias e conteúdos abaixo enumerados constituem estas justificativas, especialmente quando se trata de esclarecer porque tantos se aproximam da IURD e depois a abandonam. A doutrinação neste sentido é continua para mostrar à comunidade religiosa que o fracasso, quando ocorre, não depende da Igreja, mas dos indivíduos, da força de sua crença, de Deus ou do Diabo.

iv.i Falta de Fé

A falta de fé é apontada como o principal motivo do fracasso entre os iurdianos, tanto do ponto de vista da instituição, quanto dos indivíduos. É a falta de fé que esclarece os motivos do fechamento de um negócio e do abandono da Igreja pelo fiel, em outras palavras:

“Se o fiel não persistiu nos negócios, mesmo diante de um contexto desfavorável, significa que ele não teve fé, não perseverou. Daí, o sujeito vai e deixa a Igreja. Se tivesse fé ficava, ficava e perseverava ainda mais” (Pastor número 3).

Nesta perspectiva uma fé frágil determina o fracasso da empresa. O indivíduo não insistirá no negócio se não acreditar em algo, seja na empresa, seja em si, ou numa força superior que o apoiará. A fé é o elemento “extra” que prolonga a vida dos negócios iurdianos, mesmo quando o mercado vai mal, ou quando o investimento foi mal planejado. É a fé, e este “perseverar” ao qual o pastor se refere que dão ao fiel e à empresa tempo de se reestruturarem, mesmo quando uma análise econômica das finanças do negócio indica que é hora de desistir.

O fiel que não incorpora a possibilidade da provação, ou cuja validade da fé depende da resolução *imediata* dos seus problemas tende a se frustrar e deixar a Igreja. Não que ele seja expulso da comunidade ou abandonado pelos pastores, mas se deixa abandonar ao constatar que a propaganda da Universal não se efetiva, ou pelo menos que não se efetivou no seu caso. O confronto entre a comunidade e o iurdiano em crise é breve e invisível. O fiel perde a admiração do grupo por ter lhe faltado fé, sem este apoio a frequência à Igreja se torna insípida seu o abandono iminente.

iv.ii Demônio

A influência do Demônio aparece em três situações distintas:

- a) Como decorrência da falta de fé;
- b) Como executor da provação divina;
- c) Como fruto da inveja ou rancor de inimigos.

No primeiro caso o indivíduo, ao perder a fé deixa “*o caminho livre para o Diabo*” (Fiel número 7) e, como consequência permite que “*o Demônio opere na vida do fiel*” (Pastor X), levando-o a falência. Este não é, o caso do *Mefisto* do Fausto que enche o sujeito de riquezas, proporcionando uma vida de luxúria em troca da sua alma. Mas do mal apresentado sem disfarces e sem compensações. O Diabo está operando diretamente na vida do indivíduo, disposto a atrapalhar, tanto como forma de antecipar o inferno daqueles que optaram afastar-se de Deus, por meio da falta de fé, quanto para mostrar o quanto o fiel foi tolo em não aproximar-se dele, permutando a sua alma. Cabe contudo, uma ressalva. Este tipo de influência demoníaca, na crença iurdiana, não implica em condenação do indivíduo, uma vez que recuperada a fé o Diabo perderia a poder sobre o convertido.

Sob um segundo aspecto o fiel pode ser perturbado pelo Diabo, segundo os desígnios de Deus. Trata-se da provação de Jó, quando o Demônio age sob os olhos, de Deus, ou, indo mais além, com a Sua permissão. Das três possibilidades de interferência maléfica nos negócios (relação fracasso-Demônio), esta é a única que independe totalmente da falta de fé, sendo, pelo contrário, uma forma de prová-la no momento em que o Diabo recuasse prostrado por sua insignificância, ante força da crença do fiel e a impossibilidade de vencer Deus nesta “pequena batalha”. Já a terceira, que trata da influência demoníaca é um composto híbrido entre a primeira e a segunda. Ela depende de estímulos externos, dos inimigos do sujeito, estes sim, associados a forças demoníacas que provocam o mal. A falta de fé, apenas facilitaria a atuação de tais forças, sendo verdadeiro fiel também é suscetível a elas. Neste caso, é aberta à IURD uma possibilidade de dupla vitória: recuperar o equilíbrio na vida dos seus crentes e ocasionalmente atrair os “ex-inimigos” convertendo-os em “novos adeptos”.

iv.iii. Incompetência

Ser incompetente significa apenas “*não saber ‘tocar’ a própria empresa*”, não dispor de competência suficiente para isso. Ser denominado desta forma indica o fracasso do fiel sobre si mesmo, a derrota de praticamente todas as categorias relacionadas ao sucesso, pois a

incompetência mostra que o fiel não soube investir adequadamente, nem aproveitar as oportunidades que se apresentaram, ou as inspirações que Deus lhe pudesse ter dado. Incompetência é também não saber escolher caminhos, não aproveitar a liberdade profissional adequadamente, não conseguir ganhar dinheiro por si só e, principalmente, não ter buscado formação profissional. O fiel, mesmo o mais sincero pode ser incompetente e por isso não obter sucesso, ou um sucesso relativo. Destacar a incompetência como elemento do fracasso significa tanto mostrar que, a) por maior que seja a benesse divina uma má administração desta pode levar à ruína; quanto que b) nem todos os fiéis têm talento para empreender. Neste caso o pastor tende a orientar o fiel a engajar-se em outras atividades.

“Não dá para o ‘cara’ empreender sendo incompetente naquilo [seu negócio ou ramo de atividade]. Quando tenho um fiel bom, que eu vejo que Deus até está lhe proporcionando bênçãos, abrindo caminhos e ele não sabe administrar tudo isso, chamo ele de lado e digo para ele desistir, procurar um emprego [sic]. Acho que se Deus ‘tá’ ajudando um negócio sem perspectiva de sucesso ele vai ajudar o ‘cara’ a se empregar bem” (Pastor 2).

Capítulo V - Poder e empreendedorismo na IURD

5.1 Mediação e introjeção das relações

O aspecto mais relevante de termos analisados os conteúdos isoladamente é percebermos como os elementos se articulam entre si estabelecendo relações de causa e consequência, oposição ou contradição. O fluxo entre estas três possibilidades é dinâmico e contínuo, embora possamos identificá-las com bastante clareza. Tal possibilidade decorre, a) do maquiéismo iurdiano, ou seja, da delimitação clara que esta Igreja estabelece entre o que é bom e o que é mau e, em função disso, da maneira didática como estrutura sua doutrina em prol destes dois extremos; e b) da forma como representações e conteúdos se equacionam entre tais extremos, indicando ao fiel o caminho que vai do Diabo a Deus, do fracasso ao sucesso.

Entre tais extremos há, contudo, um campo bastante movediço, aquele composto sobre as contradições que permeiam aquilo que se denomina certo e errado, ou entre conceitos absolutamente distintos apropriados pela IURD, que devem ser conjugados em prol de uma crença harmônica, de um todo que faça sentido, absolutamente monolítico, sem falhas ou arranhões e, por isso mesmo, impossível de ser contestado.

Ainda um outro ponto deve ser considerado: dentro da herança cristã, mal e bem são, implicitamente, parte do mesmo todo. Deus ao permitir que Lúcifer se rebele, como seu antagonista, liberta a essência do mal presente nas suas criações. Ambos teriam então a mesma natureza divina, sendo, entretanto opostos. Por outro lado, se o mal proporcionado por Lúcifer, serve para ressaltar a glória divina, bem e mal são complementares: um só existe em função do outro, pelo menos até o momento do Juízo Final, quando o mal seria finalmente aniquilado por Deus. Embora teologicamente no cristianismo a questão da luta contra o mal assuma diferentes formas, nosso objetivo com o esclarecimento acima foi apenas ilustrar a questão da complementariedade. De modo semelhante, sucesso e fracasso, emprego e desemprego, riqueza e pobreza são conceitos antagônicos que, por serem complementares dependem entre si para se significarem. São tão conectados que, por mais que se oponham não há contradição entre eles. Isso, contudo não atenua o fato de podermos identificar contradições evidentes, como por exemplo entre fé e negócios, idéias que a IURD consegue relacionar de modo que a união entre elas pareça, não apenas natural, mas uma prerrogativa para o fiel.

Para facilitar a interpretação das relações de contradição, oposição ou causalidade, organizamos as categorias e subcategorias do seguinte modo:

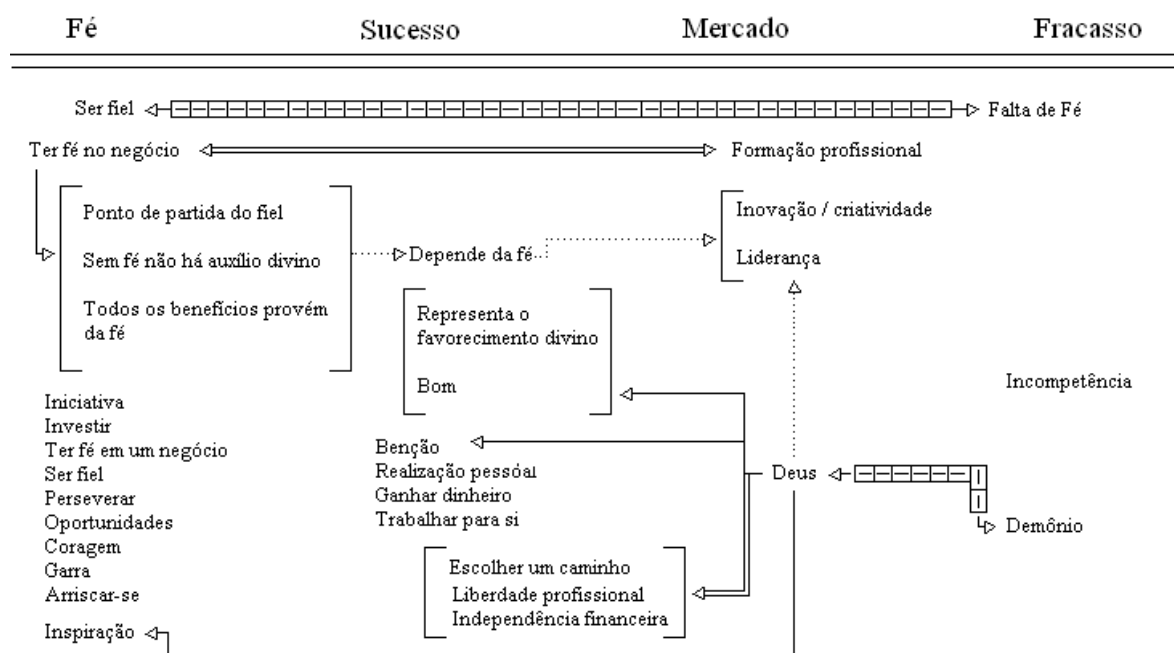


Figura 7: Relacionamento entre as categorias



O gráfico⁵⁴ indica os três processos fundamentais realizados pela IURD:

1. *Mediação* – A IURD aponta uma forte contradição entre a idéia de Deus como orientador de todas as ações humanas e da liberdade dos indivíduos, mediada pela noção de livre-arbítrio e por outro lado ao vinculada à noção de que, apenas uma liberdade pautada na submissão à divindade é capaz de proporcionar benefícios. Em Pagès (2003:26) temos que: “A organização segue políticas contraditórias, cujo princípio é aliar fortes restrições a grandes vantagens oferecidas aos indivíduos”. Sendo estas expressas, em nosso caso, pela ameaça do inferno e fracasso e pelas promessas de se alcançar o “reino de Deus” no pós-morte e na vida terrena, através da prosperidade, expressas de forma clara na oposição “Deus x Demônio”.

⁵⁴ Para a construção deste gráfico utilizamos os modelos propostos por Pagès (2003:25)

2. *Introjeção das relações* – A estrutura acima descrita só é válida se introjetada nos indivíduos. As representações e conteúdos iurdianos são inicialmente externos aos indivíduos, sendo internalizadas paulatinamente à medida que se procede a conversão. Ao “libertar” o sujeito das amarguras do mundo a Igreja o “amarra” aos pés de Deus, e sendo ela sua intermediária aos seus próprios pés. Estes estímulos de liberdade e servidão são absorvidos pelos fiéis que passam a viver esta liberdade tênue que se delinea entre punição e recompensa sem perceber a contradição que a permeia. Em Pagès temos que: *“esta contradição é logo camuflada antes mesmo de se tomar consciente através da produção ideológica do sujeito”* (2003:89) ou seja, justificativas individuais são criadas através dos fundamentos ideológicos da Igreja que os permitem resolver as contradições internamente. Temos isso claramente exposto em depoimentos como: *“misturar fé e negócios parece estranho. Mas Deus está em todas as coisas”* (Fiel número 13).

Do quadro extraímos ainda outra conclusão: por mais que seja necessário em determinadas situações (já mencionadas anteriormente, como em caso de desemprego) empreender não é início nem fim, mas *meio* para a demonstração da eficácia iurdiana. Podemos dizer então que as representações de empreendedor e empreendedorismo na IURD não existem de forma autônoma, mas nascem de um complexo jogo de luzes e sombras, que se refere muito pouco ao fenômeno em si. Ou seja, o essencial não é o empreendedorismo, a inovação ou a abertura do negócio. Essencial é o caminho que leva a ele, que pode ser resumido no binômio: Igreja e fé.

5.2 A IURD como estrutura de poder

Ao se posicionar como *mediadora* a Universal é apresentada, sobretudo, como um anteparo para os sujeitos, local onde seus conflitos pessoais se desenrolam e onde aspectos de suas crenças entrarão em choque com a realidade que os cerca. De modo a manter a integridade do fiel num ambiente confuso, a Igreja desempenha o papel de *mediadora*, entre os fiéis e o mundo que os cerca, relacionando para isso dentro da mesma lógica, diferentes realidades e conceitos. A esse respeito, Pagès nos lembra que, de modo bastante amplo, todas as organizações podem ser vistas como grandes sistemas de mediação, responsáveis por atenuar ou mesmo anular conflitos inerentes à sua existência e perpetuação, em outras palavras: *“a organização é um conjunto dinâmico de respostas a contradições”* (PÁGES, 2003:31). Ao atuar dessa forma, as

organizações se antecipam aos conflitos e os absorvem, buscando soluções para problemas em potenciais. Este seria apenas um dos processos que permite à organização exercer sobre os sujeitos seu poder; os demais seriam introjeção e consolidação ideológica

Especificamente no caso iurdiano, as contradições são tratadas majoritariamente em nível individual, o que acaba por facilitar o processo de *introjeção*. Isso porque a ênfase dada na vida pessoal dos fiéis acaba funcionando como mais uma ferramenta de atenuação das contradições, pois estas ao invés de serem vistas como coletivas, transformam-se em questões privadas. O desemprego, por exemplo, ponto de partida principal para as atividades empreendedoras, deixa de aparecer como uma questão social para converter-se em drama individual. É como se os fiéis fossem condicionados a uma espécie de miopia: quando os problemas estão próximos o suficiente é possível vê-los, quando estão distantes, não passam de um borrão, de uma mancha na realidade. A vivência destas questões é, então meramente pessoal e simplista o que permite que os indivíduos vejam as contradições e conflitos como questões particulares e se culpem e se atormentem em função disso, ao invés de buscar em contingências mais amplas a chave dos seus problemas e angústias.

Os fiéis da IURD, embora não demonstrem claramente consciência de que pertencem a uma unidade, que implica em identidades coletivas e que transcenda o mero pertencimento atomizado a Universal, possuem aspirações semelhantes e recorrentes. Em virtude desta “ausência” de consciência de grupo, suas reivindicações são exercidas individualmente e, devido ao isolamento dos sujeitos, a única solução possível para elas parece ser a intervenção de Deus. Embora tratem de temas muitos pessoais nos cultos e freqüentemente exponham sua intimidade, o relacionamento entre companheiros de religião chega a ser frio. As saudações entre os membros – apertos de mão e abraços – só ocorrem quando o pastor as solicita, as conversas entre os fiéis que não se conhecem fora do ambiente religioso são relativamente raras. Mesmo os maiores dramas pessoais, ainda que sirvam de *exemplo* ou *anti-exemplo*, não são vivenciados coletivamente, o que reforça seu caráter meramente ilustrativo e utilitário. É como se esses exemplos existissem apenas como *objetos de estudo*, tratados independentemente da sua dimensão humana.

Desse modo, podemos perceber que a articulação entre seus membros em busca de reivindicações comuns não existe e a Igreja, por meio de sua tutela, realiza uma espécie de compartimentização dos fiéis, indicando a quais reuniões pertencem e como deve ser o

relacionamento entre seus membros. Desse modo, as formas de reivindicação na IURD individualizam a expressão do descontentamento. Os sujeitos são levados a entender que são diferentes entre si e que estão sozinhos, o que permite que a Universal os atenda de forma particularizada, primeiro separando-os por “categorias” (por exemplo: desempregados, pessoas com problemas afetivos, etc) e posteriormente, aprofundando-se nas questões individuais, “caso a caso” através de encontros privados com os pastores, o que, por sua vez, aumenta a influência e o poder por estes exercido.

Para Pagès:

“É preciso correr sem jamais saber onde estão os outros corredores. Cada um dá o melhor de si, este é o único critério: cada indivíduo está só (...) A função do segredo [neste caso revelação pessoal conduzida pelos pastores] reside na individualização, no reforço a luta individual e na prevenção às reivindicações coletivas. Cada um deve se virar para conhecer seu nível e para tentar obter um superior. Isto reforça a combatividade e, portanto, a produtividade” (PAGES, 2003:155)

O isolamento do grupo e a aproximação constante dos pastores, veículos da revelação pessoal facilitam a introjeção, por parte dos fiéis de um sistema sócio-mental que vincula organização e indivíduo, através da sua associação de estruturas inconscientes destes às ideologias da organização⁵⁵, ponto de partida dos processos de *consolidação ideológica*, o que fomenta um “todo” de sentidos a respeito da Igreja que, se por um lado já constitui uma mediação, a favorece de modo mais amplo. Para tornar possível esta consolidação podemos identificar três zonas ideológicas que se referem a instâncias distintas, mas interdependentes. Vejamos abaixo:

- a) Zona ideológica oficial: onde estão os grandes princípios da Igreja, transmitidos formalmente aos fiéis.
- b) Zona dos valores pessoais do indivíduo: parte da experiência pessoal de cada um e de seus conteúdos inconscientes, que passam por sucessivos processos de anulação e reforço pela organização.
- c) Zona intermediária: é consciente e conecta valores pessoais a valores da Universal, esta seria uma espécie de “zona de aforismos”⁵⁶, o que inclui, por conseguinte as representações.

⁵⁵ Tal fenômeno implica na “modelagem recíproca” das estruturas da organização e das “estruturas de personalidade dos indivíduos” (PAGÈS, 2003:27).

⁵⁶ Aqui entendidos como sentenças ou palavras que expressam princípios morais.

Daí decorre que a influência da IURD depende diretamente da esfera “ideológica” de ação individual, internalizada através de representações específicas transmitidas pela Igreja. Tais representações determinam limites, valores e regras a serem seguidos, assim como possibilidades de prática que acabam por se traduzir numa espécie de liberdade vigiada, onde o cada indivíduo carrega a Universal em si, e passa a se autocontrolar. Conforme o gráfico abaixo:

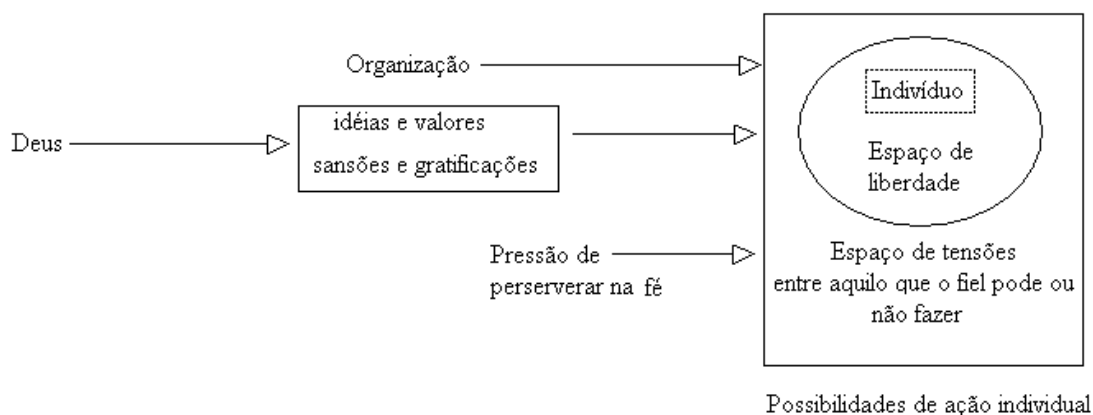


Figura 8: Auto-controle ou cerco ideológico

Conforme o gráfico aponta, o autocontrole reforça a imagem positiva do papel da Igreja sobre sua vida, assim como a urgência do sucesso individual para o “encaixe” definitivo numa estrutura que já lhe é dada, sem que o fiel perceba mesmo esta estrutura e que a adesão a ela representa o cerceamento voluntário de sua liberdade, trocada pelo potencial de prosperidade que a organização pode lhe proporcionar. Nesse sentido, mesmo se considerarmos a influência exercida diretamente pelos pastores, notamos que o mais relevante é a autoconsciência no nível do domínio individual por permitir que os sujeitos se auto-apliquem sansões e gratificações, sendo a capacidade de fazê-lo a prova mais contundente da interiorização dos princípios da organização. Neste contexto, o campo de liberdade individual se restringiria então a espaços que a organização determina através de suas representações, leis e regulamentos. Curiosamente, ao submeter-se às estruturas os indivíduos mostram que delas necessitam e por isso mesmo colocam-se sobre sua tutela. O coletivo, a organização é soberana, mais forte do que os que a compõem, e por isso mesmo capaz de dar-lhes estrutura e força. Abandonar-se a um poder mais forte é, então, integrar este poder, situar-se em algo, *pertencer*.

No que denominamos de “potencial de prosperidade” que a organização pode proporcionar se encerram os privilégios oferecidos pela Igreja-organização como forma de dar

fim às contradições e manter estrutura de dominação. Ou seja, a Universal só consegue perpetuar seus interesses porque serve aos interesses particulares daqueles que quer submeter. Para Pagès, quanto mais as forças produtivas se desenvolvem, mais meios de controles são necessários para mantê-las sob a influência de um grupo (PÁGÈS, 2003:27). Na verdade, a dominação só é possível através da criação destes *meios de controle*, neste caso da oferta de privilégios. Para os membros da IURD os privilégios oferecidos são consistentes o suficiente para permitir que os indivíduos abram mão voluntariamente de determinados aspectos de sua liberdade para abrigar-se sob a Igreja, recebendo tais privilégios. Vejamos os principais destes:

a) *Cura para todos os males*: basta entrarmos no web site da IURD ou visitarmos qualquer um de seus templos para compreendermos que a Igreja está disposta a acompanhar o fiel qualquer que seja sua dificuldade, alguns exemplos (e certamente já os mencionamos anteriormente) mais comuns seriam: alcoolismo, problemas de saúde e obsessões demoníacas (cujo culto principal seria a terapia espiritual), problemas financeiros e desemprego (*Nação dos 318*), problemas de relacionamento afetivo (*Terapia do Amor*), entre outros. Ainda que não possua um culto instituído para problemas mais específicos a Universal se esforça em acolher diferentes fiéis. A máxima bíblica “*tudo posso Naquele que me fortalece*” sustenta estes esforços e confiante desta força a Igreja amplia continuamente suas atividades de atendimento ao fiel.

b) *Acesso a um grupo*: Embora a IURD não cultive tão largamente características comunitárias⁵⁷ não podemos negar que, ao ingressar nesta Igreja o fiel é envolvido numa atmosfera familiar, através do carinho e atenção dos pastores. Essa “familiaridade” leva a uma sensação de pertencimento gratuito, segundo depoimento do fiel número 8 “*aqui [na IURD] as pessoas são minhas amigas gratuitamente, não porque trabalham comigo ou me conhecem de algum lugar, mas porque estamos na Igreja e aqui somos irmãos*”. Outros depoimentos dão conta da cordialidade com que os fiéis são tratados, muitas vezes o pastor titular do culto (no nosso caso o Pastor X os recebe pessoalmente à entrada do templo), para o Fiel número 14: “*aqui as pessoas se preocupam, venho de uma vida muito sofrida, nunca tive quem me estendesse a mão, na Igreja é o que mais tem, não fico só, Deus não me deixa ficar*”.

⁵⁷ A Igreja fomenta o relacionamento entre seus membros apenas durante os cultos e de forma bastante incipiente, como vimos acima, uma vez que a individualidade dos fiéis é, não apenas preservada, mas exaltada. Mesmo assim, a agregação ao grupo não pode ser desconsiderada como benefício oferecido pela IURD.

c) *Criação de referências individuais*: a IURD foi capaz de “pegar carona” em muitas das transformações ocorridas na sociedade brasileira nos últimos 50 anos, para criar uma teologia voltada para o fiel, buscando, sobretudo, situá-lo nestas mudanças. Daí decorrem afirmações como “*eu vivia angustiado, perdido, vagava pelos cantos sem nem saber quem eu era, quando cheguei aqui, me encontrei*” ou “*é na fé que a gente se conhece*” (Fiel número 4)

d) *Reestruturação da vida material*: o empreendedorismo, conforme temos estudado até aqui é apenas uma das vantagens que a IURD se propõe a oferecer as seus fiéis. A Igreja se vincula tão diretamente ao fenômeno por perceber a possibilidade que ele apresenta de recuperar o fiel financeiramente, cumprindo, desse modo, a promessa de *prosperidade*, carro-chefe das pregações da Universal. O trabalho árduo é recompensado pelo sucesso dos indivíduos e suas ações passam a ser objetivadas e medidas em torno de critérios financeiros, o que reduz o conjunto das relações sociais à lógica abstrata do dinheiro e possibilita o autocontrole em termos objetivos (materiais) .

Muitos fiéis chegam na IURD em “crise” (financeira, afetiva, familiar), o que deixa clara a eficácia do apelo da Igreja aos que estão com problemas nas suas pregações e especialmente nos seus programas de rádio e TV, onde entra em contato com um público mais amplo de “fiéis em potencial”. Todavia, para conseguir os privilégios propagandeados pela Universal o sujeito deve estar minimamente pronto a *mudar*, desde a sua religião até seus hábitos de vida. Há uma predisposição para ajustes nos sistemas de referência dos que a procuram - competência, valores, convicções, status, etc (PAGÈS, 2003:120) para que a conversão se efetive, de modo que fica mais fácil “*apagar estas referências para substituí-las por normas, valores, técnicas, pela experiência específica*” da IURD, permitindo que o fiel construa uma identidade efetiva na Igreja (idem)⁵⁸.

Da mudança dos indivíduos em função das promessas e da posterior concretização destas na forma de privilégios a organização retroalimenta os dispositivos de introjeção reforçando condutas princípios e regras, persuadindo os indivíduos da dimensão do seu poder e de sua credibilidade, que se converte em autopersuasão cujo resultado:

“é fazer do indivíduo um agente de difusão ideológica a serviço da organização, tão eficaz e convincente que difundirá uma ideologia que ele mesmo terá

⁵⁸ Ao tratar do ajuste nos sistemas de referência, Pagès trata da preferência de admissão pela TLTX, empresa por ele estudada, de jovens que os teriam mal consolidados e passíveis de ajustes externos. No entanto, detectamos na IURD fenômeno semelhante, não relacionado à idade dos fiéis, mas como dissemos no texto, à sua *predisposição* para a conversão.

produzido, na qual crê, e que responde às suas dúvidas e às dúvidas dos outros de uma só vez” (PAGÈS, 2003:94).

Enquanto forma de controle da Igreja sobre os fiéis, a auto-persuasão implica no convencimento de que o que a IURD prega é viável e correto, e que a instituição é efetivamente digna de respeito e confiança. Esta forte mediação amortece o impacto das contradições sobre a própria natureza da Igreja (*é a IURD uma instituição de fato honesta ou não?*) e sobre a forma como ela é vista da mídia. É como se, através da aquisição dos privilégios descritos acima, o fiel estivesse blindado contra quaisquer dúvidas, colhemos, a esse respeito um importante depoimento, transcrito abaixo:

“Eu sei que todo mundo fala mal da minha Igreja. Fala mesmo, pode deixar falar... minha família mesmo me critica muito. Mas não ligo, estou aqui, quase todo dia, venho aqui e esse povo quer vim me dizer se estou certo ou errado? Você acha que não é certo a pessoa querer ser alguém, ter pessoas que gostam e cuidam dela, recuperar a vida e o dinheiro? Eu, minha filha, tinha perdido tudo, tava na sarjeta mesmo, tenho um filho que na época tinha 2 aninhos, às vezes eu não tinha nem o [dinheiro] do leite Ninho. Hoje ele tem já 13 anos, um pirralho, é quem mais me critica e diz ‘pai, esta Igreja só te rouba!’. Aí eu digo ‘e se roubar mesmo?’ Na época que eu perdi meu emprego ninguém me ajudava, entrei na Universal varado de dor, curvado e humilhado. Hoje, só me curvo diante do Senhor, do Deus de Israel. E foi a Universal que me levou diante do altar e disse ‘este é o Deus de Israel’. Claro que eu sabia quem era Deus, fui batizado e tudo. Mas nunca, na minha vida toda ninguém me disse, ‘levanta-te e anda’ foi o que eu fiz depois que o pastor me mostrou que eu poderia andar. Para mim a Universal é divina mesmo. Agora, não sou burro, vejo as coisas que falam dela por aí. Primeiro nem acho que a Igreja roube, porque só dá quem quer [neste momento o entrevistado ri e continua o depoimento em tom de ironia]... no fim todo mundo dá mesmo e pronto, mas quem dá recebe. Sei que tem pastor por aí com carro importado, mas psicólogo e médico também não recebem por ajudar os outros? Sei que o Bispo [referindo-se a Macedo] comprou a Record, mas também a Record não faz mal a ninguém, já, já supera o SBT” (Fiel número 7).

Decidimos apresentar este depoimento porque ele sintetiza de forma clara alguns dos sentimentos comuns aos fiéis iurdianos com os quais mantivemos contato.

1º. O fiel se refere aos privilégios acima descritos ao realizar o seguinte questionamento: *“Você acha que não é certo a pessoa querer ser alguém, ter pessoas que gostam e cuidam dela, recuperar a vida e o dinheiro?”*, nele estão, há um tempo, a criação de referências individuais, acesso a um grupo, cura para todos os males e reestruturação da vida material.

2º. Superação das críticas a partir da sensação de pertencimento e de “conhecer a Igreja por dentro”: *“minha família mesmo me critica muito. Mas não ligo, estou aqui, quase todo dia, venho aqui e esse povo quer vim me dizer se estou certo ou errado?”*.

3º. Tentativa de justificar os possíveis atos ilícitos ou condenáveis da Igreja. Após contar como a Universal o ajudou o fiel ressalta que “não é burro”, mas continua a defender a Igreja

através de argumentos racionais “*sei que tem pastor por aí com carro importado, mas psicólogo e médico também não recebem por ajudar os outros?*”.

Temos então a forma como o iurdiano percebe conscientemente algumas das contradições da instituição e as refuta através de argumentos já internalizados. Os fiéis sentem necessidade de preservar a imagem positiva que formaram da Igreja, para resguardarem a fé que investiram nela. Essa vontade de resguardar a IURD como forma de se resguardar, leva a paradoxos como o apresentado neste depoimento, de supor que há irregularidades na Igreja e mesmo assim tentar justificá-las. Além disso, a culpa dos problemas da organização não são atribuídas à Universal, mas à forma incorreta como os agentes externos a vêem. Defendendo-se de agressões de terceiros o sujeito pode continuar a crer nos princípios de sua Igreja, adaptando-os quando necessário e realizando verdadeiras “ginásticas mentais” para se livrar de acusações.

Em primeiro lugar o crente tem a certeza de vivenciar a IURD na prática, enquanto os que estão fora dela não. Só esta vivência permite compreender as suas dubiedades. Em seguida, têm-se que tais dubiedades nem chegam a ser importantes se a Universal cumpre sua parte do *pacto* com o fiel: ajudá-lo com seus mais diversos problemas através da força transformadora da fé. Cabe aqui citarmos mais uma vez Pagès que afirma que “*a empresa moderna é a empresa da solicitude, ao mesmo tempo em que é a do segredo e da manipulação*” (PÀGÈS, 2003:34). Assim seria também a IURD, solicita para com os fiéis, porém protegida por seus próprios véus.

Liberdade na fé... Porém, liberdade cerceada

Se a autopersuasão leva à concordância quase que total com a organização, assim como à atenuação de suas falhas o autocontrole, aponta para a restrição da liberdade dos indivíduos, colocados voluntariamente sob o poder da Igreja. No caso da IURD, o controle das atividades individuais é determinado não apenas pelas sanções que a organização pode impor ao indivíduo, mas pela observação do próprio Deus. Onisciente, onipresente e onipotente, Ele será o responsável por vigiar os indivíduos e julgar suas ações. Todavia, por não estar sujeito não à Igreja ou aos seus pares, mas ao próprio Deus, o fiel deve redobrar seu autocontrole, pois do cumprimento de ações dentro das premissas propagadas pela Universal depende, não apenas seu sucesso, mas a salvação da sua alma. A possibilidade de ação individual é então conscientemente cerceada pelo temor da danação - beber ou não, por exemplo, é uma escolha consciente para o

fiel, porém ele sabe previamente qual das alternativas é a “correta” para sua fé - e em função disso ele limita sua vida às respostas e alternativas que ele aprende.

O fiel, para não incorrer em equívocos ou pecar, se vê “obrigado” a internalizar os dogmas e restrições apresentados pela Igreja, assim como as possíveis obrigações do fiel para com Deus (como é o caso do dízimo, por exemplo), realizando suas ações apenas num estreito campo delimitado por “o que é certo” aos olhos da Igreja e do Senhor. Neste campo ele é livre para fazer “tudo o que quiser” desde que de acordo com as idéias e valores apreendidos, sendo o limite último da sua liberdade a proximidade do pecado. Temos implícita nessas afirmações a idéia de livre-arbítrio, pois como filhos de Deus somos dotados de consciência crítica para discernir bem e mau. Tal consciência, moldada por dogmas religiosos, indica como o indivíduo deve agir para manter-se de acordo com as leis divinas, pré-estabelecidas e perpetuadas pela Igreja, portadora legítima destas. No final resta apenas uma regra geral que deve ser seguida pelo fiel: sua liberdade, contida na possibilidade dele fazer o que quiser, desde que permaneça dentro de determinados limites.

A liberdade cerceada é determinada por esta regra, que depende dos princípios apreendidos pelos indivíduos, sendo estes “as linhas” que determinam a manutenção do sistema dinâmico e auto-regulado internalizado pelos fiéis. Não aceitar as regras significa não se adaptar nunca à Igreja. Logo, a primeira liberdade que o indivíduo tem é a de escolher entre aceitar as regras ou ir embora. Cada regra determina o espaço dentro do qual está circunscrita a ação. Do mesmo modo, a interpretação da regra não é algo exterior, mas inerente à própria regra, que só pode ser interpretada dentro dos seus próprios termos. Já o controle se situa à margem das regras, nos pontos entre sua execução e suas possibilidades de transgressão (PÁGÈS, 2003:60). Finalmente, são justamente as regras que codificam o campo de ação individual. Estas são transmitidas não apenas por meio de estamentos expressos, mas das representações e conteúdos que as contêm e das quais dependem, para a “*adesão dos indivíduos afetados por sua aplicação*” (Idem:49).

Em síntese todo esse esquema pertence à forma como a organização exerce seu poder, não através da força, mas da crença, partindo de dentro dos indivíduos para fora, assegurando um sistema eficaz e duradouro. Do gerenciamento das relações entre autonomia e controle, faz-se o poder da IURD. Neste caso: “*O exercício do poder não consiste em ordenar, tomar decisões, mas em delimitar o campo, estruturar o espaço no qual são tomadas as decisões*” (Idem:51).

Dos processos de *mediação, introjeção e consolidação ideológica* advém uma forma de poder é exercido pelo sujeito sobre si mesmo, o que garante, de forma mais ampla o poder da IURD. Constui-se assim um sistema bastante coerente onde o indivíduo não tem a sensação desagradável de ser “mandado”, mas de executar as tarefas de forma independente, ainda em Pagès encontramos que “*a possibilidade de ter iniciativas no trabalho faz aceitar sua dureza*”.

Na verdade, essa tentativa constante das organizações de aumentarem seus “territórios” em campos da subjetividade dos indivíduos é consequência do crescimento das mesmas e, em função disso, do distanciamento das instâncias de controle da base ou de estruturas mais horizontais hierarquia passando a tomada de decisões a depender da capacidade de auto-gestão dos seus membros, o que assegura que, por meio deles e da forma como exercem poder sobre si, a centralidade da organização seja mantida. Nesse novo sistema:

“o poder de decisão pessoal dos homens tende a desaparecer, em benefício do poder de uma estrutura abstrata de regras de funcionamento (...) não há mais quem decide e quem executa (...) cada um é o sujeito de sua própria submissão” (Idem:60-72).

Naturalmente a Igreja não é capaz e nem tem interesse em gerir ela mesma os negócios de seus fiéis, mas através de regras e dogmas, institui ações padrões que indicam quais atitudes os verdadeiros fiéis devem apresentar nos negócios que seriam o campo de liberdade dos empreendedores. Tais atitudes apontam para o controle exercido pela Igreja, e são indicadas através das representações de empreendedorismo, que analisamos anteriormente. Estas, tratam-se de estruturas que o fiel carrega consigo e que se perpetuem além do espaço de culto, levando o poder da Universal ou de modo mais amplo o poder de Deus para o seu negócio, como se obedecesse a uma hierarquia, onde o empreendedor é apenas servo de instância superiores. Na verdade, o fiel não é exatamente “dono” de seu negócio, mas controlador do que lhe é cedido pelo Senhor. A Igreja é o campo de disseminação das regras por Ele impostas, e a empresa, local de sua execução, onde Deus corresponde a um verdadeiro “líder tácito”, numa espécie de “liberdade vigiada” por Ele ditada. Em síntese o crente como filho do Pai está permanentemente submetido à sua autoridade, sendo esta mediada pela Igreja.

A Igreja-mãe

Ao traçar os caminhos que levam a IURD a exercer seu poder sobre os fiéis, somos conduzidos à questão da *organização-mãe*. Trata-se de pensar a organização, neste caso a IURD,

não apenas sob o ponto de vista social, mas a partir dos conflitos individuais e conteúdos inconscientes dos seus membros. Em outras palavras, ao buscar as organizações, os sujeitos não procuram apenas benefícios palpáveis, como já mencionamos, mas mesmo um sentido para a vida. Desse modo, busca-se na organização também um suporte para o Ego e a atenuação de medos e questionamentos internos, daí decorre que a organização torna-se objeto de um investimento amoroso no qual o indivíduo se compromete em ser devotado a ela, e em troca de abrigo passa a se identificar integralmente com ela. Ama-se então a Igreja pela força que ela representa para o fiel e em função disso, por conter o ideal de perfeição que se almeja para o próprio Ego.

Como em qualquer relação edipiana a Igreja aparece como alvo de um amor incondicional e de um temor também incondicional. Ambos se enlaçam e se completam por um lado. O acolhimento total da Igreja, é capaz de apaziguar o medo do futuro, naqueles que a buscam e mais amplamente, a angústia da morte, uma vez que ela aponta para o extramundo, ainda que de forma tênue. Em busca de conforto espiritual o fiel se mantendo numa constante relação pré-edipiana, travada com a Igreja na forma de “mãe”. Pagès menciona essa regressão maternal (2003:154-157) por não conseguir o sujeito superar a dependência da organização e, pelo contrário deixar-se misturar a ela e a caracteriza como típica do que das organizações hipermodernas, cuja principal característica é, justamente a mediação.

Diante do medo primitivo da morte, ponto de partida para o sentimento religioso, a IURD conduz um “*gigantesco sociodrama*” (Idem:35). voltado para a urgência da vida onde a angústia dos fiéis é apaziguada, através do poder que a organização exerce sobre si. As mediações que a Universal realiza, confirmam este poder e o transformam em controle efetivo. O fato é que a IURD, pouco se esforça em prover a liberdade do Ego dos seus fieis, mas a limita para manter o seu controle. Antes de revoltarem-se contra a ausência de liberdade os indivíduos se submetem a ela, visando as vantagens que a organização pode oferecer, de modo que, ao oferecer um sistema de regras e um ideal de vida a organização nada mais faz do que prover os indivíduos daquilo que eles carecem para suprir o Ego fragilizado.

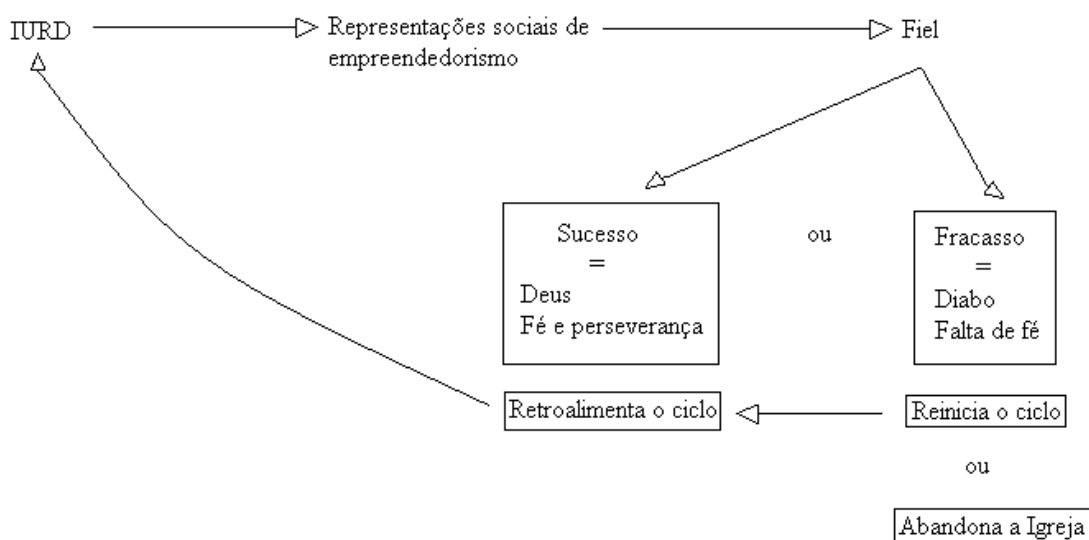
Na relação edipiana é o pai que interdita o acesso incondicional que a criança têm à mãe impedindo que ela cometa incesto ao posicionar a genitora como objeto de desejo. Nesse processo, o pai retira também a onipresença da mãe e, por conseguinte, obriga a criança a se confrontar com a solidão, consciência de suas limitações e da morte. Ao permanecer no estágio

pré Édipo, o fiel não só evita a confrontação impossível com o Deus-pai, mas coloca-se sob a égide da Igreja-mãe⁵⁹, medidora e protetora inclusive contra a ira do pai, perpetuando uma situação e dependência infantil. Em troca do seu acolhimento a IURD, como sua representante de Senhor exige o monopólio do seu poder e fé incondicional. A organização tende a se tornar fonte de angústia e prazer dos indivíduos que a integram a partir desta perspectiva maternal. Para ser amado perfeitamente o indivíduo têm de submeter ao objeto de seu amor e arcar com suas cobranças, sendo na Universal a principal delas a obrigatoriedade do sucesso.

O amor da organização é manifestado na forma de reconhecimento e, na IURD a forma de conquista-lo e apresentando sucesso material. De modo análogo temos em Pagès que:

“O sucesso, a ambição, fazer carreira vão se tornar para o indivíduo os valores essenciais, pois são eles e só eles que podem preencher esta angústia do vazio: para ser reconhecido é preciso vencer” (Idem:135).

Obter sucesso é então forma de ser reconhecido, de receber amor da organização. Por outro lado, o medo da derrota é, sobretudo medo de não ser mais reconhecido, perder o amor da Igreja. Com isso o iurdiano é “condenado a vencer”, dentro do discurso de prosperidade, o que o leva a uma insatisfação constante e a uma tensão permanente entre sucesso e fracasso, entre o amor Divino e a degradação.



⁵⁹ Embora a Igreja se aproxime do papel de “mãe” cada pastor isoladamente representa diante do fiel o papel de pai, como vimos anteriormente por se colocar como “representante de Deus”.

Figura 9: Ciclo do fiel iurdiano

Com a concretização das promessas da organização cria-se então um ciclo de poder que se retroalimenta: quanto mais prosperidade o fiel obtém, mais ele confia na Igreja e se submete a ela, uma vez que quanto maior a satisfação com a organização, maior o nível de aceitação à carga de stress e angústia por ela provocada. Em compensação, o fiel recebe, pelo seu sucesso o reconhecimento da organização, tornando-se, no intuito de mantê-lo, um eterno insatisfeito com suas próprias realizações. A Igreja passa a exigir mais do fiel após cada sucesso e com o encorajamento contínuo da ambição torna-se impossível satisfazê-la totalmente. Neste ciclo o fiel desenvolve um medo de fracassar que na verdade indica o medo infantil de não obter o amor dos pais e, por conseguinte, perder a razão de viver.

Em contrapartida, para quem não progride restam poucas possibilidades. A Universal costuma ser tolerante com aqueles que fracassam, responsabilizando pelo insucesso não o fiel, mas a fatores místicos externos (influência do Diabo). Com a utilização desta justificativa o ele passa a ter a garantia de que “não errou” mas que foi “levado ao erro” por determinada situação. O fato da culpa não ser individual faz a situação parecer mais leve e remediável. Entretanto, o fardo do fiel não se torna necessariamente mais leve por isso. O pastor pode insinuar que (especialmente nos casos onde o fiel não é dizimista periódico, ou não contribui a contento) que *faltou fé* e que por isso a influência negativa de terceiros foi possível. Nestes casos, geralmente dois caminhos são recorrentes:

a) O fiel abandona a Igreja definitivamente ou momentaneamente por não suportar o fracasso e a pressão dos pastores e demais crentes, ou, como reação adversa para a instituição, abandona-a por entender que a IURD fracassou com ele (outra forma interessante de projeção da culpa) e não cumpriu as promessas por ela alardeadas nas suas “propagandas”. O que leva ao rompimento do ciclo.

b) O fiel “persevera na fé” (empregamos aqui uma expressão bastante típica da Universal) e permanece na Igreja, reforça seu engajamento na instituição, paga os dízimos e contribuições extras com fervor e, dotado de novo ânimo, parte para novas empreitadas profissionais. O que faz o ciclo reiniciar-se.

Na verdade, o rompimento do ciclo indica ausência de fé. E apenas a fé leva o fiel a insistir na Igreja mesmo diante do fracasso, ou no jargão iurdiano perseverar. A fé torna ainda as mediações possíveis, através da certeza de que a Universal é mesmo um protetorado divino.

Ao tratar das organizações empresariais Pagès nos lembra que “*a empresa é a última paróquia*” (PÀGÈS, 2003:73). O autor afirma que ao se estudar as organizações hipermodernas estamos diante de sistemas que possuem elementos análogos às organizações religiosas, a saber: um conjunto de crenças que formam dogmas, escrituras sagradas para a prática deste conjunto de crenças; organização hierarquizada servida por seus celebrantes; uma massa de fiéis compartilhando a massa da fé; e um deus que a organização encarna.

Estes fatores diferenciam as *simples organizações* das *organizações que exercem persuasão* e adquirem status de instância moral e de consciência através da imposição de ideologias e sistemas de valores. Estes são compartilhados pelos fiéis à medida que eles se sentem efetivamente *parte* da organização, sendo a partir da adesão dos indivíduos à Universal, referências no qual os indivíduos elaboram as representações do que foi vivido.

A crença é, em última instância, o grande placô do espetáculo de poder encenado pela IURD. Da “necessidade de crer” dos que a buscam, nasce possibilidade de dominação exercida pela Igreja, pois ao aderir a ela os indivíduos encontram um conjunto de princípios nos quais podem acreditar. Isto é acrescido também de uma “necessidade de pertencer”, participar de uma organização que transcende a pequenez dos indivíduos os leva diretamente a Deus.

Considerações finais

O binômio Igreja e fé, estrutura básica que leva ao empreendedorismo dentro da IURD depende, sobretudo da forma como conflitos e contradições são mediados pelos indivíduos. Na realidade a religião favorece o empreendedorismo na medida em que este é, sobretudo, um fenômeno sócio-cultural, fruto das relações que o indivíduo estabelece com seu meio e como ele equaciona auto-estima, seus aprendizados e seu papel na comunidade ao qual pertence. O suporte religioso e a certeza de se estar fazendo “o que é certo” aos olhos de Deus, consiste em uma poderosa forma de motivação individual, legitimação das ações e, especialmente, redução das incertezas ambientais. Deutschmann coloca esta questão nos seguintes termos:

“O processo de inovação depende da existência de instituições sociais e simbolismos que reduzem a incerteza a um grau que torne a ação social coordenada possível. Ao estudarmos como os empreendedores mobilizam incentivadores no seu meio ambiente, os paralelos (...) com movimentos políticos são instrutivos. Assim como o fiel não pode estar imediatamente na presença de Deus, prescindindo de profetas, pastores, escrituras sagradas e rituais, empreendedores estão circundados pelo confronto imediato de diferentes opiniões sobre dinheiro e capital. Eles precisam da assistência provida por figuras carismáticas e simbolismos sociais, que lhes permitam interpretar minimamente o meio ambiente social” (DEUTSCHMANN, 2001:396).

Fica claro então o papel da religião em “dar assistência” aos seus fiéis e permitir que eles interpretem seu ambiente por meio das mediações que realizam. Os pastores estão e estarão sempre aptos a conduzir seus rebanhos pelas dificuldades e intempéries da vida, ensinando-os a “separar o joio do trigo”, ou seja, transmitindo valores de certo e errado, montando através das representações sociais de mundo que transmite filtros para os julgamentos morais e estruturas para a ação de seus fiéis.

Certamente, esse envolvimento da IURD com o tema e o ambiente de apoio ao fiel que ele cria não se formam gratuitamente ou espontaneamente, mas nascem dos interesses da Igreja em: a) fornecer assistência integral ao fiel, em sejam quais forem os aspectos da sua vida; b) integrar o fiel ao mercado como forma de cumprir as promessas de prosperidade, carro-chefe em suas propagandas; c) mostrar-se uma religião moderna, atrelada ao que acontece no “mundo da vida” e mais ainda, fazendo parte dele; e por fim, d) arrecadar dízimos e outras contribuições com regularidade, o que não é possível se o fiel está desempregado.

Sobre a importância do apoio da religião ao empreendedorismo encontramos um depoimento interessante de um fiel evangélico no site e-jesus:

“Milhares de pessoas por motivos dos mais diversos viviam a mercê do caos e da miséria, ao perceberem que a concretização de suas esperanças em uma vida de dignidade não se realizava, sentiram-se impelidos a procurar em Deus o alívio para suas frustrações, tensões e inquietações (...) É absolutamente perceptível que boa parte daqueles que desenvolvem algum tipo de empreendedorismo tiveram uma relação profícua com a fé e a religiosidade. Tenho pra mim que a relação com o sagrado tem o poder de mexer com os valores internos do indivíduo resgatando nele valores indispensáveis ao sucesso de qualquer empreendimento. A maioria daqueles que se abriram para o sagrado sofreram uma mudança significativa quanto a sua identidade. De algum modo, sentiram-se valorizados por Deus, amados pelo eterno”. (Disponível em <http://www.ejesus.com.br/home/exibir.asp?arquivo=4867>. Acessado em junho de 2006)

Logo, o apoio da Universal ao empreendedorismo, vai além da estruturação de práticas, partindo primeiramente da mediação que ela realiza entre o fiel e seu Deus, e em seguida a sensação de conforto e segurança advinda desta relação. Sentir-se amado pela divindade de forma tão poderosa certamente tem um impacto profundo na auto-estima e autoconfiança. O fiel passa a confiar mais em si mesmo porque confia em Deus e, como consequência disso, investir se torna menos arriscado quando se tem certeza da “vitória em Cristo” ou de que “Deus é fiel”. Empreender com fé, parece então tão seguro como empreender com base em uma boa dica ou uma análise do mercado – o que por um lado pode ser um grande risco, considerando o despreparo de alguns empreendedores. Porém, na ausência de algo mais palpável, a crença se materializa na certeza da prosperidade do negócio, o que prolonga o tempo de vida das empresas, independentemente das atribulações de mercado.

Daí decorre que a IURD desempenha um triplo papel de:

- a) Legitimar o fenômeno e redução de incertezas dos fiéis-empREENDEDORES através do discurso religioso;
- b) Motivar e incentivá-los, assim como e resgatar sua autoconfiança;
- c) Educar o empreendedor.

Com o desenvolvimento pleno destas três atividades, a IURD consegue abarcar pontos importantes da atividade empreendedora. Em síntese, temos que: por um lado, dentro da Teologia da Prosperidade a Universal promete que seus fiéis – os verdadeiros fiéis, assíduos e pagadores do dízimo – hão de prosperar, e isso inclui os seus negócios, o que legitima o empreendedorismo e o reveste de uma áurea sacra. A partir dessas constatações percebemos que no âmago da nossa análise não está o empreendedorismo em si, mas as relações de poder produzidas nesta Igreja.

Dia após dia a IURD continua a sua trajetória de sucesso no país. Sucesso este manifesto por seu número crescente de fiéis, como demonstram os dados do IBGE apresentados

anteriormente. Neste trabalho buscamos lançar luzes sobre a Igreja Universal e sobre como esta instituição religiosa consegue conduzir seu público por meio de suas estruturas de poder. Há ainda questões inconclusas sobre como tais estruturas de poder operam. Nossa análise explora apenas um recorte da realidade iurdiana, o empreendedorismo. Contudo, as demais “reuniões da felicidade” exigem estudos semelhantes para que seja criado um corpo de estudos sobre a Universal que transcenda as pesquisas sobre seus aspectos mais aparentes como a questão financeira e o volume de fiéis para chegar às suas estruturas e estratégias de ação.

Ficamos, apesar de todo o empenho desta pesquisa, com a sensação de que há muito mais a ser descoberto, não só sobre a IURD mas sobre as Igrejas neopentecostais em geral, especialmente porque estas se modificam continuamente, de acordo com o que percebem como demanda de seu público potencial. Ao captarem esta demanda, as neopentecostais se adaptam à sociedade brasileira percebendo suas mudanças contribuindo, por outro lado, para modificá-la.

Apêndices

1. “Regras” para a execução da pesquisa de campo

Desde o início da pesquisa tivemos uma enorme dificuldade em coletar dados e entrar em contato com os entrevistados, devido à resistência da própria instituição religiosa em permiti-lo. Sentimos, especialmente por parte dos pastores um cuidado muito grande em manterem a discrição e não se exporem, chamando a atenção das esferas mais superiores da igreja.

Para viabilizar nosso trabalho, entramos conversamos com o Pastor X (assim denominado por opção sua, de modo a manter o anonimato), que conduz tanto a “*Nação*” quanto a “*Reunião dos Empresários*”. Fomos recebidos ele por em Agosto do 2005 para conhecer o templo e esclarecer os objetivos do presente trabalho. Sua primeira reação foi colocar-se contra a possibilidade de qualquer investigação científica sobre a Universal, a ponto de proibir a pesquisadora de visitar qualquer de suas unidades. Apenas em Março de 2006, após praticamente 8 meses de troca de e-mails e conversas telefônicas o Pastor decidiu aceitar o levantamento de dados na Igreja. Desde que cumpríssemos as suas orientações.

Posteriormente, tivemos com ele diversos encontros para conversar sobre a importância do levantamento de campo e nestes sempre fomos questionados se o nosso interesse seria em agredir a IURD ou verificar irregularidades. Apresentamos a ele o projeto da pesquisa e nos comprometemos em mantê-lo informado sobre o encaminhamento da mesma, de modo que ele acabou permitindo a realização do mesmo “*muito mais por simpatia pessoal*” (Pastor X) do que interesse científico. Ao final do processo, pudemos notar que o principal motivo do Pastor X ter permitido nossa presença na Igreja foi tentar converter a pesquisadora.

A partir do consentimento do Pastor X elaboramos com ele algumas regras para a execução da pesquisa:

- a) em nenhuma hipótese seu nome deveria ser publicado, tendo sido o pseudônimo Pastor X por ele sugerido;
- b) Entrevistar apenas os pastores “de confiança”, por ele indicados;
- c) Não realizar gravações com pastores e fiéis;
- d) Não realizar notas na Igreja;
- e) Não “alardear por aí” a condição de pesquisadora;
- f) Não buscar outras instâncias da Igreja superiores a ele;
- g) Não abordar os fiéis dentro da Igreja.

O Pastor X insistia que caso a realização da pesquisa fosse descoberta por alguns bispos e pastores, isso poderia vir a prejudicar a ele e à pesquisadora. No entanto, por mais que insistíssemos em perguntar *como exatamente* poderíamos ser prejudicados, ele se esquivava da resposta, respondendo apenas que os pastores e fieis poderiam mesmo ser desligados da IURD, caso a pesquisa “desagradasse” alguém. Inicialmente, percebemos uma resistência maior por parte dos pastores, por seu comprometimento maior com a organização e por exercerem uma atividade remunerada (logo, perder o cargo significaria perder a fonte de renda da família). Todavia, o receio destes foi se desfazendo à medida que os sujeitos mantinham contato com a pesquisadora, liam as notas sobre as entrevistas e acompanhavam o desenvolvimento da dissertação.

Notamos que o Pastor X também orientou os demais envolvidos sobre a proibição das gravações e o sigilo em que a pesquisa deveria ser mantida. Durante nossos contatos com as fontes sentimos um receio constante de expor a Igreja ou se expor, o que poderia acarretar em punições que poderiam ir desde a marginalização dos entrevistados até sua expulsão da Universal. Diante deste quadro o anonimato dos entrevistados nos pareceu então necessário não apenas para permitir que suas respostas fossem dadas com mais naturalidade, mas para assegurar sua segurança pessoal e permanência na instituição religiosa. De modo a respeitar ainda mais o desejo dos entrevistados de se manter no anonimato, citamos seus depoimentos de acordo com os exemplos a seguir: “Pastor número 1” ou “Fiel número 1”, sendo a numeração atribuída de acordo com a ordem das entrevistas (para facilitar a organização da pesquisadora). Foi atribuído um pseudônimo apenas para o Pastor X (por sugestão dele). Embora o tenhamos alertado que em detrimento do pseudônimo, ele pode ser facilmente identificado por seu cargo e pelo culto que preside⁶⁰ ele preferiu manter o pseudônimo afirmando que “*apelido não é nome*” e que, uma vez que a pesquisadora não dispõe de gravações e outros elementos que “*provem quem é mesmo esse Pastor X*” (Pastor X).

Pelas descrições acima, pode parecer que fomos muito tolhidos pelos integrantes da IURD. De fato, nos dois primeiros meses a pesquisadora foi observada de perto pelo Pastor X e pelos pastores que sabiam da pesquisa. No entanto, à medida que o líder da “*Nação*” passou a confiar nas nossas atividades, a vigilância foi sendo gradualmente reduzida até cessar. A partir

⁶⁰ Utilizamos o verbo “presidir” no presente por nos referirmos ao momento em que a pesquisa foi realizada, todavia os pastores são transferidos de cidade ou passam a presidir outros cultos com frequência.

daí a conversa com os pastores e fiéis que faziam parte da pesquisa passou a ser bastante fluida. Também não nos pareceu em nenhum momento que os entrevistados fossem orientados pelo Pastor X quanto a suas respostas. Estas – possivelmente por termos aplicado os questionários e entrevistas fora da Igreja – foram bastante espontâneas e descontraídas. Além disso, uma vez que aceitaram participar da pesquisa, nenhum dos 15 entrevistados desistiu ou deixou de participar de nenhuma das etapas.

Para reforçar a relação de confiança com os entrevistados, buscamos seguir à risca as orientações de Richardson (1988) antes de iniciarmos os questionários, o mapa e a entrevista, reforçando e esclarecendo para os pesquisados:

- a) objetivo e natureza da pesquisa;
- b) anonimato dos dados;
- c) possibilidade de interrompermos as atividades sempre que estes julgassem necessário para respondermos as suas perguntas.

Por fim, enfatizamos que o questionário fechado, os questionários abertos, e o roteiro de entrevistas foram testados com 3 fiéis e 2 pastores, partir dos quais foram modificados (cada um de acordo com necessidades específicas) de modo a facilitar a compreensão dos sujeitos a respeito de alguns pontos e viabilizar a correta execução dos mesmos.

2. Procedimentos empregados à tabulação dos dados do questionário semi-aberto

Demos a cada indivíduo pesquisado dois questionários, o primeiro constando a palavra “empreendedorismo” e o segundo “empreendedor”. Estes foram entregues com um intervalo de uma semana para que não se influenciassem tão diretamente. Explica-se: ao preencher os questionários no mesmo momento, e uma vez que as palavras empreendedorismo e empreendedor se assemelham, poderia simplesmente haver uma repetição ou transposição consciente dos termos, como forma dos pesquisados buscarem estabelecer relações de coerência entre suas respostas.

Nestes questionários os indivíduos deveriam escrever em espaços que partiam dos termos indutores, palavras e expressões que, na visão de cada um, se relacionassem a tais termos, ordenando-as neste momento de acordo com a importância a elas atribuída. Ou seja, na primeira lacuna a expressão mais importante e assim por diante. Optamos por utilizar doze espaços, o que nos daria a possibilidade de analisar até 180 representações distintas, além de 15 possibilidades de ordem de enumeração das mesmas.

De posse de todos os questionários, transcrevemos os termos e expressões encontrados e contabilizamos:

- a) quantas vezes o termo foi repetido
- b) quantas vezes o termo foi colocado em 1º lugar, em 2º lugar e assim por diante.

Para a frequência de repetição dos termos trabalhamos com os dados brutos, ou seja, o que aparece na tabela é exatamente o número de repetições de cada unidade. Já para o cálculo da ordem média de evocação, para aumentar ainda mais os diferenciais de análise e facilitar a visualização dos dados decidimos atribuir “pontos” para cada posição dada pelos sujeitos aos termos nos questionários. O objetivo disto foi diferenciar o valor de cada posição dotando-as de “pesos” distintos relacionados à ordem média de evocação dos mesmos. De modo simples, multiplicamos cada referencia por um determinado valor que representa a prioridade atribuída aos termos e, em seguida, somamos as diferentes pontuações atribuídas à mesma representação, segundo a tabela abaixo:

Ordem	Pontos atribuídos
1º lugar	16
2º lugar	12

3º lugar	10
4º lugar	9
5º lugar	8
6º lugar	7
7º lugar	6
8º lugar	5
9º lugar	4
10º lugar	3
11º lugar	2
12º lugar	1

Em seguida multiplicamos estes pontos pelo o número de vezes que o termo apareceu em determinada ordem e finalmente somamos tais divisões entre si. Para esclarecermos melhor esta conta utilizaremos o seguinte exemplo: um termo aparece uma vez em primeiro lugar, uma em segundo e duas em quarto, assim sua pontuação é dada pela equação⁶¹ $(1 \times 16) + (1 \times 12) + (2 \times 9)$, logo, a pontuação referente à ordem de evocação deste termo é de 46. Para evitar distorções neste cálculo, atribuímos ao primeiro lugar uma pontuação bem maior que os demais, com isso afastamos a possibilidade de, por meio da equação, um termo que foi repetido doze vezes em último lugar, por exemplo, tivesse mais valor do que aquele enumerado em primeiro lugar.

Embora este tenha sido o modelo de cálculo padrão, devemos atentar ainda para as distinções entre o número de questionários distribuídos a fiéis e pastores:

Para os fiéis:

Dividimos a frequência com que os termos foram escritos em duas classes, sendo a primeira de 15 a 12 repetições e a segunda entre 11 a 7⁶². Do mesmo modo dividimos a ordem de frequência em duas categorias. A primeira para ordens de evocação com pontuações maiores que 80 e a segunda com pontuações menores que 80. Nossa intenção com isso foi distinguir mais claramente os conjuntos de elementos centrais e os de elementos periféricos, com base no cruzamento de diferentes parâmetros: frequência com que o conjunto termos referentes a uma

⁶¹ Para a execução destas equações montamos uma tabela no programa Excel, que nos permitiu avaliar concomitantemente frequência e ordem de enumeração.

⁶² Escolhemos o número 7 como limite mínimo de análise, por representar pouco mais de 50% do total de questionários. Ou seja, um termo com frequência de 7 foi representado por mais da metade dos entrevistados, o que ressalta sua importância.

categoria foi evocado, ordem média de evocação desta categoria e, posteriormente, numero de termos relacionados com maior frequência a uma determinada categoria (PEREIRA DE SÁ, 1998:55).

Para os pastores:

Seguimos a mesma lógica descrita acima, porém respeitando que, sendo menor o número de questionários aplicados, frequência e ordem média de evocação seriam menores. Assim, as frequências foram divididas em duas classes, a primeira, incluindo apenas os termos que obtiveram 5 repetições, ou seja, foram apontados por todos os entrevistados. Já na segunda consideramos apenas 4 ou 3 repetições, por não ter havido casos de duas repetições. Desconsideramos ainda os termos com apenas uma repetição, por terem sido estes bastante distintos entre si e, pouco significativos para a análise⁶³.

Sobre a validade dos dados levantados e a aplicação do “questionário geral”

Embora saibamos que ambas as amostras, especialmente a segunda, sejam demasiado diminutas para estabelecermos as representações relacionadas a empreendedor e empreendedorismo com maior grau de certeza, entendemos que os dados levantados nesta etapa da pesquisa podem apresentar consistência quando relacionados entre si (pastores x fiéis). Todavia, de modo a termos uma visão mais abrangente das representações apontadas pelos 15 fiéis em questão, as incluímos no questionário fechado, entregue pelo Pastor X a 150 fiéis. Neste caso, escrevemos os termos mais recorrentes na etapa anterior e pedimos para que fosse anotada a ordem atribuída a cada um deles e realizamos o cálculo da ordem média de evocação conforme explicado acima. Porém, dividimos as pontuações obtidas por dez (de modo a relativizar os resultados), para chegarmos a resultados numéricos semelhantes aos do grupo de fiéis entrevistados. O cálculo de frequência não foi realizado, pois apresentamos as representações já como um dado pronto, e não como possibilidade de preenchimento.

⁶³ De fato, os termos repetidos apenas uma vez, tanto entre pastores quanto entre fiéis, não revelam nenhum tipo de identidade entre si, nem se mostram pertencentes às categorias identificadas.

3. Protocolo de Observação

Pesquisadora: Carolina Dantas de Figueiredo

Data:	Horário:	Local:
-------	----------	--------

Cerimônia:	Presidente da cerimônia:
------------	--------------------------

Temática:

Sujeitos envolvidos:

Fatos observados:

1. Nível de instrução () Primeiro grau () Segundo grau () Terceiro grau () Incompleto () Completo VALORIZAÇÃO à EDUCAÇÃO
2. Sexo () Feminino () Masculino
3. Idade _____
4. Porte da empresa que possui? () Pequena () Média () Grande
5. Tipo de Empresa () Familiar () Individual () Com sócio () Outros – Quais? _____
6. Ramo de Atividade
7. Número de funcionários () Escrever o número de funcionários ao lado () Nenhum
8. Faturamento médio mensal Para pequenas empresas () Até R\$ 1.000 () Até R\$ 15.000 () Até R\$ 50.000 () Até R\$ 100.000 () Acima de R\$ 240.000* Para empresas médias e grandes Favor anotar o faturamento médio mensal: _____
9. A empresa existe “oficialmente” (possui inscrição municipal e estadual?) () Sim () Não
10. Já realizou aportes de capital além do investimento inicial? () Sim () Não
11. Quando exatamente?

() Escrever o ano
12. Em quais ocasiões? () Baixo capital de giro () Contas em atraso () Oportunidades de mercado () Incentivos do pastor () Outros – Quais? _____
13. A empresa contou com o apoio de: () Incubadora () SEBRAE () Universidade () Nenhuma instituição
14. Utilizou capital de terceiros (empréstimos e financiamentos) para investir? () Sim () Não
15. Quando surgiu a idéia de montar um negócio próprio? () Escrever o ano (aproximado)
16. Quando o negócio foi efetivamente montado? () Escrever o ano de fundação da empresa
17. Desde que ano tempo o Sr./Sra. frequenta a IURD? () Escrever o ano
18. Estava Empregado na época? () Sim () Não
19. No caso de estar empregado, o emprego era satisfatório? () Sim () Não

* O limite para as empresas serem consideradas como microempresas, pelo simples.

5. Questionário aberto A

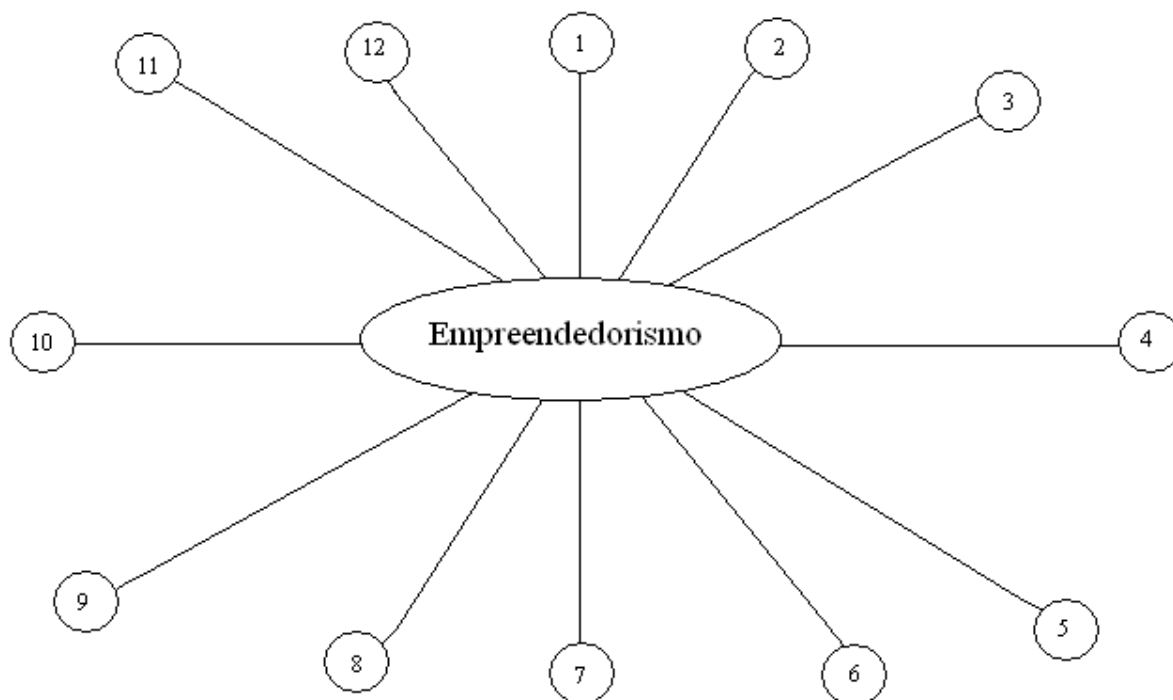
Orientações da tarefa:

Nas linhas que circundam a palavra “**empreendedorismo**”, escreva as características (da atividade empreendedora) que lhe vêm à mente, seguindo a numeração de cada uma.

Ex: Idéia 1 – linha que possui número 1 na extremidade;

Idéia 2 - linha que possui número 2 na extremidade; e assim por diante.

Favor não rasurar ou renumerar as palavras. Deixe que suas idéias fluam naturalmente.



6. Questionário aberto B

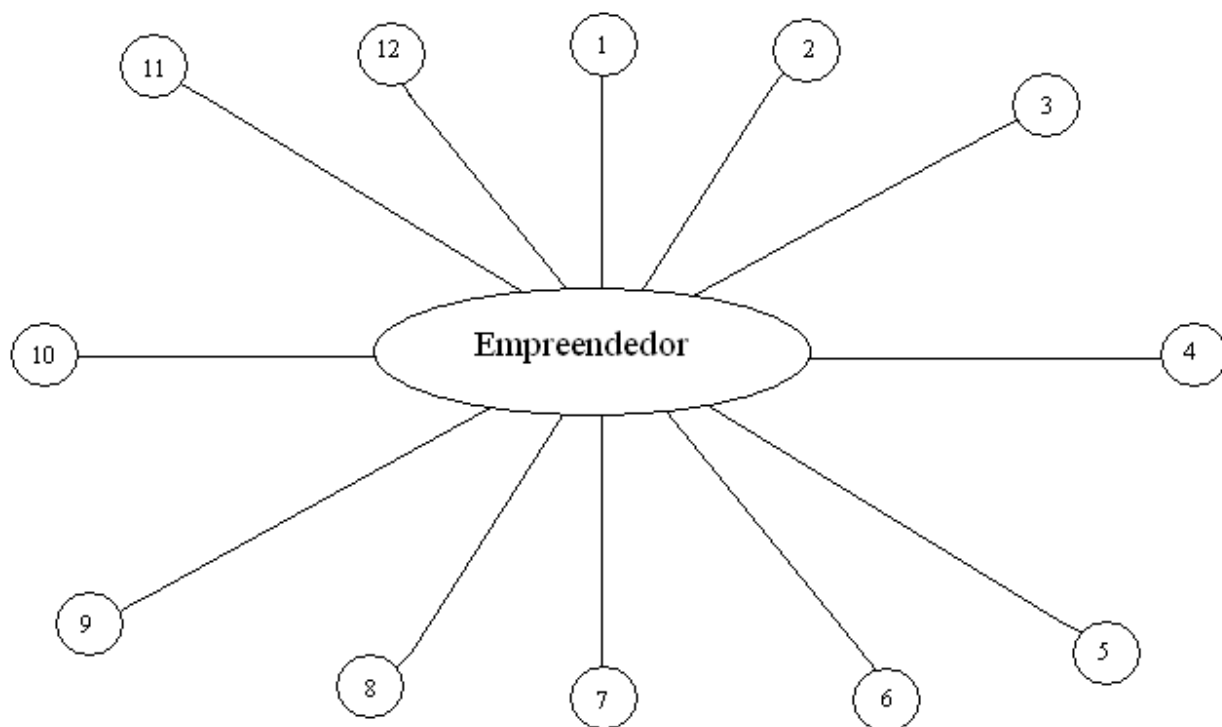
Orientações da tarefa:

Nas linhas que circundam a palavra “**empreendedor**”, escreva as características (que o empreendedor deve possuir) que lhe vêm à mente, seguindo a numeração de cada uma.

Ex: Idéia 1 – linha que possui número 1 na extremidade;

Idéia 2 - linha que possui número 2 na extremidade; e assim por diante.

Favor não rasurar ou mudar a ordem das palavras. Deixe que suas idéias fluam naturalmente.



7. Roteiro básico de entrevista – Fiéis

1. Conte-me sobre sua trajetória na IURD
2. Onde o Sr./Sra. teve o primeiro contato com o tema empreendedorismo?
3. Para o Sr./Sra. quais são as principais relações entre fé e empreendedorismo?
4. Por que você decidiu empreender / reinvestir nos negócios?
5. Por que, na sua visão, a IURD incentiva as práticas empreendedoras?
6. Como a IURD lhe ajuda / ajudou a empreender?

8. Roteiro básico de entrevista – Pastores

1. Conte-me sobre sua trajetória na IURD
2. Onde o Sr. Teve o primeiro contato com o tema empreendedorismo?
3. Para o Sr. Quais são as principais relações entre fé e empreendedorismo?
4. Como o Pastor deve incentivar o empreendedorismo?
5. Por que o fiel deve empreender?
6. Por que, na sua visão, a IURD incentiva as práticas empreendedoras?

9. Rubrica dos conteúdos e representações

a) Modelo sintético

Categorias	Subcategorias
FÉ	01. Iniciativa 02. Investir 03. Ter fé em um negócio 04. Ser fiel 05. Perseverar 06. Oportunidades 07. Coragem 08. Garra 09. Arriscar-se 10. Inspiração
SUCESSO	11. Trabalhar para si 12. Realização pessoal 13. Escolher um caminho 14. Ganhar dinheiro 15. Liberdade profissional 16. Independência Financeira 17. Benção
MERCADO	18. Inovação / criatividade 19. Formação profissional 20. Liderança
FRACASSO	21. Falta de Fé 22. Demônio 23. Incompetência

b) Modelo detalhado

Categorias	Subcategorias	Conteúdos
	01. Iniciativa	Deve partir do verdadeiro fiel
	02. Investir	O fiel só investe com fé

a) FÉ	03. Ter fé em um negócio	Nenhum negócio progride sem que se acredite nele
	04. Ser fiel	O verdadeiro fiel merece montar seu negócio
	05. Perseverar	A perseverança depende da força da fé
	06. Oportunidades	Deus as coloca diante do fiel
	07. Coragem	A coragem nasce da certeza na fé
	08. Garra	A garra provém da fé
	09. Arriscar-se	Arriscar-se com a certeza nas promessas do Senhor
	10. Inspiração	Toda inspiração vem de Deus
b) SUCESSO	11. Trabalhar para si	Ficar livre de patrões
	12. Realização pessoal	Montar um negócio
	13. Escolher um caminho	Ser livre para montar o negócio.
	14. Ganhar dinheiro	Alcançar prosperidade material
	15. Liberdade profissional	Liberdade de escolha
	16. Independência financeira	Ganhar o próprio dinheiro
	17. Benção	O sucesso é benção divina
c) MERCADO	18. Inovar	Criar coisas novas
	19. Formação profissional	Relevante para o trabalho
	20. Liderança	Saber comandar os demais
d) FRACASSO	21. Falta de fé	Motivo do fracasso
	22. Demônio	Atraído pela falta de fé e, também, motivo do fracasso
	23. Incompetência	Não saber “tocar” a própria empresa

Anexos

1. Envelope entregue nas “Nação dos 318” para oferta de dízimos - Modelo 1

Segunda-Feira na Nação dos 318

A Aliança com Deus Pai Criador



“Porque eu, o Senhor, amo o juízo, odeio a iniquidade do roubo, eu lhes darei sua recompensa fielmente, e farei com eles uma aliança eterna.”

Isaías 61:8

2. Envelope entregue nas “Nação dos 318” para oferta de dízimos - Modelo 2

NAÇÃO DOS 318

SALMOS 81

*"Ah! Se o meu povo me escutasse, se Israel
andasse nos meus caminhos! Eu, de pronto,
lhe abateria o inimigo e deitaria mão contra os seus adversários."*

3. Envelope entregue nas “*Nação dos 318*” para oferta de dízimos - Modelo 3

NAÇÃO DOS 318

DIA 1º DE MAIO

O DIA DO TRABALHADOR

"Nada há melhor para o homem do que comer, beber e fazer que a sua alma goze do seu trabalho." Eclesiastes 2:24.

4. Envelope entregue nas “*Nação dos 318*” para oferta de dízimos - Modelo 4



5. Bilhete para a realização de pedidos entregue na “*Nação dos 318*” - Modelo 1



NAÇÃO DOS
318
SEGUNDA-FEIRA

“Então, conduziu-o até fora e disse: Olha para os céus

6. Bilhete para a realização de pedidos entregue na “*Nação dos 318*” - Modelo 2

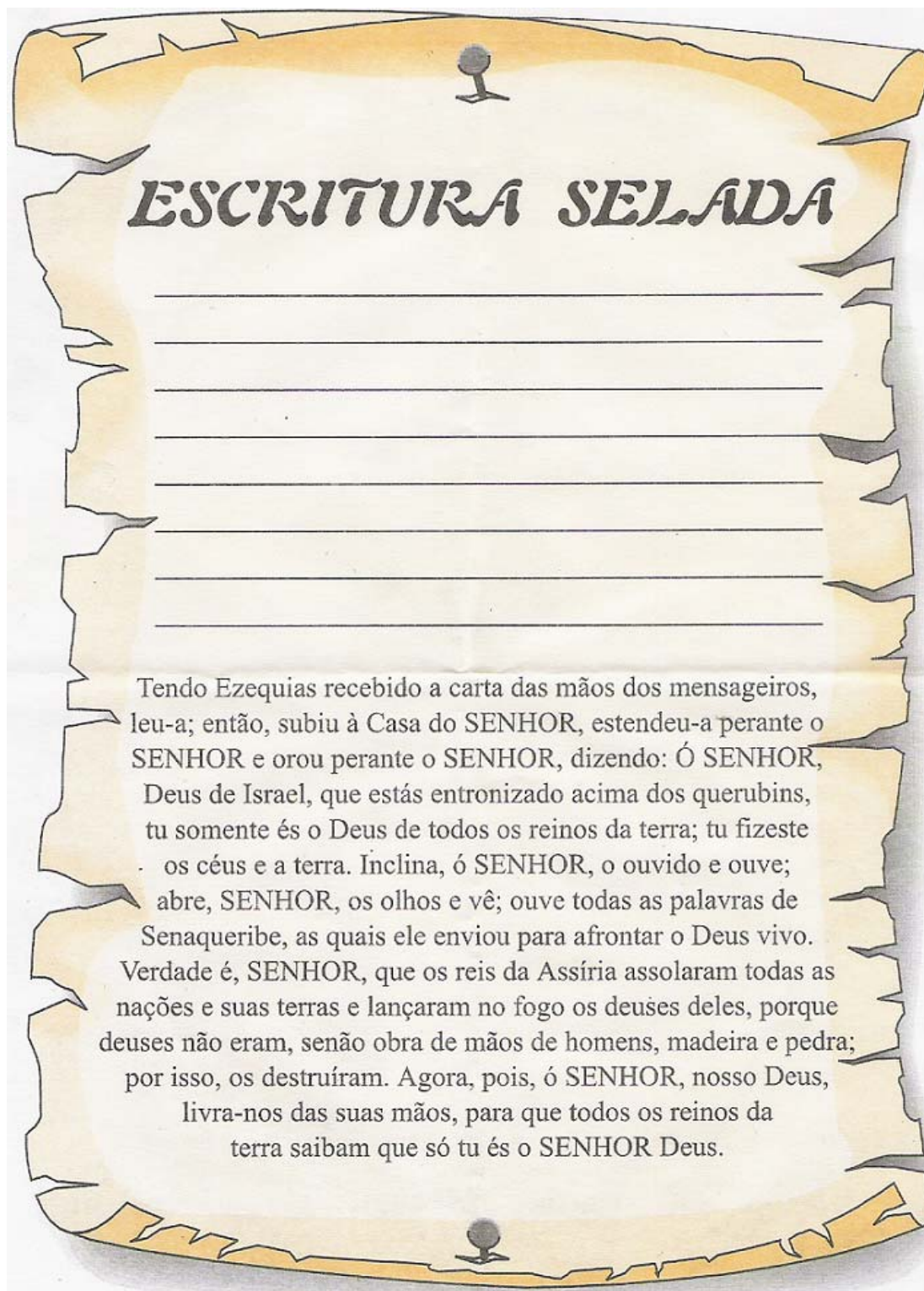
CARTA DE AFRONTA

ESCREVA AQUI AS SUAS AFRONTAS

Tendo Ezequias recebido a carta das mãos dos mensageiros, leu-a; então, subiu à Casa do SENHOR, estendeu-a perante o SENHOR e orou perante o SENHOR, dizendo: Ó SENHOR, Deus de Israel, que estás entronizado acima dos querubins, tu somente és o Deus de todos os reinos da terra; tu fizeste os céus e a terra. Inclina, ó SENHOR, o ouvido e ouve; abre, SENHOR, os olhos e vê; ouve todas as palavras de Senaqueribe, as quais ele enviou para afrontar o Deus vivo. Verdade é, SENHOR, que os reis da Assíria assolaram todas as nações e suas terras e lançaram no fogo os deuses deles, porque deuses não eram, senão obra de mãos de homens, madeira e pedra; por isso, os destruíram. Agora, pois, ó SENHOR, nosso Deus, livra-nos das suas mãos, para que todos os reinos da terra saibam que só tu és o SENHOR Deus.

SEGUNDA-FEIRA ÀS 19:00 H.

7. “Carta da afronta” entregue na “*Nação dos 318*” - Nela o fiel deveria escrever seus descontentamentos com Deus



ESCRITURA SELADA

Tendo Ezequias recebido a carta das mãos dos mensageiros, leu-a; então, subiu à Casa do SENHOR, estendeu-a perante o SENHOR e orou perante o SENHOR, dizendo: Ó SENHOR, Deus de Israel, que estás entronizado acima dos querubins, tu somente és o Deus de todos os reinos da terra; tu fizeste os céus e a terra. Inclina, ó SENHOR, o ouvido e ouve; abre, SENHOR, os olhos e vê; ouve todas as palavras de Senaqueribe, as quais ele enviou para afrontar o Deus vivo. Verdade é, SENHOR, que os reis da Assíria assolaram todas as nações e suas terras e lançaram no fogo os deuses deles, porque deuses não eram, senão obra de mãos de homens, madeira e pedra; por isso, os destruíram. Agora, pois, ó SENHOR, nosso Deus, livra-nos das suas mãos, para que todos os reinos da terra saibam que só tu és o SENHOR Deus.

8. Folheto para a realização de “correntes”

a) *Parte externa*



b) Parte interna

3º DOMINGO

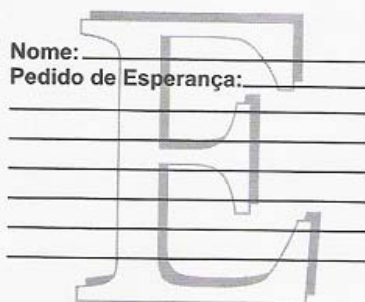
Nome: _____
Pedido de Saúde: _____



"Certamente, ele tomou sobre si as nossas enfermidades e as nossas dores levou sobre si... O castigo que nos traz a paz estava sobre ele, e por suas pisaduras fomos sarados..."
Isaías 53:4-5

2º DOMINGO

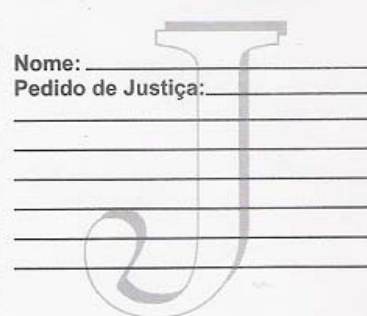
Nome: _____
Pedido de Esperança: _____



"Porque há esperança para a árvore, pois, mesmo cortada, ainda se renovará, e não cessarão os seus rebentos."
Jó 14:7

1º DOMINGO

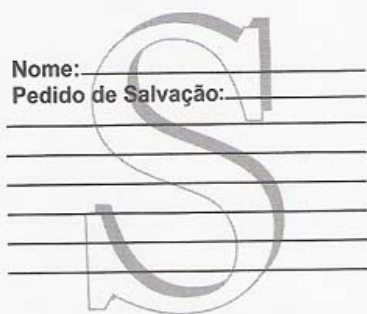
Nome: _____
Pedido de Justiça: _____



"Não fará Deus justiça aos seus escolhidos, que a ele clamam dia e noite, embora pareça demorado em defendê-los?"
Lucas 18:7

5º DOMINGO

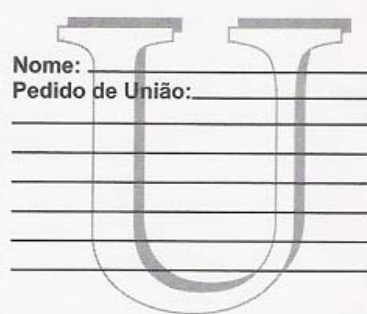
Nome: _____
Pedido de Salvação: _____



"E não há salvação em nenhum outro; porque abaixo do céu não existe nenhum outro nome, dado entre os homens, pelo qual importa que sejamos salvos."
Atos 4:12

4º DOMINGO

Nome: _____
Pedido de União: _____



"Portanto, o que Deus uniu não separe o homem."

Marcos 10:9

9. Convite para culto iurdiano e bilhete de pedido

SÁBADO ÀS 15:00 H.

**NUNCA MAIS
COMEREI O PÃO
QUE O DIABO
AMASSOU**

**Só para você que não aceita
comer o pão que o diabo
amassou**

FAÇA NO VERSO O SEU PEDIDO.

10. Mapa do “sucesso do fiel” - Entregue na “Reunião dos Empresários”.



Bibliografia

ABRAMO, L. e ABREU, A. *Gênero e trabalho na sociologia latino-americana*, São Paulo: ALAST, 1999.

AHERN, Anette Jean et al. *Berger's dual-citizenship approach to religion*. New York: Peter Lang Publishing, 1999.

ALMEIDA, Ronaldo. *Religião e comportamento*. Rev. Brasileira de Ciências Sociais, vol.14 n.40. São Paulo: Junho de 1999.

ALMEIDA, Ronaldo de. *A universalização do Reino de Deus*. Campinas, dissertação de mestrado. IFCH/Unicamp: 1995.

ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?*. São Paulo: Editora Cortez/ Unicamp, 2000.

ANTUNES, Ricardo. *Os Sentidos do Trabalho*. São Paulo: Boitemopo, 1999.

ANTUNES, Ricardo. *Os Sentidos do Trabalho*. São Paulo: Boitemopo, 1999.

ARRUDA, Ângela. *Teoria das Representações Sociais e teorias de gênero*. Cadernos de Pesquisa, n. 117. São Paulo: Novembro de 2002.

ARRUDA, Ângela (org). *O ambiente natural e seus habitantes no imaginário brasileiro. Representando a alteridade*. Petrópolis: Vozes, 1998.

ATOJI, Yoshio. *Georg Simmel's sociological horizons*. Tokyo, Ochanomizu-shobo: 1986.

BACHELARD, G. *O novo espírito científico*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, Vozes: 2002.

BARDIN, I. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições Setenta, 1977, 1994 e 1997.

BARROS, Betânia T e PRATES, Marco. *O estilo brasileiro de administrar*. São Paulo: Atlas, 1996.

BECKER, Howard. *A História de Vida e o Mosaico Científico*. In Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais. São Paulo, Hucitec, 1993.

BERGER, Peter. *A dessecularização do mundo: uma visão global*. In: *Religião e sociedade*, 2001.

BERGER, P. e LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1987.

BERGMAN et al. *The desecularization of the world: resurgent religion and world politics*. Michgan: Eerdmans Publishing Co. 1999.

BERHOLFT, Renato. *Como tornar-se empreendedor (em qualquer idade)*. São Paulo: Nobel, 1996.

BERNARDES, R.C. *A Inovação no capitalismo contemporâneo*. São Paulo em Perspectiva. Revista da Fundação SEADE, vol. 12, n. 2, Junho 1998.

BLANCHÉ, R. *A epistemologia*. Lisboa: Editorial Presença, 1983.

BIRMAN, Patrícia. *Mediação feminina e identidades pentecostais*. Cadernos Pagu, n. 6-7, p. 201-226, 1996.

BOM ANGELO, Eduardo. *Empreendedor Corporativo: a nova postura de quem faz a diferença*. Rio de Janeiro : Campus, 2003.

BONFATTI, PAULO. *A expressão popular do sagrado – uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus*. São Paulo: Paulinas, 2000.

BONFATTI, Paulo. *Sobre as categorias universais*. Disponível em: <http://www.rubedo.psc.br/artigosb/cauniver.htm>. Acessado: em 14/07/2006.

BOTTOMORE, TOM e NISBET, ROBERT. *História da análise sociológica*. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Tradução de Mariza Corrêa. Campinas: Papirus, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BOURDIEU, Pierre. *O mercado de bens simbólicos*. In Micelli, S. (org), *A economia das trocas simbólicas*, SP, Ed. Perspectiva, 1987.

BOURDIEU, P. *A Economia das trocas lingüísticas: O que Falar Quer Dizer*. São Paulo: Edusp, 1988.

BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus Editora, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Russel, 1998 e 2002.

CAMPOS, L.S. *Teatro, templo e mercado: Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, Editora Vozes, 1997.

CAMPOS, Roberta. *Emoção, magia, ética e racionalização: as múltiplas faces da Igreja Universal do Reino de Deus*. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - UFPE, Recife: 1995.

CAMPOS, Leonildo Siqueira. *A Igreja Universal do Reino de Deus – Um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão*. Lusotopie, 1999.

CASTEL, Robert. *As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário*. Petrópolis: Vozes, 1998

CASTILLO, Juan José. *A la búsqueda del trabajo perdido (y de una sociología capaz de encontrarlo)*. Apresentado ao Encontro Mundial de Estudos do Trabalho. Universidade de Porto Rico:1996

CASTORIADIS, Cornelius. *A Instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

CIPRIANI, R. *Biografia e Cultura - da religião à política*. In: Von Simon (org.). Experimentos com Histórias de Vida: Itália-Brasil. São Paulo: Vértice, 1988.

COHN, GABRIEL. *Conjuntura, história, destino*. In: Fim de Semana, encarte do Jornal Valor Econômico – fim de semana 20, 21, 22 de Maio de 2005, ano 6 – N° 244.

DEGEN, Ronald. *O empreendedor*. São Paulo: Makron Books, 1989.

DEMO, Pedro. *Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

DEMO, Pedro *Avaliação qualitativa*. São Paulo: Autores Associados, 1995.

DEMO, Pedro *Metodologia Científica em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas, 1986.

DENZIM, N.K. *The Research Act in Sociology*. London: Butterworth,1970.

DENZIM, N.K. *Interpretando as Vidas das Pessoas Comuns: Sartre, Heidegger e Faulkner*. Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: 1984.

DEUTSCHMANN, Cristoph. *Capitalism as a Religion? An Unorthodox Analysis of Entrepreneurship*. European Journal of Social Theory,387-403. Symposium – The Return of Economic Sociology in Europe. 2001

DOLABELLA, Fernando. *Oficina do Empreendedor*. 5ª ed. São Paulo: Cultura, 2003.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOMINGO ESPETACULAR. TV Record. São Paulo: Canal 7, 24/07/2005.

DRUCKER, Peter. *Fator Humano e desempenho: O melhor de Peter Drucker sobre administração*. São Paulo: Pioneira, 1981.

DRUCKER, Peter F. *Inovação e Espírito Empreendedor - Entrepreneurship*. São Paulo: Editora Pioneira, 1987.

DRUCKER, P. F. *As novas realidades*. São Paulo: Pioneira, 1989.

DRUKER, Peter F. *Inovation and Enterpreneurship*. New York: Harper Row, 1985.

DRUCKER, Peter. *Sociedade pós-capitalista*. 6^a ed. São Paulo: Pioneira, 1997.

EAGLETON, Terry. *Ideologia*. São Paulo: Unesp/Editempo/Editorial, 1997.

ELIAS DA SILVA, DRANCE. *A representação social do dinheiro entre os neopentecostais*. Monografia. Recife, 2000.

ENGELS, Friedrich e MARX, Karl. *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

ENGELS, Friedrich e MARX, Karl. *Manifesto do partido comunista*. Petrópolis: Vozes, 1993.

ESPERANDIO, Mary Rute. *A identidade batista e o "espírito" da Modernidade*. Disponível em: http://www.est.com.br/nepp/numero_06/identidade.htm. Acessado em: 11/07/2006.

ETZIONI, Amitai. *Enterpreneurship, adaptation and legitimation: a Macro-behavioral Perspective*. Journal of Economic Behavior and Organization. North-Holland. Washington: GeorgeWashington University, 2005.

FERNANDES, Rubem C. *As missões protestantes em números*. Cadernos do ISER, N. 10: 1979

FERRAROTTI, Franco. *Sobre a autonomia do método biográfico*. In: NÓVOA, António; FINGER, Matthias (Orgs.) *O método (auto)biográfico e a formação*. Lisboa: Ministério da Saúde. Depart. de Recursos Humanos da Saúde/Centro de Formação e Aperfeiçoamento Profissional, 1988.

FEUERBACH, Ludwig, *A essência do Cristianismo*. Editora Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa, Portugal

FIGUEIREDO, Marina D. *Ensino da Administração - A Lei de Inovação e as Novas Perspectivas para as Faculdades de Administração Brasileiras*. Artigo apresentado em Julho de 2006 ao congresso SEMEAD.

FILION, L. J. *O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações*. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul/set, 1991.

FINKE, Roger. *The consequences of religious competition: supply-side explanations for religious change*. In: YOUNG, Lawrence A. (org.), *Rational choice theory and religion: summary and assessment*. New York, Routledge, 1997.

- FOUCAULT, Michael. *Psicanálise poder e desejo*. Coleção IBRAPSI M: 1979.
- FRESTON, Paul (Org.). *Marxismo e fé cristã: o desafio mútuo*. São Paulo: ABU Editora, 1988.
- FREUD, S. *Obras Completas*. Petrópolis: Vozes, 1990.
- GRASSI, Piergiorgio. *Secolarizzazione e Teologia*. Quatro Venti, Urbino:1992.
- GERTZ, RENÉ E (org). *Max Weber & Karl Marx*. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.
- GUERRA DOURADO, LEMUEL. *Competição, demanda e a dinâmica as esfera da religião no Nordeste do Brasil*. Tese de Doutorado. Recife, 2000.
- GUIMARÃES, Tomás de Aquino & SOUZA, Eda C.L (org). *Empreendedorismo – Além do Plano de negócios*. São Paulo: Atlas, 2005.
- HABERMAS, J. *A nova intransparência*. Novos Estudos, n. 18: 1987.
- HAGUETTE, T.M.F. *Metodologias Qualitativas na Sociologia*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- Harré, R. *The Principles of Scientific Thinking*. New York: NY Publishing, 1970.
- HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo, Edições Loyola. 1999.
- HERSEY, Paul & BLANCHARD, Kenneth H. *Psicologia para administradores de empresas*. São Paulo: Epu editora, 1977.
- HOUTART, FRANÇOIS. *Mercado e Religião*. São Paulo: Editora Cortez, 2002.
- INTERNET. www.arcauniversal.com.br. Acessada em 04/03/2006.
- INTERNET. <http://www.ibope.com.br>. Acessada em 12/03/2006.
- INTERNET. <http://www.ejesus.com.br/home/exibir.asp>. Acessada em 01/05/2006.
- JAPIASSU, H. *Introdução do pensamento epistemológico*. 4.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1986.
- JAPIASSU, H. *Questões epistemológicas*. Rio de Janeiro: Imago, 1981.
- JUNG, Carl Gustav. *Psicologia e Religião*. Petrópolis, Vozes: 1995.
- JUNG, Carl G (org). *O homem e seus Símbolos*. Ed Nova Fornteira, 1998.
- JUNGBLUT, Airton Luiz. 2000. *Nos chats do Senhor: um estudo antropológico sobre a presença evangélica no ciberespaço brasileiro*. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS.

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Garry. *Princípios de Marketing*. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 1999.

KEYNES, John Maynard *A teoria geral do emprego do juro e da moeda*. São Paulo: Atlas, 1982.

LEHMANN, DAVID. *Prolegômenos às Revoluções religiosas na América Latina*. Tempo Social, USP, n. 4: 1992.

LEMOS, C. *Redes para a Inovação - Estudo de Caso de Rede Regional no Brasil*, Tese de Mestrado. Programa de Engenharia de Produção, COPPE/UFRJ, 1996.

LEITE, EMANUEL. *O Fenômeno do Empreendedorismo: Criando Riquezas*. Recife: Bagaço, 2002.

LUCKMANN, Thomas. *Die 'massenkulturelle' Sozialform der Religion*. In: Soeffner, HANS-GEORG (Hg.): *Kultur und Alltag – Soziale Welt*. (Sonderband 6). Göttingen: Verlag Otto Schwartz & Co, 1988.

LUCKMANN, Thomas. *Privatisierung und Individualisierung – Zur Sozialform der Religion in spätindustriellen Gesellschaften*. in: GABRIEL, Karl (Hg.): *Religiöse Individualisierung oder Säkularisierung – Biographie und Gruppe als Bezugspunkte moderner Religiosität*. Gütersloh: Kaiser/Gütersloher Verlagshaus, 1996.

LUCKMANN, Thomas. *The Invisible Religion*. New York: The Macmillian Company, 1967.

MACEDO, Edir. *Mensagens*. São Paulo: Editora Universal, 1999.

MACEDO, Edir. apud Revista Isto É , 22/11/1989.

MACEDO, Edir. *Vida com Abundância*. São Paulo: Editora Gráfica Universal, 2000.

MACEDO, Edir. *O Perfeito Sacrifício: o significado espiritual do dízimo e ofertas*. São Paulo: Editora Gráfica Universal, 2001.

MACHADO, Maria das Dores. *Carismáticos e pentecostais: adesão religiosa na esfera familiar*. São Paulo: Editores Associados/ANPOCS, 1996.

MARIANO, R. *Neopentecostais – Sociologia do novo Pentecostalismo no Brasil*. São Paulo, Edições Loyola.

MARIANO, Ricardo. *Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal*. Estud. av., Dec. 2004, vol.18.

MARIZ, C.L., MACHADO, M.D.C. *Pentecostalismo e a Redefinição do Feminino*. In Religião e Sociedade. Rio de Janeiro, ISER, v. 17, nº 1-2, 1996.

MARIZ, Cecília. *Secularização e dessecularização: comentários a um texto de Peter Berger*. In: *Religião e sociedade*, V. 21, N. 1, 2001, pp. 25-41.

MAUSS, M. *Ensaio de Sociologia*. 2.^a ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2001.

MAUSS, M. *Ensaio sobre a Dádiva: formas e razão da troca nas sociedades arcaicas*. In: *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.

MARIANO, Ricardo. *Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal*. Estudos avançados. São Paulo, v. 18, n. 52, 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142004000300010&lng=en&n m=iso>. Acessado em: 08/10/2006.

MARX, Karl. *The Economic and Philosophical Manuscripts*. In E. Fromm, *Marx's Concept of Man*. New York: Ungar, 1996.

MARX, Karl. *The Capital*. New York: Vintage Books, vol. 1. 1977.

MARX, Karl. *Contribution to the Critique of Hegel's Philosophy of Right: Introduction*. New York/London: W. W. Norton Co, 1977.

MINAYO, M.C.S. *Ciência, Técnica e Arte: O Desafio da Pesquisa Social*. In: *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade* (M.C. de S. Minayo, org.), pp. 9-29. Petrópolis: Vozes, 1994.

MINAYO, M.C.S. *O conceito de Representações Sociais dentro da sociologia clássica*. In: *Textos em Representações Sociais*. (P.A. GUARESCHI & S. JOVCHELOVITCH, orgs.) Petrópolis: Vozes, 1995.

MORAES, C. & CARRARA, S. *Um vírus só não faz doença*. Comunicações do ISER: 1985.

MESTRE, Marilza & PINOTTI, Rita de Cássia. *As representações sociais e o inconsciente coletivo: um diálogo entre duas linhas teóricas*. Disponível em: www.utp.br/psico.utp.online. Acessado em: 22/07/2006.

MOREIRA, Antônia S.P. (org), OLIVEIRA, Denise Cristina (org). *Análise de Conteúdo: duas perspectivas metodológicas para interpretação de variáveis qualitativas e quantitativas*. Goiânia: AB, 1998.

Moreira, E. Disponível em: http://www.funesccom.br/engenh2/textos/ecul_x02.htm. Acessado em 18/01/03.

MORIN, E. *O problema epistemológico da complexidade*. 2.ed. Portugal: Europa-América, 1996.

MORIN, E. *Meus demônios*. Rio de Janeiro/; Bertrand Brasil, 1997

MORIN, E. *O método 4: Idéias, habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

MIRSHAWKA, Victor. *Empreender é a solução*. São Paulo: DVS Editora, 2004

OLIVEIRA, Francisco de. *Crítica à razão dualista – O ornitorrinco*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

OLIVEIRA. Disponível em: www.ejesus.com.br. Acessado em: 04/12/2005.

ONU. *Informe Sobre Desarrollo Humano*.. Madri: Mundiprensa Libros, 1999.

OIT. *Informe sobre o emprego no mundo – 1998 e 2001*.

ORO, Ari Pedro. *Pentecostalismo, dinheiro e magia* Anuario de Antropología Social y Cultural en Uruguay, 2002-2003

ORO, Ari Pedro. *A presença religiosa brasileira no Exterior: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus*. Estudos Avançados. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v18n52/a11v1852.pdf>. Acessado em: 18/08/2005.

PAGÈS, Max et al. *O poder das organizações*. São Paulo: Atlas, 2003

PRANDI, Reginaldo. Perto da magia, longe da política. In: *Novos Estudos*. São Paulo: Cebrap, 1992.

PIERUCCI, Antônio Flávio. *Reencantamento e dessecularização: a propósito do auto-engano em sociologia da religião*. In: *Novos Estudos* . São Paulo: Cebrap, 1997.

PIERUCCI, Antônio Flávio. *Em defesa do consumidor religioso*. In: *Novos Estudos* . São Paulo: Cebrap, 1996.

PIMENTEL, Fernanda. Psiquê nos Domínios do Demônio – um olhar sobre a relação entre exorcismo e cura em um grupo de mulheres fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus. *Revista de Estudos da Religião*, n. 2. 2005.

POWELL, Walter e HWANG, Hokyu. *Institutions and Enterpreneurship*. Stanford Universit, 2001.

RICHARDSON, Robert Jarry. *Metodologia em pesquisas sociais*. São Paulo: Atlas, 1989.

RICHARDSON, Robert Jarry et al. *Pesquisa Social, métodos e técnicas*. São Paulo, Atlas: 1985.

RIFKIN, Jeremy. *O Fim do Emprego*. São Paulo: Makron , 1996.

RODRIGUES, KLEBER F. *Teologia da Prosperidade, Sagrado e Mercado*. São Paulo: Edições Fáfica e ABHR, 2003.

FERNANDES, et al. *Novo nascimento: os evangélicos em casa, na política e na Igreja*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SÁ, Pereira de. *Núcleo central das representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 1996.

SANTIAGO, Eduardo. *Microcrédito e empreendedorismo: a inserção compulsória no mercado de trabalho globalizado e flexível*. Disponível em: <http://www.rededlis.org.br/downloads/2004/03/Flexibilizacao%20e%20empreendedorismo.doc>. Acessado em: 24/05/2006.

SEMÁN,P. & MOREIRA,P. *La Iglesia Universal del Reino de Dios en Buenos Aires y la Recreación del Diablo através del realineamiento de marcos interpretativos*. In: *Sociedad y Religión*, n.16/17, Buenos Aires, 1998

SIMMEL, Georg. *Philosophie des Geldes*, Berlin, 1977, p.528. Translated by T. Bottomore and D. Frisby. London, New York: 1990.

SIMMEL, Georg. *Chapter in the Philosophy of Value*. *American Journal of Sociology*, vol. 5. London: 1990.

SPINK, M.J.P. *O Conceito de Representação Social na Abordagem Psicossocial*. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro: 1993.

SHUMPETER, JOSEPH Alois. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1992.

SMITH, Adam. *A Riqueza das Nações*. São Paulo, HEMUS, 1981.

STREY, Marlene Neves et al. *Psicologia Social Contemporânea*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TEIXEIRA, José. *Pensando com Marx*. São Paulo: Ensaio, 1995.

Tumolo, Paulo S. Disponível em <http://www.espacoacademico.com.br>. Acesso em 02/12/2004.

TUMOLO, Paulo S. *O Significado do trabalho no capitalismo e o trabalho como princípio educativo: ensaio de análise crítica*. In: 24^a Reunião da Anpad, Caxambu. CD comemorativo (histórico) editado em 2002. p 1-21. Anais. Anped.

TURNBULL, Stephen. *'Quasi-religious experiences in a corporate change programme - the roles of conversion and the confessional in corporate evangelism'*. 2001.

URIARTE, Luiz Ricardo. *Identificação do Perfil Intraempreendedor*. Dissertação de Mestrado. Florianópolis, 2000.

VALA, Jorge (org) e MONTEIRO, Maria Benedicta (org). *Psicologia Social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2000.

VERGÈS, P. Une possible méthodologie pour l'approche des représentations économiques. *Communication – Information*, v. 6, n. 23, p. 375-98, 1984.

VIANNA, Heraldo Marelin. *Pesquisa em educação, a observação*. Brasília, Plano: 2003.

VIGOTSKI, L. S. *Pensamento e linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

WEBER, Max. A ética protestante e o espírito da capitalismo. São Paulo: Martin Claret, 2004.

WEBER, Max. Ensaio de Sociologia. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

WEBER, Max. *Os três tipos puros de dominação legítima*. In: COHN, G. (org). Weber: Sociologia. São Paulo: Ática.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Presença, 1992

WOOD JR. T. (2001) *Organizações espetaculares*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas

WOODHEAD, Linda, HEELAS Paul & MARTIN, David et al. *Peter Berger and the study of religion*. Routledge, New York: 2001