

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS**  
**Programa de Pós-Graduação em Administração**

**Victor Silva Corrêa**

**PASTORES COMO EMPREENDEDORES:**  
**Análise sob perspectivas comportamental e relacional**

**Belo Horizonte**  
**2016**

**Victor Silva Corrêa**

**PASTORES COMO EMPREENDEDORES:**

**Análise sob perspectivas comportamental e relacional**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Gláucia Maria Vasconcellos Vale

Área de concentração: Estratégia e Marketing

Belo Horizonte  
2016

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

C824p Corrêa, Victor Silva  
Pastores como empreendedores: análise sob perspectivas comportamental e relacional / Victor Silva Corrêa. Belo Horizonte, 2016.  
313 f. : il.

Orientadora: Maria Vasconcellos Vale  
Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.  
Programa de Pós-Graduação em Administração.

1. Igrejas protestantes – Aspectos econômicos. 2. Empreendedorismo. 3. Profissionais de negócios. 4. Clero – Relações profissionais. 5. Clero – Redes sociais – Métodos estatístico. I. Vale, Maria Vasconcellos. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

BIB PUC MINAS

CDU: 658.012.4

**Victor Silva Corrêa**

**PASTORES COMO EMPREENDEDORES:**

**Análise sob perspectivas comportamental e relacional**

Tese apresenta ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Administração.

---

**Prof. Dra. Gláucia Maria Vasconcellos Vale (Orientadora)**

---

**Prof. Dr. José Maria Carvalho Ferreira (Banca Examinadora)**

---

**Prof. Dr. Maurício Custódio Serafim (Banca Examinadora)**

---

**Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves (Banca Examinadora)**

---

**Prof. Dr. Antônio Moreira de Carvalho Neto (Banca Examinadora)**

Belo Horizonte, 04 de março de 2016

**À Marina Cruz e Ana Beatriz,  
fontes de inspirações, amor, ternura e dedicação,  
às quais todo esforço e zelo valem a pena, e todos meus pensamentos são direcionados.**

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho é, em muitos aspectos, resultado da influência e participação de muitas pessoas e instituições, cujas contribuições, diretas e indiretas, coletivas e/ou individuais, tornaram-no possível, transformaram-no, para mim, em sonho realizado. Meus agradecimentos...

- ❖ especiais à minha orientadora, professora Dra. Gláucia Maria Vasconcellos Vale, pela confiança e liberdade depositadas em mim há mais de sete anos; pelo profissionalismo, exemplo para toda vida; pela orientação rigorosa, minuciosa e dedicada, que me fizeram crescer pessoalmente e profissionalmente; pela escrita acadêmica, cujo talento espero ter o privilégio de desfrutar e aprender, ainda, por muitos anos;
- ❖ à minha amada Marina Cruz, pelo companheirismo, amor, orientações e incentivos nos momentos de alegrias e, sobretudo, de falhas, dúvidas e medos;
- ❖ à minha querida filha Ana Beatriz Silva Corrêa por, mesmo pequena, compreender, ou tentar ao máximo fazê-lo, a importância do meu “para-casa de quatro anos”;
- ❖ aos meus pais, Sérgio e Ilda, pelo apoio sempre incondicional, e por me ensinar, nos seus acertos e erros, o valor da educação, a importância do estudo;
- ❖ ao professor Dr. José Maria Carvalho Ferreira, por ter-me aceitado no âmbito do ISEG-Universidade de Lisboa; pelo acolhimento afetuoso em Portugal; pela disponibilidade de ajuda acadêmica sempre imediata; pela orientação, cuja riqueza e conhecimento abriram-me horizontes;
- ❖ à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pelas bolsas de doutorado e de doutorado sanduíche, fundamentais pelo aporte financeiro;
- ❖ aos professores da banca de qualificação, pelas críticas positivas e, principalmente, negativas, que, conquanto particularmente doídas, possibilitaram ao trabalho aperfeiçoamentos essenciais;
- ❖ aos pastores, pela disponibilidade de conversas, muitas delas prolongadas; pela indicação de possíveis novos entrevistados; pelo empenho, manifestado por muitos, de tentar me converter ao protestantismo, de, segundo eles, “salvar-me”. Desse, foi possível compreender nuances e perspectivas sem o qual possivelmente permaneceriam, para mim, ainda hoje, encobertas;
- ❖ Aos “mestres” do PPGA da PUC-Minas, sobretudo nas pessoas dos professores Antônio Moreira de Carvalho Neto, pelas revisões de ensaios, críticas e concessão de bolsa, essenciais para mim, e Liliane de Oliveira Guimarães, pelo apoio e acompanhamento realizados há anos;
- ❖ Ao Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG-UL), por me proporcionar toda a infraestrutura necessária à realização de minha pesquisa em Portugal;

- ❖ à Jack, Paola e ao Pedro, por suportarem, com paciência, minhas “chatices” e “brincadeiras” na secretaria do PPGA, e pela ajuda sempre imediata às minhas dúvidas e necessidades acadêmicas;
- ❖ ao Renato Francisco dos Reis, pelo aporte estatístico;
- ❖ aos colegas do doutorado em administração, em particular às amigas Maria Flávia e Yasmine Mansur, com que tive a oportunidade de compartilhar alegrias e debelar angústias;
- ❖ aos parentes, amigos e colegas, pelas indicações de pastores conhecidos;
- ❖ ao meu sogro, Euler Cruz, pela compreensão das minhas muitas restrições de recursos e de tempo. Sua sabedoria me propiciou, em muitos momentos, a tranquilidade ideal para avançar neste trabalho;
- ❖ à PUC-Minas, por ser a “casa” que me formei; a instituição que sonho, também, ter a chance de “formar pessoas e profissionais”;
- ❖ à Deus, por tudo, por todos.

**“O que sabemos é uma gota;  
o que ignoramos é um oceano”**

**Isaac Newton**

## RESUMO

O Brasil tem presenciado, nas últimas décadas, transformações radicais de sua composição religiosa. Destaque para a queda da população católica e o simultâneo crescimento da comunidade protestante, sobretudo de vertente neopentecostal. Este acabou por impulsionar o surgimento e a proliferação de crescente número de igrejas neopentecostais no país, e resultar, entre elas, no aumento da luta pela sobrevivência, no recrudescimento da concorrência de mercado. Neste ambiente vigoroso, diversificado e competitivo, igrejas passaram a adotar postura ativa e mobilizadora, típica de empreendimentos produtivos; pastores começaram a atuar de maneira profissional, procurando captar e manter adeptos, obter recursos, distinguindo seus empreendimentos dos demais. Esta tese, uma inovação no campo da ciência da administração, insere-se justamente neste contexto. Objetiva investigar como ocorre o desenvolvimento de igrejas neopentecostais enquanto empreendimentos independentes criados por pastores previamente acoplados em comunidades não evangélicas, fenômeno este comum ao contexto brasileiro. Para isto, apropria-se de duas vertentes teóricas distintas, uma de enfoque pessoal-comportamental, outra de direcionamento estrutural-relacional, associando-as. A primeira, derivada da literatura sobre Orientação Empreendedora (OE), explicita as dimensões do comportamento empreendedor dos indivíduos, enfatizando a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a assunção de riscos e a autonomia. A segunda, decorrida da combinação das reflexões sobre *strictness*, advindas da abordagem da Escolha Racional da Religião, e sobre acoplamento e desacoplamento, emanados da teoria das redes sociais, salienta os benefícios de organizações dotadas de certo grau de coesão interna, mas, devidamente conectadas ao ambiente externo. A estratégia metodológica utilizada foi de natureza qualitativa, sustentada e complementada por elementos quantitativos. O levantamento de dados,

realizado junto a 23 pastores neopentecostais localizados na região metropolitana de Belo-Horizonte, deu-se através de entrevistas semiestruturadas em profundidade, análise documental e observação não participante. No contexto das entrevistas foram, também, coletadas informações sobre as redes de relacionamentos dos pastores, que permitiram, posteriormente, a realização das análises sociométricas. Estas análises possibilitaram ampliar a compreensão das estruturas sociais dos pastores relativas aos períodos anterior e posterior às suas conversões religiosas, e suas implicações ao próprio comportamento do pastor. Os resultados obtidos indicam que, no contexto estudado, o desenvolvimento de igrejas neopentecostais apresenta-se como resultado da interação entre, por um lado, o comportamento empreendedor do pastor, e, por outro, os recursos decorridos das estruturas sociais dos pastores e de suas igrejas. Com isso, atesta-se a relevância do aparato teórico, aqui construído e utilizado. Observa-se que a abordagem teórica, resultante da associação das diferentes literaturas – uma de natureza comportamental e outra de enfoque relacional –, permitiu analisar e lançar luzes sobre dimensões importantes, até então pouco exploradas ou conhecidas do fenômeno de interesse. A par das contribuições teóricas no campo dos estudos organizacionais, destacam-se, também, contribuições de natureza metodológica, incluindo a utilização da análise das redes sociais e sua associação a recursos estatísticos derivados do coeficiente de correlação de postos de Spearman.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo religioso. Orientação empreendedora. *Strictness*. Acoplamento e desacoplamento. Escolha Racional da Religião.

## ***ABSTRACT***

Brazil has witnessed, in recent decades, radical transformations in its religious composition. Highlight for the decline of the Catholic population and the simultaneous growth of the Protestant community, particularly of the Neo-Pentecostal church. This turned out to boost the emergence and proliferation of increasing number of Neo-Pentecostal churches in the country, and result, between them, in the rising of the struggle for survival in the market competition upsurge. In this vigorous, diversified and competitive environment, churches have adopted an active and mobilizing stance, typical of productive enterprises; pastors began to act in a professional manner, trying to capture and keep followers, raise funds, distinguishing their ventures of others. This thesis, an innovation in the field of management science, is inserted in this context. Its objective is to investigate how occurs the development of Neo-Pentecostal churches as independent ventures created by pastors previously engaged in non-Evangelical communities, a common phenomenon in the Brazilian context. To do this, it appropriates two distinct theoretical perspectives, one with a personal-behavioral focus, and the other a structural-relational approach, and associates them. The first, derived from the literature on Entrepreneurial Orientation (EO), spells out the dimensions of the entrepreneurial behavior of individuals, emphasizing innovation capacity, proactivity, competitive aggressiveness, risk-taking and autonomy. The second, resulted from the combination of the reflections on strictness, arising from the Rational Choice of Religion approach, and about coupling and decoupling, emanating from the theory of social networks, stresses the benefits of organizations with some degree of internal cohesion, but, properly connected to the external environment. The methodological approach was qualitative, supported and complemented by quantitative elements. The data collection, conducted with 23 Neo-Pentecostal pastors located in the metropolitan region of Belo Horizonte, took place using semi-structured in-depth interview, document analysis and non-participant observation. In the context of the interviews

was also collected information about the networks of relationships of the pastors, which allowed later the realization of sociometric analysis. These analyses made it possible to expand the understanding of the social structures of the pastors concerning previous periods and later to their religious conversions, and their implications to the pastor's own behavior. The results indicate that, in the studied context, the development of Neo-Pentecostal churches comes as a result of the interaction between, on the one hand, the entrepreneurial behavior of the pastor and, on the other, the resources originated from the social structures of the pastors and their churches. Thus, it attests the relevance of the theoretical framework, constructed and used here. It is observed that the theoretical approach, resulting from the combination of the different literatures – one of behavioral aspects and the other with relational focus – allowed analyzing and shedding lights on important dimensions, so far little explored or known of the phenomenon of interest. In addition to the theoretical contributions in the field of organizational studies, it is also noteworthy the methodological contributions, including the use of social networks analysis and their association to statistical resources derived from Spearman's rank correlation coefficient.

**Keywords:** Religious entrepreneurship. Entrepreneurial orientation. Strictness. Coupling and decoupling. Rational Choice of Religion.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b>	Atributos do empreendedorismo no país de origem e no país estrangeiro.....	<b>067</b>
<b>Figura 2:</b>	Quadro de Análise Teórico Proposto .....	<b>073</b>
<b>Figura 3:</b>	Grafo representativo da estrutura social de Abelardo antes da conversão.....	<b>207</b>
<b>Figura 4:</b>	Grafo representativo da estrutura social de Abelardo após a conversão.....	<b>208</b>
<b>Figura 5:</b>	Grafo representativo da estrutura social de Jeferson antes da conversão.....	<b>209</b>
<b>Figura 6:</b>	Grafo representativo da estrutura social de Jeferson após a conversão .....	<b>210</b>
<b>Figura 7:</b>	Dendograma da estrutura social de Abelardo após a conversão .....	<b>220</b>
<b>Figura 8:</b>	Vantagens e desvantagens da ausência e da presença totais de <i>strictness</i> e acoplamento/desacoplamento sociais.....	<b>246</b>
<b>Figura 9:</b>	Orientação empreendedora e estrutura social para o crescimento das igrejas .	<b>257</b>

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b>	Proposições sobre religião e economia, e autores de interesse.....	<b>038</b>
<b>Tabela 2:</b>	Proposições sobre religião e empreendedorismo, e autores de interesse.....	<b>053</b>
<b>Tabela 3:</b>	Proposições sobre religião, <i>strictness</i> e redes, e autores de interesse.....	<b>069</b>
<b>Tabela 4:</b>	Categorias hierarquizadas de alocação das evidências.....	<b>084</b>
<b>Tabela 5:</b>	Detalhamento dos conceitos de densidade e centralidade de grau .....	<b>088</b>
<b>Tabela 6:</b>	Detalhamento do conceito de Coeficiente de Postos de Spearman .....	<b>091</b>
<b>Tabela 7:</b>	Evidências sobre ativismo militantes, e pastores de interesse.....	<b>098</b>
<b>Tabela 8:</b>	Evidências sobre concorrência, e pastores de interesse.....	<b>102</b>
<b>Tabela 9:</b>	Evidências sobre “dono da ovelha”, e pastores de interesse .....	<b>105</b>
<b>Tabela 10:</b>	Evidências sobre como não perder fiéis, e pastores de interesse.....	<b>109</b>
<b>Tabela 11:</b>	Evidências sobre dependência do fiel, e pastores de interesse .....	<b>111</b>
<b>Tabela 12:</b>	Evidências sobre disputa entre pastores, e pastores de interesse.....	<b>113</b>
<b>Tabela 13:</b>	Evidências sobre como crescer a igreja, e pastores de interesse .....	<b>120</b>
<b>Tabela 14:</b>	Evidências sobre mini-igrejas, e pastores de interesse .....	<b>122</b>
<b>Tabela 15:</b>	Evidências sobre formas de arrecadação financeira, e pastores de interesse .....	<b>131</b>
<b>Tabela 16:</b>	Evidências sobre exploração financeira, e pastores de interesse.....	<b>135</b>
<b>Tabela 17:</b>	Evidências sobre estruturas antes da conversão, e pastores de interesse.....	<b>139</b>
<b>Tabela 18:</b>	Evidências sobre influência da rede para conversão, e pastores de interesse.....	<b>141</b>
<b>Tabela 19:</b>	Evidências sobre reação da conversão pela estrutura, e pastores de interesse ...	<b>143</b>
<b>Tabela 20:</b>	Evidências sobre o afastamento dos laços sociais, e pastores de interesse .....	<b>149</b>
<b>Tabela 21:</b>	Evidências sobre alheamento das relações passadas, e pastores de interesse.....	<b>152</b>
<b>Tabela 22:</b>	Evidências sobre criação de novos relacionamentos, e pastores de interesse ....	<b>154</b>
<b>Tabela 23:</b>	Evidências sobre valoração das estruturas sociais, e pastores de interesse .....	<b>157</b>

<b>Tabela 24:</b>	Evidências sobre auxílio-mútuo, e pastores de interesse.....	<b>161</b>
<b>Tabela 25:</b>	Evidências sobre auxílio-mútuo como base estrutural, e pastores de interesse..	<b>165</b>
<b>Tabela 26:</b>	Evidências sobre auxílio-mútuo como assistência, e pastores de interesse.....	<b>170</b>
<b>Tabela 27:</b>	Evidências sobre auxílio-mutuo, serviços aos fieis, e pastores de interesse .....	<b>173</b>
<b>Tabela 28:</b>	Evidências sobre solidariedade descontrolada, e pastores de interesse .....	<b>177</b>
<b>Tabela 29:</b>	Evidências sobre solidariedade entre evangélicos, e pastores de interesse .....	<b>181</b>
<b>Tabela 30:</b>	Proposições, autores e análises sobre igrejas como empreendimentos .....	<b>202</b>
<b>Tabela 31:</b>	Distribuição percentual dos grupos de relacionamento de cada pastor .....	<b>211</b>
<b>Tabela 32:</b>	Coeficiente de Spearman relativo à estrutura social do pastor Ulisses .....	<b>212</b>
<b>Tabela 33:</b>	Centralidade de grau da estrutura pós-conversão de Jeferson .....	<b>218</b>
<b>Tabela 34:</b>	Proposições, autores e análises sobre estrutura relacional individual .....	<b>222</b>
<b>Tabela 35:</b>	Proposições, autores e análises sobre estrutura relacional institucional.....	<b>241</b>

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ARS</b>	Análise das Redes Sociais
<b>EPEC</b>	A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo;
<b>OE</b>	Orientação Empreendedora;
<b>SIC</b>	Assim (indica que o original está reproduzido exatamente, por errado ou estranho que pareça)
<b>SPELL</b>	<i>Scientific Periodicals Electronic Library</i> ;
<b>TER</b>	Teoria da Escolha Racional;

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>017</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>030</b>
2.1 Religião e Empreendedorismo: Pastores como Empreendedores.....	039
2.2 Religião, <i>Strictness</i> e Redes: Igrejas como Plataformas Relacionais .....	055
Quadro de Análise Teórico Proposto .....	071
<b>3 REFERENCIAL METODOLÓGICO</b> .....	<b>074</b>
3.1 Paradigmas e pressupostos metateóricos .....	074
3.2 Procedimentos metodológicos.....	076
<b>4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>093</b>
<b>4.1 Igrejas como empreendimentos, pastores como empreendedores</b> .....	<b>095</b>
4.1.1 <i>Ativismo Militante</i> .....	095
4.1.2 <i>Concorrência</i> .....	099
4.1.3 <i>“Dono da ovelha”</i> .....	102
4.1.4 <i>Como não perder o fiel</i> .....	105
4.1.5 <i>Dependência do fiel</i> .....	109
4.1.6 <i>Disputa entre pastores</i> .....	111
4.1.7 <i>Como crescer a igreja</i> .....	113
4.1.8 <i>Mini-igrejas</i> .....	120
4.1.9 <i>Dízimos, ofertas, campanhas e votos</i> .....	123
4.1.10 <i>Exploração Financeira</i> .....	132
<b>4.2 Pastores e igrejas como plataformas relacionais</b> .....	<b>136</b>
4.2.1 <i>Estrutura relacional individual</i> .....	137
4.2.1.1 <i>Antes da conversão</i> .....	137
4.2.1.2 <i>Conversão</i> .....	139
4.2.1.2.1 <i>Influência da estrutura social sobre a conversão religiosa</i> .....	139
4.2.1.2.2 <i>Reação da conversão religiosa pela estrutura social</i> .....	141
4.2.1.3 <i>Após a conversão</i> .....	144
4.2.1.3.1 <i>Afastamento dos laços fortes</i> .....	144
4.2.1.3.2 <i>Alheamento das relações passadas</i> .....	149
4.2.1.3.3 <i>Criação de novos relacionamentos</i> .....	152
4.2.1.3.4 <i>Valoração das estruturas sociais</i> .....	154
4.2.2 <i>Estrutura relacional institucional</i> .....	157
4.2.2.1 <i>Igrejas como plataformas de solidariedade</i> .....	158
4.2.2.1.1 <i>Auxílio-mútuo e o desenvolvimento de igrejas</i> .....	158
4.2.2.1.2 <i>Auxílio-mútuo como base da estrutura social</i> .....	161
4.2.2.1.3 <i>Auxílio-mútuo e sua manifestação assistencialista</i> .....	166
4.2.2.1.4 <i>Auxílio-mútuo e os serviços aos fieis</i> .....	170

4.2.2.2 <i>Igrejas como inibidoras de excessiva solidariedade</i> .....	173
4.2.2.2.1 Solidariedade descontrolada e as estratégias para impedi-la.....	174
4.2.2.2.2 Solidariedade descontrolada entre evangélicos: a influência da coesão social	178
<b>4.3 Análise das igrejas como empreendimentos, dos pastores como empreendedores</b> .....	<b>182</b>
<b>4.4 Análise dos pastores e das igrejas como plataformas relacionais</b> .....	<b>205</b>
4.4.1 <i>Análise da estrutura relacional individual</i> .....	206
4.4.2 <i>Análise da estrutura relacional institucional</i> .....	222
<b>5 CONCLUSÕES</b> .....	<b>249</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>266</b>
<b>APÊNDICE A</b> .....	<b>306</b>

## INTRODUÇÃO

**“Nunca se viu tanta liberdade religiosa no Brasil como se vê agora. Nunca os profissionais se [...] sentiram [...] tão à vontade [...] para lutar entre si por todos os meios e a todo momento, a fim de assegurar a reprodução ampliada de suas respectivas igrejas ou comunidades congregacionais. O objetivo de quase todos [...] parece ser só um: suas igrejas precisam crescer. Repete-se então no campo religioso brasileiro o que sempre e em toda parte é consequência de um tal processo de liberalização concorrencial: quem não sobe, desce. Quem não cresce, encolhe” (Pierucci, 2011, p. 474, grifo nosso).**

O Brasil tem presenciado, nas últimas décadas, transformação de sua composição religiosa (Corrêa & Vale, no prelo) “em grau, [...] extensão e [...] velocidade nunca dantes vistos em [sua] história” (Pierucci & Prandi, 1996, p. 9). Tal pode ser caracterizada pela manifestação de dois movimentos antagônicos. O primeiro é o de queda da população católica (Corrêa & Vale, no prelo). Identificada desde censos do final século XIX, período em que 99,72% dos brasileiros declaravam-se católicos, intensificou-se a partir da década de 1980 (Neri *et al.*, 2011). Em 2009, registrou-se a “menor participação estatisticamente documentada: 68,43%” (Neri, 2011, p. 12), índice 7,3% inferior ao obtido na pesquisa anterior realizada em 2003 (Neri, 2011; Passos *et al.*, 2011). “Aos poucos, a religião<sup>1</sup> católica deixa de ser a instituição que [...] marca os âmbitos sociais e passa a ser um setor entre os demais” (Passos *et al.*, 2011, p. 693). Evidencia-se, nesta dinâmica, o enfraquecimento das religiões tradicionais (Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2013; Pierucci, 2004a; Teixeira, 2008). Designadas a “preservar patrimônio étnico-cultural”, a auto identificar todo um grupo social (Camargo, 1973, p. 23), elas estão perdendo, com o tempo, seu anterior poder de “impor a todos, do exterior, código geral de sentido” (Hervieu-Léger, 2008, p. 32).

---

<sup>1</sup> Neste trabalho, considera-se “religião” não como conjunto de ideias concernentes ao sobrenatural ou à transcendência, mas[ , como] prática social (Serafim & Feuerschütte, 2015; Serafim, Martes, & Rodrigues, 2012). Implica, neste sentido, [...] “intrincado conjunto de práticas, inclusive cotidianas, relacionadas [a diferentes esferas, dentre as quais se insere a] [...] dos negócios” (Serafim *et al.*, 2012, p. 219). “Em consequência, há que se pensar na existência de uma clara dimensão econômica na vida religiosa” (Serafim & Feuerschütte, 2015, p. 168).

O segundo movimento é o de crescimento da comunidade evangélica<sup>2</sup> (Ver, por exemplo: Almeida, 2006; Corrêa & Vale, no prelo; Mendonça, 2006; Neri *et al.*, 2011; Pacheco, Ribeiro da Silva, & Ribeiro, 2007; Passos *et al.*, 2011; Pierucci, 1996, 1999, 2000a, 2004a, 2004b, 2006a, 2011; Pierucci & Prandi, 1987; Prandi, 2008; Rabuske, Santos, Gonçalves, & Traub, 2012; Rivera, 2010). Só na década de 1990, esta praticamente dobrou (Pierucci, 2004b). Saltou de pouco mais de 13 milhões de fiéis, em 1991, para cerca de 26 milhões em 2000 (Pierucci, 2004a). Atualmente, 22% da população brasileira – aproximadamente 42 milhões de pessoas – considera-se evangélica. Isto significa que 16 milhões adotaram o protestantismo em período de nove anos (2000-2009), média de 1,7 milhão a cada 12 meses. Ao se considerar o período entre 1991 e 2010, o desenvolvimento desta comunidade fornece noção de seu potencial expansivo. Mais de 29 milhões tornaram-se protestantes, número 9,4 milhões maior que, por exemplo, a população de Minas Gerais<sup>3</sup> (<http://www.ibge.gov.br/home/>, recuperado em 4 de abril, 2015).

“Se se ajusta[r] o foco [...], vai-se constatar que o verdadeiro protagonista dessa expansão do protestantismo [...] é o movimento pentecostal<sup>4</sup>” (Pierucci, 2011, p. 476) (Ver: Almeida, 2006; Mendonça, 2006; Neri *et al.*, 2011; Pacheco *et al.*, 2007; Passos *et al.*, 2011; Pierucci, 1996, 1999, 2000a, 2004a, 2004b, 2006a, 2011; Pierucci & Prandi, 1987; Prandi, 2008; Rabuske *et al.*, 2012; Rivera, 2010). Com efeito, “as formas de vida religiosa que mais crescem no Brasil são, em primeiro lugar, as igrejas protestantes de estilo pentecostal. Entre

---

<sup>2</sup> “No Brasil, o termo evangélico é genérico para todos os protestantes; aqui, evangélico é sinônimo de protestante” (Pierucci, 2000, p. 284, grifo nosso). “Abarca todas as igrejas do protestantismo histórico (luteranos, presbiterianos, anglicanos, batistas, metodistas, adventistas, menonitas, etc.), mais as igrejas pentecostais” (Pierucci, 2011, p.475).

<sup>3</sup> Segundo Censo Demográfico de 2010, a população de Minas Gerais é de 19.597.330 pessoas.

<sup>4</sup> “Recentemente, o movimento pentecostal no Brasil passou a se diferenciar em dois tipos, com dois formatos básicos: os pentecostais ‘clássicos’ [(Congregação Cristã no Brasil, Assembleia de Deus, Evangelho Quadrangular, Deus é Amor, O Brasil para Cristo, etc.)], e os ‘neopentecostais’ [(Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus, Mundial do Poder de Deus, Renascer, Sara Nossa Terra, etc)] (Pierucci, 2000a, p. 288).

[estas], as que mais crescem são as que se convencionou chamar de neopentecostais<sup>5</sup>” (Pierucci, 2000, p. 288), os “novos protestantes *made in Brazil*” (Pierucci, 1996, p. 275). Considerado “verdadeiro protagonista [da] admirável expansão do protestantismo” no país (Pierucci, 2011, p. 476), “o acontecimento de maior importância [...] do cristianismo no século passado” (Pacheco *et al.*, 2007, p. 55), o movimento de renovação pentecostal pode ser “considerado ‘a bola da vez’ da religiosidade brasileira” (Passos, Zorzini, & Rocha, 2011, p. 709).

Tal crescimento evidencia a “animada liberdade de [...] associação religiosa” (Pierucci, 1999, p. 1) que se presencia[ , atualmente, ] no Brasil. Esta encontra na secularização do Estado parte de sua origem explicativa (Gracino Júnior, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 1996, 1999, 2000; Rivera, 2010; Teixeira, 2008). Eclodida e impulsionada pela separação Estado-Igreja (Gracino Júnior, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 1996, 1999, 2000; Rivera, 2010; Teixeira, 2008), oficializada em 1889 (Pierucci, 2000, 2008), manifesta-se em duas formas principais. A primeira é a garantia de livre-arbítrio religioso, a autonomia para indivíduos elegerem voluntariamente que fé professar (Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 1999; Rivera, 2010). O traço peculiar desta “religião à escolha” (Hervieu-Léger, 2008, p. 60) é a “‘individualização’ e ‘subjetivação’ de crenças e práticas” (Teixeira, 2008, p. 12). Caberia aos indivíduos a responsabilidade por “‘fazer[em]’ o mundo no qual vivem [e] construir[em] [...] as significações que dão sentido à própria existência” (Hervieu-Léger, 2008, p. 32). “A identidade religiosa [seria] fruto de escolha” (Teixeira, 2008, p. 11). Diria “respeito ao indivíduo, somente a ele” (Hervieu-Léger, 2008, p. 60).

---

<sup>5</sup> Criadas no final da década de 1970 (Pacheco *et al.*, 2007; Rabuske *et al.*, 2012), são reconhecidas por oferecerem “forma de religiosidade muito eficiente em termos práticos, pouco exigente em termos éticos e doutrinariamente descomplicada” (Pierucci, 2000, p. 288, grifo nosso). Possuem “como principal característica a ênfase [na] guerra espiritual contra o Diabo e [...] a pregação da Teologia da Prosperidade” (Rabuske *et al.*, 2012, p. 264). Suas igrejas “baseiam seus cultos 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” (Rabuske *et al.*, 2012, p. 264).

Logo, a crença “que se professa já não é aquela que se nasce, mas, que se escolhe” (Prandi, 1999, p. 1). Cerca de um quarto da população adulta do país (Prandi, 1996) – mais de 48 milhões de pessoas – abandonou “a identidade religiosa que lhe foi dada como herança, seja para adotar outra que veio a eleger, seja para se juntar à crescente população dos que se definem como ‘sem religião’” (Hervieu-Léger, 2008, p. 69). Em alguns estados, este índice chega a próximo a 35%. Evidência da facilidade com que se tornou possível mudar de religião (Almeida, 2006; Corrêa & Vale, no prelo; Gracino Junior, 2008; Hervieu-Léger, 2008; Isaia, 2009; Pierucci, 2000, 2004b, 2006a, 2011; Prandi, 1996, 1999; Teixeira, 2008). O desenvolvimento da comunidade evangélica é exemplo disto. Nela, o importante é o “ingresso voluntário [do fiel] como ‘*born again*’ numa congregação<sup>6</sup> de ‘renascidos’” (Pierucci, 2006b, p. 120). Com efeito, 70% de seus integrantes são convertidos, oriundos de outras comunidades religiosas, principalmente a católica (Rabuske *et al.*, 2012, p. 260).

A segunda, de particular relevância, por sua vez, é a proteção do pluralismo religioso, a possibilidade de novas denominações ingressarem e conquistarem solidez institucional (Corrêa & Vale, no prelo; Frigerio, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 1996, 1999; Teixeira, 2008). Surgiram, a partir daí, expressões religiosas não tradicionais, a exemplo da evangélica, sobretudo de vertente pentecostal, que vieram a reforçar o fenômeno (Corrêa & Vale, no prelo; Mariano, 2003, 2013). “Liberdade para as religiões é o que [...] não falta por aqui” (Pierucci, 1996, p. 276). Atualmente, “o campo religioso brasileiro é o [...] da pluralidade” (Passos, Zorzin, & Rocha, 2011, p. 694). Esta criou mercado de livre concorrência com número crescente de igrejas (Corrêa & Vale, no prelo; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008; Mariano, 2003, 2008, 2013; Passos *et al.*, 2011; Pierucci, 1996, 1999, 2000, 2008, 2011; Warner, 1993). Neste ambiente, muitos agentes religiosos, pastores evangélicos, em particular, para sobreviver, passaram a atuar de maneira ativa, profissional e diferenciada

---

<sup>6</sup> Congregações: “subunidades das denominações. São grupos relativamente pequenos de membros individuais que frequentam juntos os serviços. Tais congregações são alternativamente conhecidas como igrejas, mesquitas, paróquias, sinagogas e tempos” (Pearce, Fritz & Davis, 2010, p. 225, tradução nossa).

(Corrêa & Vale, no prelo; Mariano, 2008, 2013; Pierucci, 1999, 2006a, 2006b, 2008), procurando captar e manter adeptos, obter mais recursos, distinguindo suas igrejas das demais. Eles começaram a ser comprometidos, dedicados e militantes (Corrêa & Vale, no prelo; Mariano, 2008; Pierucci, 1999); abandonaram modos improdutivos e bens impopulares, empregando técnicas mais eficazes, típicas da racionalidade empresarial (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1995; Mariano, 2008). Salientam Serafim e Feuerschütte (2015, p. 166) como, atualmente, evidencia-se um “crescimento [de] práticas empresariais [...] em muitas igrejas evangélicas”.

Com efeito, o desempenho destas instituições religiosas é determinado pela capacidade de mobilização de seus pastores (Corrêa & Vale, no prelo; Gracino Junior, 2008; Marino, 2003, 2008, 2013). Por isto, eles passaram a: i.) conhecer especificidades do mercado; ii.) adequar produtos e serviços às necessidades dos consumidores; iii.) atrair e recrutar possíveis adeptos/clientes; v.) adotar técnicas publicitárias; vi.) utilizar instrumentos de marketing; vii.) aplicar métodos de gestão típicos da racionalidade econômica; viii.) especializarem-se em nichos de mercado; ix.) apropriar de rádio, TV, música, internet, jornais e literatura; x.) maximizar recursos líquidos, entre outros (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1997; Mariano, 2003, 2008; Serafim & Alperstedt, 2012; Serafim & Feuerschütte, 2015). Tal postura seria típica de empreendedores em ambientes muito competitivos e diferenciados, presentes em outros segmentos do mercado produtivo (Corrêa & Vale, no prelo). Como observa Iannaccone (1995, p. 77, tradução nossa), “‘vendedor’, seja de automóveis, seja de salvação, não pode sobreviver [...] sem constante apoio dos ‘compradores’”. “Uma organização religiosa não pode [...] crescer sem obter recursos” (Iannaccone, 1995, p. 2, tradução nossa). “Em um ‘mercado religioso’ extremamente aquecido” (Passos *et al.*, 2011, p. 704), tal como manifesto no Brasil, “aquelas igrejas, religiões [ou empreendedores] que não

se mobilizam no sentido de entrar no processo concorrencial de ‘disputa de almas’, de maneira mais incisiva, saem ‘perdendo’” (Passos *et al.*, 2011, p. 704).

Ganha destaque, aí, a atuação das igrejas como empreendimentos produtivos, dos pastores como empreendedores. Desde Weber (1996 [1905]), interações entre religião e empreendedorismo vêm sendo objeto de análises (Borges, Enoque, Borges, & Almeida, 2015; Zelekha, Avnimelech, & Sharabi, 2014; Carswell & Rolland, 2007; Rietveld & Burg, 2013; Dougherty, Griebel, Neubert, & Park, 2013; Nwankwo, Gbadamosi, & Ojo, 2012; Wiseman & Young, 2013). No entanto, em que pese evidências da importância histórica do tema, este não vem recebendo, ainda hoje, na visão de muitos pesquisadores, a merecida atenção por parte da literatura contemporânea (ver, por exemplo: Audretsch, Boente, & Tamvada, 2007, 2013; Borges *et al.*, 2015; Corrêa & Vale, no prelo; Dodd & Gotsis, 2007; Dougherty *et al.*, 2013; Galbraith & Galbraith, 2007; Griebel, Park, & Neubert, 2014; Rietveld & Burg, 2013). Com efeito, pesquisas que integram ambas as temáticas “são surpreendentemente esparsas e inconsistentes” (Dougherty *et al.*, 2013, p. 401, tradução nossa). Isto se evidencia no contexto internacional (Dougherty *et al.*, 2013, Finke, 1997; Frigerio, 2008; Iannaccone, 1995, 1997) e, sobretudo, nacional (Borges *et al.*, 2015; Corrêa & Vale, no prelo; Serafim *et al.*, 2012). De fato, “existe, no país, grandes lacunas [...] no estudo de igrejas como empreendimentos e de pastores como empreendedores” (Corrêa & Vale, no prelo, s/p). Parte delas se deve à dificuldade de se conjecturar sobre a “causalidade das relações entre empreendedores religiosos/espirituais e criação de empresas” (Balog, Baker, & Walker, 2014, p. 174, tradução nossa), à presença de relações complexas, multiníveis e indiretas entre as variáveis (Nwankwo *et al.*, 2012; Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Zelekha *et al.*, 2014).

Neste domínio, poucos são os estudos que enfocam o pastor evangélico como um tipo particular de empreendedor, embora, na prática, muitos deles, sobretudo de igrejas neopentecostais, adotem, atualmente, postura empreendedora (Corrêa & Vale, no prelo). Esta

tese, uma inovação na área, insere-se justamente neste contexto. Procura preencher parte desta lacuna. Faz isto ao investigar um tipo particular de empreendedor, o pastor neopentecostal, dotado de duas características complementares. A primeira, convertido, oriundo de outra comunidade religiosa, comum ao meio evangélico. A segunda, de natureza não excludente, responsável por empreendimentos religiosos independentes. Com efeito, embora possam criar grandes denominações, a exemplo da Igreja Universal do Reino de Deus, considerada um dos mais bem-sucedidos empreendimentos religiosos do país (Mariano, 2003; Prandi, 1996) – uma das responsáveis por liderar o surgimento do que se pode chamar de “igrejas-empresas” (Mariano, 2003, p. 120) –, tais empreendedores inserem-se, sobretudo, em “um pentecostalismo autônomo [responsável por] forma[r] comunidades pequenas e independentes espalhadas principalmente pela periferia dos grandes centros urbanos e organizadas, [sobretudo,] em torno dos atributos carismáticos de seus líderes” (Pacheco *et al.*, 2007, p. 55, grifo nosso). Mais de 14 milhões de evangélicos, 33% do total, frequentam igrejas conduzidas por pastores-empreendedores de interesse desta investigação, segundo inferência elaborada a partir de Censo Demográfico<sup>7</sup> (<http://www.ibge.gov.br/home/>, recuperado em 16 de julho, 2015). O índice é ainda mais representativo quando, no detalhamento dos dados, compara-se este segmento àquele associado à soma dos seguidores das denominações pentecostais: 57%. Ou seja, mais da metade dos fiéis de igrejas evangélicas de origem não missionária aparentam frequentar empreendimentos religiosos independentes. Propõe-se, como objetivo geral, investigar **“como pastores neopentecostais, previamente acoplados em comunidades não evangélicas, demonstram comportamento empreendedor na condução de suas igrejas”**.

Busca-se, a partir daí, pesquisar:

---

<sup>7</sup> Considerou-se o número de indivíduos frequentadores de denominações evangélicas independentes. São elas: i.) Evangélica renovada não determinada; ii.) Comunidade Evangélica; iii.) Outras igrejas Evangélicas de origem pentecostal; iv.) Evangélica não determinada;

- a) **Como o comportamento empreendedor dos pastores influencia o desempenho de seus empreendimentos;**
  
- b) **Como funcionam e evoluem os laços sociais dos pastores, comparando-se os períodos antes e após a conversão e a repercussão destes sobre a criação e a manutenção de suas igrejas;**
  
- c) **Como operam as redes relacionais das congregações religiosas, os recursos aí gerados e suas influências sobre a sustentação e o crescimento das mesmas;**
  
- d) **Como o comportamento empreendedor dos pastores e os benefícios derivados de suas estruturas sociais pessoais e institucionais interagem entre si, avaliando seus impactos sobre a atuação dos pastores como empreendedores e de suas igrejas como empreendimentos.**

Para a investigação do fenômeno de interesse, recorrer-se-á às contribuições de duas vertentes teóricas. Ambas analisam, sob abordagens distintas, a dinâmica envolvida no contexto empreendedor. A primeira se associa a uma esfera pessoal-comportamental. Refere-se à capacidade de os pastores neopentecostais atuarem como empreendedores. A abordagem teórica da Orientação Empreendedora (OE) é aí apropriada para sustentar a reflexão (Covin & Slevin, 1989; Covin, Green, & Slevin, 2006; Covin, Slevin, & Schultz, 1994; Covin & Wales, 2012; Dawson, 1998; Finke, 1990, 1997; Finke, Guest, & Stark, 1996; Finke & Stark, 1988, 1992; Hugles & Morgan, 2007; Knight, 1997; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon, Lumpkin & Dess, 2000; Miller, 1983; Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Pearce, Fritz, & Davis, 2010; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009; Walter, Auer, & Ritter, 2006; Wang, 2008;

Wiklund & Shepherd, 2003, 2005, entre outros). Nela, empreendedores, religiosos ou não, podem ser caracterizados pelas suas capacidades em combinarem métodos, práticas e comportamentos distintos, mas, relacionados, que possuem como qualidades a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a assunção de riscos e a autonomia (Pearce *et al.*, 2010).

A segunda, por sua vez, associa-se a uma dimensão estrutural-relacional, à capacidade de os pastores e de suas igrejas combinarem atributos socioestruturais<sup>8</sup>, sustentando fortes relações internas, mantendo-se como rede social parcialmente aberta, e, ao mesmo tempo, impedindo a atuação de exploradores. Duas vertentes teóricas, embora de origens distintas, apresentam reflexões semelhantes entre si. São, portanto, aí, associadas. A primeira deriva da Abordagem da Escolha Racional da Religião (TER) e reflete sobre argumentos relacionados ao conceito de *strictness* (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994, 1995, 1997; Iannaccone, Finke, & Stark, 1997; Iannaccone, Olson, & Stark, 1995; Mariano, 2008; Stark, 1999; Stark, Iannaccone, & Finke, 1996, entre outros). A segunda, por sua vez, advém da literatura sobre redes sociais, e aborda reflexões associadas à temática sobre acoplamento e desacoplamento (Granovetter, 2009). O conceito de *strictness* salienta atributos dos agrupamentos religiosos que mantêm estilo de vida característico e afastado em áreas como vestimenta, alimentação, bebida, sexo, criação dos filhos, entretenimento, entre outras (Iannaccone, 1994; Mariano, 2008; Stark, 1999). Tais características implicam isolamento das comunidades religiosas em relação às demais. Embora reconhecido como necessário à própria sobrevivência dessas organizações, tal isolamento, se excessivo, poderia ser prejudicial ao seu desenvolvimento. Seria necessário certo nível de abertura e interação com outros atores e comunidades externos. Grupos religiosos “bem-sucedidos” (Mariano, 2008, p. 60) aparentam sustentar equilíbrio do nível de *strictness*. Tal reflexão guarda forte sintonia com proposições,

---

<sup>8</sup> Neste trabalho, compreendem-se atributos socioestruturais os recursos – financeiros, sociais, emocionais, etc – advindos das relações pessoais imediatas (família, amigos, etc.) e afastadas, estas derivadas, sobretudo, dos laços mantidos com conhecidos localizados em contextos sociais distintos (Granovetter, 1973, 1983).

derivadas da área das redes sociais e do empreendedorismo, sobre benefícios derivados do adequado ajuste entre relações próximas e distantes, entre acoplamento e desacoplamento sociais.

Salienta-se a existência de lacunas de pesquisas, aqui enfocadas. A primeira associa-se ao comportamento empreendedor. Este “tem sido negligenciado como tópico de pesquisa em setores não lucrativos” (Pearce *et al.*, 2010, p. 219, tradução nossa). O religioso é um destes (Pearce *et al.*, 2010). Conquanto evidências episódicas indiquem sua eficácia, o “papel do comportamento empreendedor no contexto religioso é inexplorado” (Pearce *et al.*, 2010, p. 228, tradução nossa). De fato, em levantamento realizado no mês de janeiro de 2016 no Portal de Periódicos da Capes, não foi encontrado artigo brasileiro que associasse comportamento empreendedor aos agrupamentos religiosos ou aos pastores. A busca foi realizada por palavras-chave<sup>9</sup> nos títulos e resumos de trabalhos publicados nos últimos 20 anos. Mesmo no contexto internacional há escassez. Em pesquisa no *Web of Science*, apenas um trabalho, o de Pearce, Fritz and Davis (2010), foi encontrado. Ainda assim, volta-se a contexto particular, à investigação específica de uma denominação tradicional norte-americana. Os autores não detalharam o comportamento empreendedor no nível micro, o de pastores, de particular importância para este estudo. Com efeito, salientam Pearce *et al.* (2010, p. 238, tradução nossa) como uma “conceituação e mensuração mais firmes dos comportamentos empreendedores individuais são necessárias”.

A segunda relaciona-se à associação entre empreendedorismo religioso e redes sociais. Com efeito, quando a literatura aborda a temática do empreendedorismo conexas à da religião, o foco volta-se à investigação de como a secularização tem repercutido no acirramento concorrencial entre agentes eclesiais, desconsiderando, desta dinâmica, implicações decorridas das estruturas sociais (ver, por exemplo: Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino

---

<sup>9</sup> i.) “orientaç\* empreendedor\*” and “religião”; ii.) “orientaç\* empreendedor\*” and “igreja”; iii.) “orientaç\* empreendedor\*” and “pastor\*”; iv.) “orientaç\* empreendedor\*” and “congregaç\*”; v.) “orientaç\* empreendedor\*” and “denomina\*”.

Junior, 2008; Iannaccone, 1995, 1997; Mariano, 2003, 2008; Pierucci, 2000; Rabuske *et al.*, 2012; Stark, 1999; Stark *et al.*, 1996; Warner, 1993). Já, por sua vez, quando as redes são inseridas em estudos sobre empreendimentos religiosos, elas encontram-se desassociadas às reflexões, aqui empreendidas, sobre *strictness* e acoplamento e desacoplamento sociais. Destinam-se, sobretudo, a analisar, de maneira comparativa, diferenças dos atributos imersos em, e constitutivos de, certas comunidades protestantes e católicas (ver, por exemplo: Martes & Rodriguez, 2004; Serafim & Andion, 2010; Serafim *et al.*, 2012).

A terceira se associa à própria ausência de pesquisas sobre *strictness* e acoplamento e desacoplamento. Observa-se que nenhuma destas temáticas vem merecendo atenção de pesquisadores brasileiros no campo da administração. Enquanto a primeira tem sido útil para análise do mercado religioso, a segunda vem sendo utilizada para a investigação do fenômeno do empreendedorismo e das redes sociais. Além disso, não encontrou-se, mesmo na literatura internacional<sup>10</sup>, qualquer referência sobre tentativas de se abordar, de maneira integrada, tal como aqui realizado, tais temas, embora tal empreendimento pareça ser altamente benéfico. A associação entre elas possibilita ampliar a capacidade de análise de dimensões relacionadas ao fenômeno do empreendedorismo religioso, em particular de igrejas evangélicas neopentecostais, em franca proliferação no Brasil.

Finalmente, a quarta refere-se à agregação, aqui empreendida, entre as literaturas sobre orientação empreendedora e redes sociais. Com efeito, em levantamento realizado em algumas das principais bases de dados (Portal de periódico da Capes, *Spell* e *Web of Science*), apenas 16 trabalhos, todos internacionais, foram encontrados (ver: Awang *et al.*, 2011; Boso, Story, & Cadogan, 2013; Ginting, 2015; Hong & Cho, 2012; Kreiser, 2011; Martins, Rialp, Rialp, & Aliaga-Isla, 2015; Orengo, 2012; Ramachandran & Ramnarayan, 1993; Sekliuckiene, 2015; Su & Sohn, 2015; Su, Xie & Wang, 2015; Walter *et al.*, 2006; Williams

---

<sup>10</sup> Conforme busca nos títulos e tópicos de artigos, realizada no *Web of Science* e no Portal de Periódicos da Capes. Compreendeu a combinação das seguintes expressões: i.) “*strictness*” and “*coupling*”; ii.) “*strictness*” and “*acoplamento*”; iii.) “*strictness*” and “*desacoplamento*”.

& Lee, 2009; Wincent, Thorgren & Anokhin, 2014; Xie & Zhai, 2008; Zhang, 2007). A busca foi realizada por palavras-chave (orientação empreendedora e rede\*; *entrepreneurial orientation and network*\*) nos títulos e tópicos dos artigos. Nenhum deles, no entanto, associou as temáticas no contexto de empreendimentos religiosos, de pastores como empreendedores. A cooptação entre as abordagens para a investigação de empreendedores religiosos demonstrou-se, aqui, altamente profícua.

Esta tese gera importantes contribuições. No âmbito teórico, avança nas literaturas sobre orientação empreendedora, *strictness* e acoplamento e desacoplamento sociais, projetando luzes para novas interpretações teóricas. Ao mesmo tempo, ao associá-las, geram-se novas descobertas e proposições derivadas de suas integrações. No nível metodológico, esta pesquisa inova ao salientar a relevância e apropriação, ainda não enfatizadas, da utilização de um coeficiente de correlação de postos, empregado nesta pesquisa, para a análise das redes sociais, para a investigação sobre as transformações nas estruturas sociais dos indivíduos, em particular. Finalmente, no campo empírico, esta tese suscita importantes implicações. Três delas podem ser destacadas: i.) salienta-se a necessidade de se incorporar em programas de iniciação empresarial temáticas relacionadas à orientação empreendedora e às estruturas sociais; ii.) projeta-se luzes para a importância de os administradores compreenderem igrejas como empreendimentos produtivos, criando, para elas, estratégias de implementação e desenvolvimento, e; iii.) reforça-se aos investigadores da administração a proeminência do contexto religioso brasileiro como campo fértil de pesquisas e de novas descobertas.

Este trabalho encontra-se dividido como segue. No capítulo 2, apresenta-se o referencial teórico. Nele, reflete-se sobre secularização do Estado e como o recrudescimento da competitividade religiosa derivado dela implica às instituições do segmento, às igrejas, de maneira geral, a necessidade de competirem para sobreviver. Para isto, integra reflexões sobre

religião e economia. Apropria-se de abordagem teórica da Escolha Racional da Religião criada nos Estados Unidos na década de 1980 e derivada das proposições de Adam Smith. Ao fazer isto, projeta-se luzes para a importância, raramente enfatizada, de uma perspectiva econômica para se analisar fenômenos religiosos. A partir dela, salientam-se, em seções específicas (2.1 e 2.2), dois conjuntos de atributos, associados à orientação empreendedora e às estruturas relacionais, considerados importantes à sustentação e ao desenvolvimento de igrejas em mercados religiosos competitivos, respectivamente. Finaliza com o Quadro de Análise Teórico Proposto, derivado da integração entre as reflexões. Em seguida, no capítulo 3, apresentam-se os paradigmas e pressupostos metateóricos, além dos procedimentos metodológicos empregados nesta pesquisa. O capítulo 4 descreve e analisa os dados. Finalmente, no capítulo 5, apresentam-se as conclusões da investigação. Destaque para as contribuições da tese e as sugestões para novos estudos.

## 2) REFERENCIAL TEÓRICO

**“Por décadas, pesquisadores têm examinado a religião de todos os ângulos, exceto o da escolha racional” (Iannaccone, 1995, p. 86, grifo nosso, tradução nossa).**

As reflexões sobre religião e economia demonstram-se de particular interesse para esta pesquisa. A origem da associação entre as temáticas remonta a Adam Smith (Corrêa & Vale, no prelo). O autor não apenas forjou as bases do pensamento econômico moderno, como, também, ensejou alguns dos fundamentos da sociologia da religião, salientando, de maneira pioneira, a importância da religião na constituição das economias (Audretsch *et al.*, 2007; Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1998; McCleary, 2008). Em capítulo pouco conhecido de sua obra clássica “A Riqueza das Nações<sup>11</sup>” (Iannaccone, 1998), Smith explorou os efeitos da competição e definiu as consequências econômicas das crenças religiosas (Anderson, 1988; Audretsch *et al.*, 2007; Corrêa & Vale, no prelo; Smith, 2003). Ao fazer isto, conectou liberdade religiosa com liberdade econômica, lançando o que seriam as bases intelectuais de duas correntes (Anderson, 1988). A primeira baseia-se na competição religiosa e na relação estado-igreja como fenômeno de mercado, em que aplicou princípios da economia para compreender instituições religiosas. Smith (2003) argumenta que forças de mercado constroem igrejas da mesma maneira que empresas seculares. Benefícios da competição, encargos do monopólio e perigos da regulação governamental seriam, portanto, tão reais à religião como a outros setores econômicos (Iannaccone, 1998; Smith, 2003).

O autor critica o monopólio religioso, garantido pelo Estado, capaz de permitir a dominação de igrejas estabelecidas, obstruindo a perfeita liberdade, ao passo que defende a pluralidade da fé, que iria prevalecer no contexto de um mercado livre e competitivo

---

<sup>11</sup> Para extensiva discussão da visão religiosa de Smith, ver Minowitz, P. (1993). *Profits, Priests, and Princes: Adam Smith's Emancipation of Economics from Politics and Religion*. Stanford, CA: Stanford U. Press.

(Smith, 2003). Salienta Smith (2003) como a dissociação Estado-igreja permitiria a pluralidade da fé, a discussão racional sobre crenças e a prática de qualquer religião (McCleary, 2008; Smith, 2003). Ao mesmo tempo, criaria mercado aberto e impulsionaria a concorrência no segmento (Corrêa & Vale, no prelo; McCleary, 2008, 2011; Pierucci, 2008; Smith, 2003). Sem assistência financeira do Estado, em ambiente com crescente número de produtores, grupos religiosos dependeriam unicamente de sua capacidade em atender às necessidades de seus públicos para sobreviver (McCleary, 2011). “Religião, concluiu Smith, é mais vibrante” em estados secularizados (McCleary, 2011, p. 16, tradução nossa). Com efeito, quanto mais secularizada for a sociedade, menos regulamentado o ambiente religioso, mais pluralista, diversificada e competitiva será a oferta de opções presentes. Ao mesmo tempo, esta diversificação na oferta ampliaria e tornaria mais vibrante a demanda dos consumidores (Smith, 2003). Neste contexto, pastores e igrejas/organizações religiosas passariam a competir entre si, oferecendo produtos e serviços diferenciados a consumidores/seguidores (Corrêa & Vale, no prelo). “Cada pregador sentiria a necessidade de se desdobrar ao máximo e usar de todo recurso para preservar e ampliar o número de seus seguidores” (Smith, 1980, p. 345, tradução nossa).

A segunda corrente, por sua vez, fundamenta-se nas crenças e atividades religiosas como escolhas racionais, nas quais incentivos, inclusive de natureza econômica, influenciariam opções individuais (Anderson, 1988; McCleary, 2011). Também voltado aos incentivos e efeitos econômicos dos sistemas de crença e da decisão religiosa individual (Audretsch *et al.*, 2007), Smith salienta a religião como dispositivo racional pelo qual indivíduos aprimoram seu capital humano (Anderson, 1988; Smith, 2003). “A contribuição fundamental de Smith para o estudo da religião foi [argumentar] que crenças e atividades religiosas derivam de escolhas racionais” (McCleary, 2011, s/p, tradução

nossa). Como em outras atividades, pessoas respondem aos custos e benefícios religiosos de maneira previsível, observável, escolhendo racionalmente a religião e seu grau de participação e crença (Anderson, 1988; Corrêa & Vale, no prelo; McCleary, 2008, 2011; Smith, 2003).

Evidência pode ser vista na adesão às “pequenas seitas religiosas” (Anderson, 1988, p. 1072, tradução nossa), associações voluntárias baseadas em regras rigorosas que produzem e distribuem dados sobre seus membros. Ao fazerem isso, fornecem aos parceiros de troca valiosas informações sobre suas histórias morais, e permitem-lhes avaliar riscos associados à dada troca econômica. A percepção pública do caráter moral influencia o fluxo de renda esperado pelo indivíduo. Neste sentido, seitas rigorosas beneficiariam seus integrantes de maneira tangível. Ao buscarem maximização de renda, sua participação poderia ser representada como investimento racional (Corrêa & Vale, no prelo). Os comportamentos sociais julgados economicamente relevantes são refletidos na reputação, que adquirem, aí, valor de capital (Anderson, 1988; Corrêa & Vale, no prelo; Smith, 2003).

A análise de Smith antecipou o trabalho de outros autores. Weber, em seu clássico “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”<sup>12</sup>, por exemplo, empregou o modelo da escolha racional (McCleary, 2011). Demonstrou o autor como a conduta dos puritanos dos séculos XVI e XVII foi definida por sistema racional de moralidade, utilizado como padrão para medir a glória de Deus (Bendix, 1986a, 1986b; Weber, 1996 [1905]). A salvação pela ascese intramundana era organizada e racionalmente justificada em um sistema moral imparcial, aplicado às atividades da vida diária (Baechler, 1995; Berten, 2011; Freund, 1983, 1987a, 1987b; Kalberg, 2010; McCleary, 2011; Oliveira, 2009; Schluchter, 1999; Sell, 2004; Souza, 1999; Weber, 1996 [1905]). “Curiosamente, a

---

<sup>12</sup> Doravante EPEC

antecipação que Smith fez ao famoso argumento de Weber não foi reconhecida nos debates posteriores à tese deste último autor” (Anderson, 1988, p. 1074, tradução nossa).

Recentemente, pouca atenção tem sido dada para como e por que a religião pode impactar a economia (Audretsch *et al.*, 2007). Pesquisas empíricas sobre os determinantes do crescimento econômico tipicamente negligenciam as influências da religião (Barro & McCleary, 2003; Grier, 1997). As que a consideram podem ser divididas em duas correntes principais. A primeira baseia-se na relação antagônica entre religião e economia (Audretsch *et al.*, 2007; Barro & McCleary, 2003; Galbraith & Galbraith, 2007; Guiso *et al.*, 2002; McCleary, 2008; McCleary & Barro, 2006). A segunda, na correlação positiva entre ambas as temáticas (Audretsch *et al.*, 2007; Barro & McCleary, 2003; Galbraith & Galbraith, 2007; Grier, 1997; Guiso *et al.*, 2002; McCleary, 2008; Pearce *et al.*, 2010; Rietveld & Burg, 2013; Zelekha *et al.*, 2014).

Duas linhas principais de raciocínio integram estudos da primeira vertente: i.) elevação nos níveis de participação religiosa tende a reduzir o crescimento econômico (Audretsch *et al.*, 2007; Barro & McCleary, 2003; McCleary, 2008). Isso porque, frequência às igrejas estimula concentração de recursos em seu sustento, desviando foco dos investimentos que impulsionam o crescimento (Barro & McCleary, 2003; Galbraith & Galbraith, 2007), e; ii.) desenvolvimento econômico tende a reduzir a participação e as crenças religiosas (McCleary, 2008; McCleary & Barro, 2006). Condizente com a tese da secularização, sustenta que aumento na renda torna as pessoas menos religiosas e leva a religião a desempenhar menor papel na sociedade (McCleary, 2008).

Diferentes abordagens compõem a segunda vertente. Quatro delas são de destaque: i.) crenças religiosas, sobretudo em inferno, céu e vida após a morte: a.) sustentam comportamentos que elevam a produtividade (Barro & McCleary, 2003; Guiso, Sapienza & Zingale, 2002); b.) influenciam medidas que contribuem para o crescimento econômico

(Audretsch *et al.*, 2007; Barro & McCleary, 2003; Galbraith & Galbraith, 2007; McCleary, 2008; Rietveld & Burg, 2013), e; c.) associam-se a “boas” atitudes, sendo “boa” a propensão a maior rendimento e crescimento per capita (Guiso *et al.*, 2002); ii.) recompensas religiosas reforçam traços característicos, tais como trabalho duro, honestidade e parcimônia (McCleary, 2008); iii.) países com população mais religiosa se correlacionam a maiores rendimentos (Galbraith & Galbraith, 2007; Parboteeah, Walter & Block, 2014); iv.) religião propaga sistemas de valores culturais. Estes, por sua vez, afetam a propensão rumo às atividades empreendedoras (Dana, 2010), e; v.) pessoas religiosas confiam no governo e são mais propensas a acreditar que os resultados de mercado são justos (Guiso *et al.*, 2002).

A partir da década de 1980 (Mariano, 2008; Stark *et al.*, 1996), diferentes autores (ver, por exemplo: Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1995, 1997; Finke, 1997; Stark, 1999; Stark *et al.*, 1996) passaram a edificar novo paradigma para o estudo da religião (Iannaccone *et al.*, 1997; Iannaccone, Stark & Finke, 1998; Finke, 1997; Stark, 1999), denominado “Escolha Racional da Religião”. Tal concepção ainda “não mereceu a devida atenção de pesquisadores, quaisquer que sejam suas áreas de conhecimento. No contexto das ciências da administração, ela encontra-se, até os dias de hoje, totalmente ausente” (Corrêa & Vale, no prelo, s/p). Como salientando por Frigerio (2010, p. 17), tal abordagem “tem obtido pouca atenção nos meios acadêmicos latino-americanos”. Para o autor, “poucos são os trabalhos locais que explicitam com precisão seus argumentos” (Frigerio, 2010, p. 17). O Brasil não se constitui exceção (Mariano, 2008).

A abordagem da Escolha Racional da Religião reinterpreta proposições de Smith e fundamenta-se nas noções de comportamento maximizador dos indivíduos, de preferências estáveis e de possibilidade de equilíbrio de mercado (Stark *et al.*, 1996). Para autores desta perspectiva, a religião poderia ser vislumbrada como um tipo de fenômeno de mercado,

mercadoria, objeto de escolha e produção (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1997). Com efeito, eles procuram “levar às últimas consequências [a noção de mercado], equiparando, o máximo possível, mercado econômico e mercado religioso” (Mariano, 2008, p. 47). Este seria composto por firmas, produtos e serviços (Gracino Júnior, 2008; Mariano, 2008), resultados de decisões de custo-benefício e de ações combinadas de consumidores e produtores religiosos (Iannaccone, 1995, 1997). Distintas reflexões integram o paradigma, incluindo as temáticas sobre regulação e desregulação religiosas e seus impactos sobre competição de mercado; pluralismo religioso e competição, e; abordagem da oferta versus demanda.

Enquanto regulação estatal implicaria monopólio religioso e limitadas opções de mercado, oportunidades produtivas e diversidade de produtos e serviços (Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008; Iannaccone *et al.*, 1997; Mariano, 2003, 2008, 2013; Neri *et al.*, 2011; Passos *et al.*, 2011; Pierucci, 1996, 1999, 2000, 2008, 2011; Rabuske *et al.*, 2012; Rivera, 2010; Teixeira, 2008; Warner, 1993), desregulamentação, expressa na separação Estado-Igreja, aumentaria as taxas de retorno sobre investimentos, a liberdade de credo, a oferta, a diversidade e os incentivos dos produtores e consumidores (Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Júnior, 2008; Iannaccone, 1995; Iannaccone *et al.*, 1997; Mariano, 2003, 2008; Warner, 1993). Ao mesmo tempo, impulsionaria a criação de novos grupos religiosos e o avigoramento da concorrência entre eles (Finke, 1997; Gracino Júnior, 2008; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1997; Mariano, 2003, 2008; Pierucci, 1999). Fortaleceria a economia do segmento (Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008). Resultaria, daí, a dilatação do ativismo militante dos produtores religiosos (Gracino Junior, 2008; Finke, 1997; Frigerio, 2008; Iannaccone, 1995; Iannaccone *et al.*, 1997; Iannaccone *et al.*, 1998; Mariano, 2003, 2008; Pierucci, 1999; Warner, 1993) e a elevação no nível de participação dos indivíduos, em geral (Finke, 1997; Frigerio, 2008; Mariano, 2003).

Insere-se, aí, a abordagem da oferta. Salienta que o interesse, o envolvimento e as mudanças mais significativas na religião derivam das variações de sua oferta. Estas, por sua vez, influenciariam a própria demanda por serviços religiosos (Finke, 1997; Gracino Junior, 2008; Iannaccone *et al.*, 1997; Mariano, 2003; Pierucci, 1999). Salienta Frigerio (2008) como a demanda religiosa muda pouco, ou seja, é segmentada, mas, estável. Neste contexto, o principal motor das mudanças religiosas seria as transformações na oferta, isto é, os níveis de participação poderiam ser mais bem explicados a partir da diversificação e da pluralidade da oferta (Finke, 1997; Mariano, 2008). Até então consideradas fatores de enfraquecimento da religião, resultado de tradição de pesquisa que defendia a normalidade do monopólio (Frigerio, 2008; Mariano, 2008; Pearce *et al.*, 2010), a abordagem corrente subverte a teoria sociológica clássica acerca dos efeitos do pluralismo (Mariano, 2008).

Com diversificação de oferta, eleva-se o vigor, a capacidade e, sobretudo, a necessidade de os produtores religiosos mobilizarem-se para satisfazer públicos distintos (Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008; Iannaccone *et al.*, 1997; Iannaccone *et al.*, 1998; Mariano, 2003). Assim, a participação tende a aumentar em ambientes competitivos (Finke, 1997; Iannaccone, 1991; Warner, 1993). Em estudo sobre protestantes de diversos países, Iannaccone (1991, 1995, 1997), Iannaccone, Finke, & Stark (1997) e Stark (1997) concluem que a frequência às igrejas e a crença religiosa são maiores em locais com instituições concorrendo entre si. O importante, nesta perspectiva, não seriam as “alternativas disponíveis aos consumidores, mas, os incentivos para os fornecedores encontrarem suas necessidades, que são maximizadas quando a economia está aberta a participantes [...] sem renda garantida” (Warner, 1993, p. 1057, tradução nossa).

A abordagem da Escolha Racional da Religião opõe-se ao axioma do ator irracional (Iannaccone *et al.*, 1998), ou seja, a ideia de que o comportamento religioso poderia ser explicado em termos de pensamento primitivo, impulsos neuróticos e condicionamento social

(Iannaccone *et al.*, 1998; Stark *et al.*, 1996). Baseia-se, por sua vez, no pressuposto do comportamento maximizador e na concepção da religião como fenômeno no qual pessoas fazem escolhas racionais (Iannaccone, 1995; Pearce *et al.*, 2010; Stark, 1999). Três hipóteses respaldam tais proposições: i.) indivíduos agem racionalmente, pesando custos e benefícios das ações potenciais e escolhendo aquelas que maximizam seus benefícios líquidos; ii.) preferências utilizadas para avaliar custos e benefícios tendem não variar muito entre pessoas, e; iii.) resultados sociais constituem o equilíbrio que emerge da agregação da interação das ações individuais (Iannaccone, 1994, 1997; Iannaccone *et al.*, 1998).

Diferentes autores defendem a ideia de que o comportamento religioso seria tão racional como outras formas de ação humana (Hamilton, 2009; Iannaccone *et al.*, 1997; Stark, 1999; Warner, 1993). Evidências seriam obtidas tanto no comportamento de frequentadores quanto no de produtores da religião. Nos primeiros, por meio de sua mobilidade (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1995; Warner, 1993). Regularmente, por escolhas racionais, “pessoas modificam suas preferências religiosas em diferentes maneiras, alterando suas taxas de participação, modificando sua natureza ou transformando completamente de religiões” (Iannaccone, 1995, p. 77). Nos segundos, através de seu comportamento otimizador (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1997). Eles buscam maximizar “membros, recursos, apoio governamental [e] outros determinantes do sucesso institucional” (Iannaccone, 1997, p. 27, tradução nossa). Suas ações “são modeladas como respostas racionais às restrições e oportunidades do mercado religioso” (Iannaccone, 1995, p. 77, tradução nossa).

A **Tabela 1**, a seguir, condensa as reflexões de interesse. Apresenta, na primeira coluna, proposições teóricas relacionadas à associação entre religião e economia. Na segunda, autores de referência.

Tabela 1

### Proposições sobre religião e economia, e autores de interesse

Proposições teóricas	Autores de Interesse
Forças de mercado constroem igrejas da mesma maneira que empresas seculares;	(Iannaccone, 1998; Smith, 2003)
Competitividade/oferta: i.) fortalece a economia religiosa; ii.) intensifica o ativismo dos produtores. Implica-lhes mobilizarem e satisfazerem públicos distintos, e; iii.) impulsiona o envolvimento/engajamento dos indivíduos;	(Gracino Junior, 2008; Finke, 1997; Frigerio, 2008; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone <i>et al.</i> , 1997; Iannaccone <i>et al.</i> , 1998; Mariano, 2003, 2008; Pierucci, 1999; Warner, 1993)
Grupos religiosos dependem de sua capacidade em atender às necessidades de seus públicos para sobreviver;	(Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008; Iannaccone <i>et al.</i> , 1997; Iannaccone <i>et al.</i> , 1998; Mariano, 2003; McCleary, 2011)
Pessoas respondem aos custos e benefícios religiosos de maneira previsível, observável, escolhendo racionalmente a religião e seu grau de participação e crença;	(Anderson, 1988; McCleary, 2008, 2011; Smith, 2003)
Comportamento religioso é racional. Sinais são obtidos nos frequentadores e produtores da religião. Nos primeiros, por meio de sua mobilidade. No segundo, através de seu caráter otimizador;	(Corrêa & Vale, no prelo; Hamilton, 2009; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone <i>et al.</i> , 1997; Stark, 1999; Warner, 1993).

Note, a partir da reflexão sobre religião e economia, como a secularização do Estado impulsiona a criação de novos grupos religiosos, resultando na elevação da disputa de mercado e, dela, na necessidade de as instituições do segmento, de os agrupamentos evangélicos neopentecostais, aqui de interesse particular, competirem para sobreviver (Corrêa & Vale, no prelo). Para isto, lançam mão de distintos recursos e atributos, considerados fundamentais aos próprios sobrevivência e desenvolvimento (Corrêa & Vale, no prelo). Dois grupos deles, de relevância para esta pesquisa, inserem-se aí. Cada um deles será discutido em seções específicas. O primeiro (**Seção 2.1**) relaciona-se à dimensão pessoal, à capacidade de os agentes religiosos, de os pastores evangélicos, designadamente, em, por meio de seus comportamentos, mobilizar e satisfazer públicos distintos (Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008; Iannaccone *et al.*, 1997; Iannaccone *et al.*, 1998; Mariano, 2003; McCleary, 2011). Ganha destaque, neste contexto, a associação entre religião e empreendedorismo, a atuação dos pastores como empreendedores. A abordagem teórica da

Orientação Empreendedora é aí empregada para sustentar a reflexão (Covin & Slevin, 1989; Covin *et al.*, 2006; Covin *et al.*, 1994; Covin & Wales, 2012; Dawson, 1998; Finke, 1990, 1997; Finke *et al.*, 1996; Finke & Stark, 1988, 1992; Hugles & Morgan, 2007; Knight, 1997; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000; Miller, 1983; Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Walter *et al.*, 2006; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005, entre outros).

O segundo (**Seção 2.2**), por sua vez, associa-se à dimensão relacional, à capacidade de as igrejas combinarem atributos socioestruturais, sustentando fortes relações internas, mantendo-se como rede social parcialmente aberta, e, ao mesmo tempo, impedindo a atuação de exploradores. Duas vertentes teóricas distintas são aí associadas. A primeira deriva da Abordagem da Escolha Racional da Religião e reflete sobre argumentos relacionados ao conceito de *strictness* (Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1997; Iannaccone *et al.*, 1995; Finke, 1997; Stark, 1999; Stark *et al.*, 1996). A segunda, por sua vez, advém da literatura sobre redes sociais, e aborda reflexões associadas à temática sobre acoplamento e desacoplamento (Granovetter, 2009).

## **2.1 Religião e Empreendedorismo: Pastores como Empreendedores**

A associação entre religião e empreendedorismo não é recente. Em EPEC, Weber lançou as bases para compreender os mecanismos de como a religião, um atributo pessoal, pode se tornar predominante na sociedade, afetando sua propensão ao empreendedorismo (Parboteeah *et al.*, 2014; Weber, 1996 [1905]). Observou o autor como valores religiosos puritanos se tornaram motivadores para o comportamento econômico dos crentes (Zelekha *et al.*, 2014; Weber, 1996 [1905]). Estes acreditavam que prosperidade material e sucesso empreendedor, obtidos com trabalho duro, sóbrio e autodisciplinado, eram

indícios de salvação eterna (Carswell & Rolland, 2007; Rietveld & Burg, 2013; Dougherty *et al.*, 2013; Nwankwo *et al.*, 2012; Weber, 1996 [1905]). “Ganhar dinheiro [era interpretado como] [...] resultado e expressão da virtude e eficiência em uma vocação” (Weber, 1996 [1905], p. 33). Trata-se da ideia da riqueza como sinal do chamado de Deus (Carswell & Rolland, 2007; Nwankwo *et al.*, 2012; Wiseman & Young, 2013; Weber, 1996 [1905]). A moral calvinista impulsionou os crentes a engajarem em atividades empreendedoras e a buscarem em seu sucesso o reino do céu (Dougherty *et al.*, 2013; Weber, 1996 [1905]; Zelekha *et al.*, 2014).

Atualmente, pesquisas que associam ambos os temas podem ser acomodadas em dois níveis distintos de análise: macro e micro (Rietveld & Burg, 2013). Sete abordagens principais se associam ao primeiro. Elas enfatizam: i.) o papel da religião em fortalecer ou enfraquecer o ambiente empreendedor (Audretsch *et al.*, 2007; Audretsch, Boente, & Tamvada, 2013; Dodd & Gotsis, 2007; Dodd & Seama, 1998; Parboteeah *et al.*, 2014); ii.) a religião como sintetizador de significados nacional ou societal (Dodd & Seama, 1998); iii.) a influência da religião predominante sobre o nível de empreendedorismo da população. Suas implicações afetariam o país para além de seus efeitos sobre comportamentos individuais (Zelekha *et al.*, 2014); iv.) a repercussão das estruturas políticas e ideológicas. Estas seriam altamente contingentes e específicas ao contexto, que modificaria ao longo do tempo e configurações sociais (Dodd & Gotsis, 2007; Rietveld & Burg, 2013); v.) a importância da religião em moldar as dimensões regulatória e normativa do empreendedorismo (Audretsch *et al.*, 2013); vi.) a variação nos perfis institucionais dos grupos religiosos (Audretsch *et al.*, 2013), e; vii.) a composição religiosa do país e seu impacto sobre atividade empreendedora. Mesmo se a pessoa não for religiosa, suas interações sociais fazem com que a religião integre seu sistema normativo (Parboteeah *et al.*, 2014).

No nível micro, individual, cinco vertentes de pesquisa ganham relevância. Destaque para: i.) a influência da religião sobre a decisão de se tornar empreendedor (Audretsch *et al.*, 2013; Carswell & Rolland, 2007; Dodd & Seaman, 1998; Griebel *et al.*, 2014); ii.) a importância da matriz de crença. Onde a religião é importante, empreendedores tenderão a utilizar seus critérios para a tomada de decisão, mesmo que isto prejudique interesses comerciais (Dodd & Gotsis, 2007); iii.) a repercussão da religião sobre comportamentos e estado psicológico dos empreendedores (Audretsch *et al.*, 2013; Dodd & Gotsis, 2007; Nwankwo & Gbadamosi, 2013); iv.) o empreendedorismo como reinterpretação religiosa do trabalho. Indivíduos criam empreendimentos para associar negócio e valores religiosos, resolvendo tensões entre ambos (Griebel *et al.*, 2014), e; v.) agrupamentos religiosos como plataformas para geração de capital social empreendedor (Carswell & Rolland, 2007; Dodd & Gotsis, 2007; Dougherty *et al.*, 2013; Zelekha *et al.*, 2014).

Conquanto tenha evoluído nos últimos anos, a associação entre religião e empreendedorismo ainda não recebeu a atenção necessária por parte da academia (Audretsch *et al.*, 2007, 2013; Dodd & Gotsis, 2007; Dougherty *et al.*, 2013; Galbraith & Galbraith, 2007; Griebel *et al.*, 2014; Rietveld & Burg, 2013). Pesquisas que integram os temas são, até hoje, “surpreendentemente esparsas e inconsistentes” (Dougherty *et al.*, 2013, p. 401, tradução nossa). Isto se evidencia no contexto internacional (Dougherty *et al.*, 2013, Finke, 1997; Frigerio, 2008; Iannaccone, 1995, 1997) e brasileiro (Serafim *et al.*, 2012). Parte desta lacuna se deve à presença de relações complexas, multiníveis e indiretas entre as variáveis (Nwankwo *et al.*, 2012; Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Zelekha *et al.*, 2014).

A dissociação entre religião e empreendedorismo se evidencia em diferentes níveis. Na ausência de: i.) testes da teoria empreendedora em organizações religiosas (Pearce *et al.*, 2010) (Para revisões recentes, ver: Carswell & Rolland, 2004; Dodd & Gotsis,

2007; Ibrahim & Angelidis, 2005); ii.) conceitos e modelos de estratégia empreendedora para o desempenho das congregações (Pearce *et al.*, 2010); iii.) estudos que consideram a influência da religião na decisão empreendedora (Audretsch *et al.*, 2007, 2013; Rietveld & Burg, 2013); iv.) pesquisas que relacionam instituições religiosas a graus de atividades autônomas (Wiseman & Young, 2013), entre outros.

Um deles, de particular relevância, relaciona-se ao comportamento empreendedor. Este “tem sido negligenciado como tópico de pesquisa em setores não lucrativos” (Pearce *et al.*, 2010, p. 219, tradução nossa). O religioso é um destes (Pearce *et al.*, 2010). Conquanto evidências episódicas indiquem sua eficácia, o “papel do comportamento empreendedor no contexto religioso é inexplorado” (Pearce *et al.*, 2010, p. 228, tradução nossa). De fato, em levantamento realizado no mês de janeiro de 2016 no Portal de Periódicos da Capes, não foi encontrado artigo brasileiro que associasse comportamento empreendedor aos agrupamentos religiosos ou aos pastores. A busca foi realizada por palavras-chave nos títulos e resumos de trabalhos publicados nos últimos 20 anos. Mesmo no contexto internacional há escassez. Em pesquisa no *Web of Science*, apenas um trabalho, o de Pearce, Fritz *and* Davis (2010), foi encontrado. Ainda assim, volta-se a contexto particular, à investigação específica de uma denominação tradicional. Os autores não detalharam o comportamento empreendedor no nível micro, o de pastores, de particular importância para este estudo. Com efeito, salientam Pearce *et al.* (2010, p. 238, tradução nossa) como uma “conceituação e mensuração mais firmes dos comportamentos empreendedores individuais são necessárias”.

Insera-se, aí, a vertente da orientação empreendedora (Covin & Slevin, 1989; Covin *et al.*, 2006; Covin *et al.*, 1994; Covin & Wales, 2012; Dawson, 1998; Finke, 1990, 1997; Finke *et al.*, 1996; Finke & Stark, 1988, 1992; Hugles & Morgan, 2007; Knight, 1997; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000; Miller, 1983; Nwankwo

& Gbadamosi, 2013; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Walter *et al.*, 2006; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005). Considerada importante construto da gestão estratégica nos últimos anos (Covin *et al.*, 2006; Rauch *et al.*, 2009), um “ingrediente-chave para o sucesso organizacional” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 152, tradução nossa), “emergiu [...] para injetar uma abordagem de comportamento empreendedor” nas instituições (Pearce *et al.*, 2010, p. 219, tradução nossa). Refere-se aos processos “que fornecem bases para decisões e ações empreendedoras” (Rauch *et al.*, 2009, p. 763, tradução nossa). Pode ser conceituada como “conjunto de [métodos, práticas (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2005)] e comportamentos distintos, mas, relacionados, que possuem como qualidades a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a tomada de risco e a autonomia” (Pearce *et al.*, 2010, p. 219, tradução nossa).

Estas se relacionam ao empreendedorismo na medida em que “contribuem para o desenvolvimento e a implementação de novas combinações de recursos, [necessários] para melhorar a competitividade e facilitar a entrada em novos mercados” (Pearce *et al.*, 2010, p. 219, tradução nossa). A associação – total ou parcial (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000) – de tais comportamentos caracteriza e distingue o empreendedor no nível individual (Miller, 1983) e, por conseguinte, institucional (Lumpkin & Dess, 1996). Com efeito, a discussão sobre orientação empreendedora sustenta a ideia de que o “indivíduo empreendedor [pode ser] considerado como empresa. As [...] de pequeno porte[, por exemplo,] são, meramente, extensão do indivíduo que está no comando” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 138, tradução nossa).

Duas vertentes principais caracterizam estudos da orientação empreendedora. A primeira compreende-a como constructo unidimensional (ver, por exemplo: Covin &

Slevin, 1989; Knight, 1997; Miller, 1983; Rauch *et al.*, 2009). Suas diferentes dimensões (capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, tomada de risco e autonomia) poderiam, aí, ser combinadas em único fator (ver, por exemplo: Covin *et al.*, 1994; Walter *et al.*, 2006; Wiklund & Shepherd, 2003). Cada uma delas influenciaria o desempenho organizacional de maneira semelhante, uniforme (Covin *et al.*, 1994; Rauch *et al.*, 2009). Todas “possuiriam[, portanto,] igual importância” (Rauch *et al.*, 2009, p. 778, tradução nossa). A segunda, por sua vez, abrange-a como construto multidimensional, em que seus atributos poderiam apresentar efeitos diferenciados, característicos (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000).

Nesta, os comportamentos empreendedores variariam independentemente uns dos outros (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000), “indicando que [se deve] manipular somente aqueles que adicionam valor” (Hugles & Morgan, 2007, p. 658, tradução nossa). Com isto, empresas e empreendedores “não precisariam necessariamente perseguir todas as dimensões da orientação empreendedora” (Hugles & Morgan, 2007, p. 656, tradução nossa). Seu desempenho, positivo ou negativo (Lumpkin & Dess, 1996, 2001), pode estar associado à integração de apenas algumas delas (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996). “Limitar o comportamento empreendedor aos casos nos quais altos níveis de todas as suas dimensões são evidentes fica aquém de explicar muitos tipos de empreendedorismo” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 150, tradução nossa). De fato, uma instituição pode ser considerada empreendedora mesmo com a adoção de apenas uma delas (Covin & Wales, 2012; Lumpkin & Dess, 1996). Evidência de como a orientação empreendedora “pode ser caracterizada por suas várias combinações” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 150, tradução nossa).

Estas, por sua vez, influenciar-se-iam por dois fatores fundamentais. O primeiro se relaciona às oportunidades almejadas pelos empreendedores (Lumpkin & Dess, 1996). Elas condicionariam a adoção dos comportamentos considerados mais apropriados. O segundo se refere a uma natureza contextual. A orientação empreendedora seria influenciada por fatores externos e internos (Lumpkin & Dess, 1996). Os primeiros se referem ao ambiente de negócios. Capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, tomada de risco e autonomia são específicas para cada contexto (Lumpkin & Dess, 1996). A necessidade de sua apropriação varia conforme o cenário (Lumpkin & Dess, 1996). Os segundos se associam à combinação entre a estrutura organizacional – àquelas empresas existentes – e as características dos fundadores (Lumpkin & Dess, 1996).

Capacidade de inovação “reflete a tendência para engajar e suportar novas ideias, novidades, experimentações e processos criativos que podem resultar em novos produtos, serviços ou tecnologias” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 142, tradução nossa). Implica criar novas combinações que melhoram as operações das instituições, ou fornecem-nas nova base para atender às necessidades dos consumidores (Lyon *et al.*, 2000; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005). Schumpeter (1982) foi pioneiro ao enfatizar o papel da inovação no processo empreendedor. Ao criar o conceito de “Destruição Criativa”, salientou como as estruturas de mercado são corrompidas pela introdução, pelos empreendedores, de “novas combinações”, de bens e serviços inéditos. Estas alteram os recursos das empresas, forçando-as a crescer (Schumpeter, 1982, p. 105). “Pouco tem sido feito para tratar inovação no contexto [de] organizações religiosas” (Pearce *et al.*, 2010, p. 239, tradução nossa). Mesmo aquelas pequenas podem ser inovadoras e criativas (Pearce *et al.*, 2010).

Proatividade é o ato de antecipar futuros problemas, necessidades ou mudanças (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996; Lyon *et al.*, 2000; Rauch *et al.*, 2009; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005; Wang, 2008). Refere-se à “visão de futuro” (Lyon *et al.*, 2000, p. 1056, tradução nossa), à ênfase dada ao pioneirismo nas ações (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2005). Implica introduzir novos produtos ou serviços à frente dos concorrentes, agindo em antecipação à demanda [...] para formar o ambiente (Lumpkin & Dess, 2001; Wang, 2008). “A habilidade e disposição de líderes para conceituar e implementar um plano de expansão[, por exemplo,] fornece aos precursores vantagens [...] sobre oportunidades de mercado” (Pearce *et al.*, 2010, p. 226, tradução nossa). Sua capacidade em explorar assimetrias possibilita-lhes lucros incomumente elevados e vantagens sobre o reconhecimento de suas marcas (Lumpkin & Dess, 1996). “Deste modo, assumir iniciativas antecipadas, perseguindo com elas novas oportunidades, [está] associado ao empreendedorismo” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 146, tradução nossa).

Proatividade difere da capacidade de inovação em dois aspectos fundamentais. O primeiro é o da novidade. Enquanto capacidade de inovação implica invenção, proatividade pode envolver a implementação de medidas que são, em grande parte, imitações (Lumpkin & Dess, 1996; Pearce *et al.*, 2010). O segundo é o do contexto de atuação. Enquanto o primeiro investe em mercados existentes, o segundo sugere alinhar produtos e serviços na exploração de negócios emergentes (Pearce *et al.*, 2010). No contexto religioso, salientam Pearce *et al.* (2010), proatividade é compreendida de maneira adversa. Sua manifestação pode estar negativamente associada ao desempenho das igrejas. Isso porque, tal comportamento é interpretado como desrespeito, afronta e ruptura à tradição das congregações (Pearce *et al.*, 2010). “Consequentemente,

proatividade é desencorajada pelas instituições religiosas” (Pearce *et al.*, 2010, p. 226, tradução nossa).

Agressividade competitiva “é a intensidade dos esforços para superar competidores” (Lumpkin & Dess, 2001, p. 431, tradução nossa). Refere-se aos comportamentos voltados à expansão da participação de mercado de dada instituição (Pearce *et al.*, 2010; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000), à maneira como ela se relaciona com seus concorrentes (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996; Wang, 2008). Considerada crítica “à sobrevivência e sucesso de novos entrantes” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 148), visa, à custa de demais fornecedores, crescimento em mercados existentes (Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Pearce *et al.*, 2010; Wang, 2008). Implica, através de “forte postura ofensiva” (Lumpkin & Dess, 2001, p. 433, tradução nossa), conflitos, retaliações (Pearce *et al.*, 2010) e disposição a, de maneira direta e intensiva, desafiar ações dos adversários (Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Rauch *et al.*, 2009). Embora alguns estudos tratem-na como idêntica à proatividade (ver, por exemplo, Covin & Covin, 1990; Covin *et al.*, 2006; Covin & Slevin, 1989, 1991; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005), agressividade competitiva difere desta em aspectos fundamentais (Lumpkin & Dess, 1996, 2001).

Enquanto proatividade implica formar demanda, isto é, criar, adquirir e alavancar recursos para alcançar vantagens sustentáveis, agressividade competitiva se relaciona a competir por ela, a defendê-la (Lumpkin & Dess, 1996, 2001). Para isto, métodos não convencionais, tais como analisar e perseguir as fraquezas dos competidores, por exemplo, devem ser aplicados (Lumpkin & Dess, 1996). Autores investigam a rivalidade entre igrejas (ver, por exemplo: Finke, 1990, 1997; Finke *et al.*, 1996; Finke & Stark, 1988, 1992). Concluem “que enquanto a forma [...] varia de sutil a manifesta, todas as denominações se esforçam para manter e crescer sua filiação através de práticas

competitivas” (Pearce *et al.*, 2010, p. 227, tradução nossa). Tal é o reflexo da emergência de “nova onda de fornecedores religiosos. [De fato, eles] comercializam agressivamente seus produtos para as massas” (Finke, 1997, p. 48, tradução nossa).

Assunção de risco é a disposição para assumir riscos, para agir, sob futuro incerto, fora de práticas e normas aceitas (Hugles & Morgan, 2007; Lyon *et al.*, 2000; Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Lumpkin & Dess, 1996; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003). “Frequentemente utilizada para descrever o empreendedorismo” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 144, tradução nossa), é um dos atributos que distingue empreendedores dos demais (Lumpkin & Dess, 1996). Salientam Lumpkin *and* Dess (1996, p. 144, tradução nossa) como “todos os negócios envolvem [...] riscos”. Eles variam de “seguros”, tais como depositar dinheiro em banco, por exemplo, a “inseguros”, expressos em ações de alta ousadia, tais como investir em tecnologias inexploradas ou introduzir novos produtos em novos mercados (Lumpkin & Dess, 1996, 2001). No contexto religioso, a capacidade de assumir riscos e incertezas pode ser encorajada pela crença na glória divina (Nwankwo & Gbadamosi, 2013). Possui “potencial para resultados excepcionais, principalmente em configurações onde comportamentos previsíveis são tipicamente altos, como em igrejas” (Pearce *et al.*, 2010, p. 227, tradução nossa).

Finalmente, autonomia é a capacidade de um indivíduo ou time (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000; Rauch *et al.*, 2009) “de agir de maneira independente” (Pearce *et al.*, 2010, p. 225, tradução nossa), a habilidade para tomar decisões livres que afetam a estratégia (Pearce *et al.*, 2010; Lumpkin & Dess, 1996). Refere-se, “em geral, à [...] disposição para ser autônomo na busca de oportunidades” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 140, tradução nossa). Implica “líderes fortes, equipes independentes ou indivíduos criativos, [...] livres de restrições organizacionais”

(Lumpkin & Dess, 1996, p. 140, tradução nossa). No âmbito religioso, “a autonomia congregacional pode aumentar a capacidade de resposta das igrejas aos imperativos ambientais” (Pearce *et al.*, 2010, p. 227, tradução nossa). Pode torná-las capazes de “identificar, desenvolver e iniciar mudanças em seus programas e atividades” (Pearce *et al.*, 2010, p. 227, tradução nossa).

Em estudo exclusivamente quantitativo sobre a existência e relevância de comportamentos empreendedores em dado contexto religioso, Pearce *et al.* (2010) investigaram congregações semiautônomas afiliadas à Igreja Evangélica Luterana. Suas unidades de análises foram as congregações. Os respondentes foram os pastores. Os autores enviaram questionários a 493 deles nos Estados Unidos. 252 responderam. Concluíram que a investigação do “comportamento empreendedor em congregações religiosas [...] é um iniciativa valiosa” (Pearce *et al.*, 2010, p. 240, tradução nossa). Com efeito, estas “se beneficiam dos comportamentos empreendedores” dos pastores (Pearce *et al.*, 2010, p. 240, tradução nossa). Eles estão “positivamente associados ao desempenho das igrejas” (Pearce *et al.*, 2010, p. 219, tradução nossa). Alguns mais que outros.

“Elementos [inerentes] à capacidade de inovação e à autonomia estão mais fortemente relacionados ao desempenho de congregações religiosas que assunção de riscos, proatividade e agressividade competitiva” (Pearce *et al.*, 2010, p. 240, tradução nossa). Os três últimos, inclusive, não forneceria contribuições. Achados de pesquisa “não suportam a proatividade e a assunção de riscos como comportamentos associados à melhoria do desempenho organizacional” (Pearce *et al.*, 2010, p. 239, tradução nossa). Ao mesmo tempo, “evidências episódias reforçam a plausibilidade teórica de que congregações não valorizam a competitividade interdenominacional ou intercongregacional” (Pearce *et al.*, 2010, p. 239, tradução nossa).

Conquanto possam ser analisadas isoladamente (Lumpkin & Dess, 1996), destacam os autores a influência combinada das dimensões do comportamento (Pearce *et al.*, 2010). Elas “trabalham em conjunto para elevar o desempenho empreendedor das organizações” (Pearce *et al.*, 2010, p. 240, tradução nossa). O fato de os pastores e “as congregações religiosas se engajarem em efetiva combinação de inovação, autonomia, proatividade, agressividade competitiva e tomada de risco [...] certamente responde à questão se orientação empreendedora ajuda as organizações religiosas no nível congregacional” (Pearce *et al.*, 2010, p. 239, tradução nossa). Ela pode ser a “fonte de vantagem competitiva ou de renovação estratégica” das denominações religiosas (Pearce *et al.*, 2010, p. 240, tradução nossa).

Ganha destaque, aí, um tipo particular de congregação, liderada por pastores neopentecostais, de relevância desta pesquisa. Evidências episódicas de sua atuação aparentam sugerir, teoricamente, que vários deles possuem orientação empreendedora. Nenhum estudo – nacional ou internacional – abordou esta temática até o momento. Sua capacidade de inovação, proatividade, autonomia, agressividade competitiva e assunção de riscos se manifestariam, de maneira assistemática, aleatória, em diferentes práticas. Estas derivariam da concorrência entre igrejas e da luta pela sobrevivência (Corrêa & Vale, no prelo; Mariano, 2008, 2013; Pierucci, 1999, 2008). Com efeito, a franca concorrência decorrida do pluralismo acabou provocando o aparecimento de agentes religiosos menos acomodados, mais dinâmicos, ativos, e, também, em organizações religiosas mais eficientes na mobilização de séquitos, públicos e clientelas (Corrêa & Vale, no prelo; Pierucci, 1999, 2006a, 2006b, 2008).

Pastores tornaram-se comprometidos, dedicados e militantes (Corrêa & Vale, no prelo; Mariano, 2008; Pierucci, 1999), abandonando modos improdutivos e bens impopulares; empregando técnicas mais eficazes, típicas da racionalidade empresarial (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1995; Mariano, 2008). Sua capacidade de mobilização é que determina o

desempenho de suas igrejas (Corrêa & Vale, no prelo; Gracino Junior, 2008; Mariano, 2003, 2008, 2013). Por isto, passaram a: i.) conhecer especificidades do mercado; ii.) adequar seus produtos e serviços às necessidades dos consumidores; iii.) atrair e recrutar possíveis adeptos/clientes; v.) adotar técnicas publicitárias; vi.) utilizar instrumentos de marketing; vii.) aplicar métodos de gestão típicos da racionalidade econômica; viii.) especializarem-se em nichos de mercado; ix.) apropriar de rádio, TV, música, internet, jornais e literatura; x.) investir no ativismo pastoral; xi.) maximizar recursos líquidos, entre outros (Corrêa & Vale, no prelo; Iannaccone, 1997; Mariano, 2003, 2008).

Evidências podem ser vistas, em nível denominacional, na igreja Universal do Reino de Deus (Corrêa & Vale, no prelo). Baseada na fixação de metas de produtividade para seus pastores-empresendedores (Mariano, 2003; Prandi, 1996), adota estrutura na qual eles “devem demonstrar grande capacidade de atrair público e de gerar dividendos, de acordo com *know-how* administrado empresarialmente pelos bispos” (Prandi, 1996, p. 66). Considerada um dos mais bem-sucedidos empreendimentos religiosos do país (Mariano, 2003; Prandi, 1996), concebe “a igreja como empresa econômica e a religião como fonte de lucro e enriquecimento pessoal” (Pierucci, 1996, p. 282). Lidera o “surgimento [das chamadas] ‘igrejas-empresas’” (Mariano, 2003, p. 120), que buscam a defesa de seus interesses organizacionais e [...] visam o lucro[, muitas vezes, de] exploração financeira” (Mariano, 2003, p. 120).

Pastores almejam dois objetivos fundamentais, inter-relacionados: conseguir mais recursos e mais fieis (Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 2008; Prandi, 1996, 1999). O sucesso de um pastor “depende [justamente] de sua capacidade em atrair [...] clientes e gerar renda” (Prandi, 1999, p. 2). Em ambos, pentecostais e neopentecostais têm se esmerado (Hervieu-Léger, 2008; Pierucci, 2008). Para obter recursos, pastores empregam nos cultos “inúmeras estratégias e jogos” (Prandi, 1996, p. 74). Com efeito, um “‘vendedor’, seja de automóveis, seja de salvação, não pode sobreviver [...] sem constante apoio dos

‘compradores’” (Iannaccone, 1995, p. 77, tradução nossa). “Uma organização religiosa não pode [...] crescer sem obter recursos” (Iannaccone *et al.*, 1995, p. 2, tradução nossa). Para isto, “mudam a concepção a respeito do dinheiro e dos bens materiais” (Prandi, 2008, p. 164). Ao mesmo tempo, procuram convencer os fieis de que “o ato de dar dinheiro, com a certeza de que ele vai voltar, acrescido, é um gesto de investidor” (Prandi, 1996, p. 74). Logo, “a prosperidade estaria aberta a todos. [Só] é preciso que se dê o que se tem para a igreja, quanto mais melhor, de preferência tudo” (Prandi, 1996, p. 74).

Para conseguir mais seguidores, clientes (Pierucci, 1999; Prandi, 1999), pastores precisam subtraí-los das outras religiões (Pierucci, 2006a, 2011; Prandi, 2008). “Converter implica, no fim das contas, ‘infidelizar’ ‘fiéis’ das religiões concorrentes. Crescer e se propagar significa [...] atacar [...], e o alvo imediato, no caso brasileiro, é a Igreja católica” (Pierucci, 2011, p. 474). Em agressivo proselitismo, pastores buscam principalmente nas classes mais pobres a conversão de novos adeptos (Camargo, 1973). “A urgência é tal, que o que mais importa é converter: ‘ou converte ou converte!’” (Pierucci, 2011, p. 474). Isso se dá de indivíduo em indivíduo. “A história recente mostra que [a] estratégia de expansão parte do individual, do miúdo, do pequeno, para, aos poucos, ir se mostrando de forma graúda” (Prandi, 2008, 162). Diferentes técnicas de persuasão e conversão são aí aplicadas (Prandi, 2008). Seis delas são destacadas pela literatura (Hamilton, 2009; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003, 2008; Pacheco *et al.*, 2007; Pearce *et al.*, 2010; Pierucci, 1999, 2008; Prandi, 2008).

A primeira implica atuar como ativos militantes religiosos (Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Pierucci, 1999). Para isto, pastores recorrem a diversas táticas de “proselitismo direto”, tais como “pregação na rua, testemunhos públicos”, entre outras (Hervieu-Léger, 2008, p. 133). A segunda visa moldar o conteúdo de produtos e serviços às necessidades dos fieis (Hamilton, 2009; Mariano, 2003, 2008; Pearce *et al.*, 2010; Pierucci,

1999; Prandi, 2008). Com efeito, pastores devem lidar “com as especificidades do mercado, adequando [suas] mensagens, práticas e ritos religiosos às [demandas] materiais e ideais dos consumidores” (Mariano, 2003, p. 121). Isto implica duas coisas: “conhecer os interesses de seu público-alvo, [e] atendê-los [através de] todos os meios disponíveis, do modo mais eficaz possível” (Mariano, 2003, p. 121). Resulta, daí, “oferta de serviços religiosos (e mágicos) jamais imaginada no âmbito protestante em seu percurso desencantado” (Prandi, 2008, p. 164).

A terceira busca solucionar dificuldades dos fieis (Prandi, 2008). Pastores “propõem-se a resolver problemas individuais de toda sorte” (Prandi, 2008, p. 164). A quarta envolve copiar bens de salvação (Pierucci, 2008). De fato, “cada vez mais, [pastores] ‘copiam’[-nos] uns dos outros” (Pierucci, 2008, p. 14). A quinta se relaciona a adoção de métodos de gestão. Inserem-se, aí, técnicas publicitárias e estratégias de marketing (Mariano, 2003, 2008). Finalmente, a sexta se refere aos bens de salvação (Mariano, 2003; Pacheco *et al.*, 2007). A ênfase, aí, é na cura divina (Pacheco *et al.*, 2007, p. 55). Pastores fazem promessas de milagres e se apropriam de “práticas mágicas, curas sobrenaturais, rituais de exorcismo ou libertação de espíritos demoníacos” (Mariano, 2003, p. 121).

A **Tabela 2**, a seguir, sequencia as reflexões, sintetizando as proposições teóricas e os autores de interesse.

Tabela 2

**Proposições sobre religião e empreendedorismo, e autores de interesse**

Proposições teóricas	Autores de Interesse
Comportamentos empreendedores variam independentemente uns dos outros. Podem apresentar efeitos diferenciados, característicos;	(Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon <i>et al.</i> , 2000)

**Continua**

Tabela 2 (continuação)

Proposições teóricas	Autores de Interesse
Desempenho de empresas e empreendedores está associado à integração total ou parcial dos comportamentos empreendedores;	(Covin & Wales, 2012; Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996)
Orientação empreendedora se caracteriza por várias combinações	(Lumpkin & Dess, 1996)
Dois fatores influenciam a adoção dos comportamentos empreendedores: i.) oportunidades almeçadas pelos empreendedores, e; ii.) contextos internos e externos de atuação;	(Lumpkin & Dess, 1996)
Organizações religiosas podem ser inovadoras e criativas;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Proatividade está negativamente associada ao desempenho das igrejas. Sua manifestação é interpretada como desrespeito, afronta e ruptura à tradição das congregações. Ela é desencorajada pelas instituições religiosas;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Agressividade competitiva como comportamentos voltados à expansão da participação de mercado de dada instituição. Visa crescimento em mercados existentes;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon <i>et al.</i> , 2000; Pearce <i>et al.</i> , 2010; Wang, 2008).
Igrejas adotam práticas competitivas para manter e crescer sua filiação. Estas variam de sutis a manifestas;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Capacidade de assumir riscos e incertezas pode ser encorajada pela crença na glória divina. Possui potencial para resultados excepcionais, principalmente em configurações onde comportamentos previsíveis são tipicamente altos, como em igrejas;	(Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Autonomia pode aumentar a capacidade de resposta das igrejas aos imperativos ambientais. Pode torná-las capazes de identificar, desenvolver e iniciar mudanças em seus programas e atividades;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Investigar o comportamento empreendedor no contexto de congregações religiosas é uma iniciativa valiosa. Estas se beneficiam dos comportamentos empreendedores dos pastores;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010).
Capacidade de inovação e autonomia estão mais fortemente relacionadas ao desempenho das igrejas que proatividade, assunção de riscos e agressividade competitiva;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Assunção de riscos, proatividade e agressividade competitiva não fornecem contribuições para o desempenho das igrejas;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Congregações não valorizam a competitividade interdenominacional ou intercongregacional;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)

Continua

Tabela 2 (continuação)

Proposições teóricas	Autores de Interesse
Comportamento empreendedor dos pastores como fonte de vantagem competitiva ou de renovação estratégica das igrejas;	(Pearce <i>et al.</i> , 2010)
Capacidade mobilizadora dos pastores determina o desempenho de suas igrejas;	(Gracino Junior, 2008; Mariano, 2003, 2008, 2013)
Pastores almejam em seu comportamento dois objetivos principais: i.) conseguir mais recursos, e; ii.) fieis;	(Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 2008; Prandi, 1996, 1999)
Para conseguir recursos, pastores: i.) mudam a concepção a respeito do dinheiro e dos bens materiais, e; ii.) salientam aos fieis como o ato de dar dinheiro, com a certeza de que ele vai voltar, acrescido, é um gesto de investidor;	(Prandi, 1996, 2008)
Para conseguir fieis, pastores subtraem-nos de outras religiões. O crescimento das igrejas neopentecostais se dá pela busca da conversão de cada indivíduo. O alvo imediato é os membros da igreja católica;	(Pierucci, 1999, 2006a, 2011; Prandi, 1999, 2008)
Diferentes técnicas de conversão são aplicadas pelos pastores. Seis são destacadas pela literatura. São elas: i.) atuar como ativos militantes religiosos; ii.) moldar produtos e serviços às necessidades dos fieis; iii.) solucionar dificuldades das pessoas; iv.) copiar bens de salvação; v.) adotar técnicas publicitárias e estratégias de marketing, e; vi.) prometer milagres religiosos.	(Hamilton, 2009; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003, 2008; Pacheco <i>et al.</i> , 2007; Pearce <i>et al.</i> , 2010; Pierucci, 1999, 2008; Prandi, 2008)

A Seção 2.2, a seguir, expande a natureza da presente reflexão. Apresenta, a partir de abordagem relacional, conjunto de fatores socioestruturais considerados, a exemplo daqueles comportamentais de âmbito empreendedor, fundamentais à sobrevivência e ao desenvolvimento de igrejas em mercados religiosos acirrados, competitivos.

## 2.2) Religião, *Strictness* e Redes: Igrejas como Plataformas Relacionais

Para crescerem em mercados religiosos competitivos, congregações religiosas devem se distinguir das demais, exigindo de seus adeptos padrão de conduta, inclusive de natureza moral, diferenciado. Neste contexto, ganha relevância a temática do *strictness*, derivada da abordagem da Escolha Racional da Religião (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone,

1994, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1995, 1997; Finke, 1997; Stark, 1999; Stark *et al.*, 1996, entre outros). Baseada no rigor sectário, caracteriza-se pela presença de doutrina fechada, moralidade distinta, condenação ao desvio de comportamento e relativo repúdio ao contexto exterior (Iannaccone, 1994). Expressa, ao mesmo tempo, os benefícios dos agrupamentos religiosos que mantêm estilo de vida característico e afastado em áreas como vestimenta, alimentação, bebida, sexo, criação dos filhos, entretenimento, entre outras (Iannaccone, 1994; Mariano, 2008; Stark, 1999). Três de suas características, embora interconectadas, são, no momento, de interesse particular: i.) presença de demarcação de traços distintivos e sectários (Mariano, 2008); ii.) níveis elevados de comprometimento e participação (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Mariano, 2008), e; iii.) capacidade de restringir a atuação de aproveitadores ou oportunistas – *free-riders* – (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone *et al.*, 1995; Mariano, 2008).

Fundamentados em exigências custosas, tais agrupamentos obrigariam seus “membros a se qualificarem para acatar os sacrifícios demandados de todos” (Mariano, 2008, p. 58). Esta rigidez, por sua vez, reforça, entre eles, sentimentos de pertencimento, elevando seus níveis de participação e comprometimento. Disto resulta a partilha de diferentes benefícios e maior produção e consumo coletivos de bens religiosos, como cultos, sermões, liturgia e louvor entusiásticos (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Mariano, 2008). Com efeito, integrantes “de denominações rigorosas investem mais tempo e dinheiro para suas religiões, e são mais propensos a se descreverem como fortes em sua fé” (Iannaccone, 1994, p. 1205, tradução nossa). Isso se torna possível, sobretudo, porque o rigor e auto monitoramento exigidos aos membros mitigam problemas associados aos *free-riders* (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone *et al.*, 1995; Mariano, 2008; Prandi, 1991; Stark, 1999).

Compreendidos como intrusos ou aproveitadores, *free-riders* prejudicariam a ação coletiva por compartilharem dos benefícios sem contribuir (Finke, 1997; Iannaccone, 1994;

Mariano, 2008). Os problemas surgem quando membros dos grupos recebem recursos na extensão dos esforços coletivos, ao invés de individuais. Uma vez que irão se beneficiar caso contribuam ou não para a causa comum, surge-se forte incentivo para minimizar esforços próprios, desfrutando do empenho alheio. Se número representativo de membros cederem a tal tentação, a atividade coletiva tenderá a falhar (Finke, 1997; Iannaccone, 1994). Grupos religiosos calcados no *strictness* parecem menos propensos a ocorrência deste fenômeno (Finke, 1997). Seus “membros potenciais são obrigados a escolher se irão participar ou não. O meio termo é eliminado, e, [contraditoriamente,] aqueles permanentes acham que seu bem-estar foi elevado” (Iannaccone, 1994, p. 1188, tradução nossa).

A capacidade de comprometimento, de demarcação e, ao mesmo tempo, de restrição à atuação de oportunistas pode ser observada em certas igrejas neopentecostais (ver, por exemplo: Ciscon-evangelista & Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Pierucci, 2006b; Pierucci & Prandi, 1987; Prandi, 2008; Scott & Cantarelli, 2004). Nelas, o fenômeno do *strictness* manifestar-se-ia, à princípio, sob duas faces distintas e complementares. A primeira se relacionaria às interações internas. Evidencia-se quando indivíduos começam a integrar agrupamentos formados por fortes laços religiosos, e passam a dedicar seus vínculos, sobretudo, a tais grupos (Ciscon-Evangelista & Menandro, 2011). Suas “pertencas confessionais [que determinariam] suas redes de sociabilidade” (Hervieu-Léger, 2008, p. 52). Com efeito, em estudo sobre jovens evangélicos, Ciscon-Evangelista e Menandro (2011) e Scott e Cantarelli (2004) constatam como os “limites estéticos e comportamentais impostos [pela] religião” (Prandi, 2008, p. 159) desestimulam-nos de participarem de “grupo maior do que aquele limitado pela própria igreja” (Scott & Cantarelli, 2004). Alguns chegam a ser radicais. Os da Assembleia de Deus são exemplos disto. Eles evitam “amizades fora de seu grupo religioso, ao mesmo tempo em que [...] impedem a

participação, em seu dia-a-dia, de quem não pertence a esta denominação” (Ciscon-Evangelista e Menandro, 2011, p. 199).

A segunda, por sua vez, refere-se ao acesso aos laços exteriores (ver, por exemplo: Pierucci, 2006b; Pierucci & Prandi, 1987; Prandi, 2008). Para isto, igrejas pentecostais e neopentecostais visam “indivíduos dispostos a romper com o próprio passado religioso” (Pierucci, 2006b, p. 114), “com a própria biografia” (Pierucci & Prandi, 1987, p. 34). Congregacionalistas, assumem forma ativa e socialmente disruptiva, predatória e extrativista (Pierucci, 2005, 2006b), agrupando seguidores que elas “próprias ‘des(a)gregam’ de outras greis, por secessão ou abdução” (Pierucci, 2006b, p. 122). De fato, “se se trata de formar [...] comunidade religiosa, então, o primeiro passo [envolve] dissolver vinculações comunitárias anteriores, sejam quais forem, soltar indivíduos de suas antigas amarras, sejam estas religiosas ou de outra ordem” (Pierucci, 2006b, p. 123). Envolve, em outras palavras, “solver relações sociais tradicionalmente básicas” (Prandi, 2008, p. 159).

Isto possui implicações diretas sobre laços adstritos. Diversos autores, em outros contextos, já projetaram luzes sobre associações entre religião e vínculos familiares. Ao refletir sobre denominações soteriológicas, Weber (1964, 1996 [1905]) salienta suas capacidades para impulsionar fiéis a adotarem nova concepção na qual devem “aproximar-se mais do salvador, do profeta, do sacerdote, do padre confessor e do irmão em fé do que dos parentes naturais e da comunidade matrimonial” (Weber, 1964, p. 377). “Insólita [...] por sua crueza sociológica [...], já que fala da religião desfazendo laços de família, que se afiguram sagrados” (Pierucci, 2006b, p. 121), tal compreensão elucida uma perspectiva na qual as “relações do clã e do matrimônio [são parcialmente] desvalorizadas” (Pierucci, 2006b, p. 377). Com efeito, em reflexão sobre seitas puritanas, evidencia o autor sua dupla função. Ao mesmo tempo em que agrupavam indivíduos vinculados sob coletividade religiosa, distanciavam aqueles cujas condutas não se identificavam com suas exigências ético-

religiosas (Bendix, 1986a; Sell, 2004; Weber, 1996 [1905]). Aos membros, implicou “o rompimento [de seus] laços de parentesco, a constituição da supremacia da comunidade de conduta de vida baseada na crença e na ética diante da comunidade de sangue e em grande medida da família” (Weber, 1999, p. 153).

Mesmo atualmente, em contexto distinto, é possível observar como, “não poucas vezes, a nova ‘família’ [evangélica] se sobressai como objeto de investimento de tempo e afeto em relação à natural” (Pacheco *et al.*, 2007, p. 58). A aversão apresentada pelos filhos à dedicação religiosa de suas mães se demonstra comumente ineficiente em sua meta de desestimular-las a frequentar a igreja. Neste ambiente, é comum “maridos [serem] obrigados a aceitar, pais [serem] surpreendidos pelos novos referenciais de seus filhos e amigos se [ressentirem] por terem sido deixados de lado” (Pacheco *et al.*, 2007, p. 58). Evidências de como a “religião aproxima os iguais e os distancia dos outros” (Prandi, 2008, p. 159), de como ela exerce dupla função de “identificação social: interna, porque incorpora os que creem em determinada comunidade; externa, porque separa daqueles que não [a] pertence” (Hervieu-Léger, 2008, p. 27).

Derivaria, desta dinâmica, a constituição de dois grupos antagônicos. O primeiro é de natureza religiosa e densamente formado por indivíduos que identificam nas igrejas evangélicas coletividade comum. Neste, a “qualidade religiosa é medida pela intensidade afetiva dos laços entre membros” (Hervieu-Léger, 2008, p. 119), o comprometimento à fé é suportado pelas redes sociais (Stark & Bainbridge, 1980). O segundo, por sua vez, é estruturalmente esparso e simbolicamente composto pelas demais pessoas, chamadas pelos evangélicos de “pessoas ‘do mundo’” (Ciscon-Evangelista e Menandro, 2011, p. 200). Ciscon-Evangelista e Menandro (2011) denominam-nos de “endogrupos” e “exogrupos”, respectivamente. Mostram os autores sua função social. É através da categorização e comparação com exogrupos que evangélicos definem sua própria identidade. Cunhada de

“dimensão comunitária” (Hervieu-Léger, 2008), representa o conjunto de marcas sociais e simbólicas que definem suas fronteiras e permitem distinguir “aqueles que são do grupo daqueles que não são” (Hervieu-Léger, 2008, p. 66).

Ao observar o outro e identificar suas características, o indivíduo pode olhar para si e perceber que não é como aquele outro – é diferente. Ao perceber suas próprias características, agora renovadas e com significado definido com base em critérios religiosos, os evangélicos atribuem valoração positiva ao seu endogrupo, que é visto não apenas como diferente, mas, como melhor, já que aqueles que o integram se percebem como mais capazes de orientar sua vida, [uma vez que] foram capazes de mudá-las utilizando os instrumentos tornados disponíveis pela religião (Ciscon-Evangelista & Menandro, 2011, p. 200).

Sobre agrupamentos religiosos, dois princípios básicos parecem orientá-los: primeiro, o dualismo, da moral do nosso-grupo e do grupo exterior; segundo, para a moral do nosso-grupo, simples reciprocidade: o que me fizeres, eu te farei (Weber, 1964). Com efeito, fundamentados em princípios bíblicos que defendem que os fieis devem “ajudar primeiro os ‘irmãos de fé’, os frequentadores do mesmo templo” (Almeida, 2006, p. 119), grupos evangélicos estimulam entre seus membros a coesão, a confiança e a solidariedade mútua (Almeida, 2006; Camargo, 1973; Martes & Rodriguez, 2004; Pacheco *et al.*, 2007; Pierucci & Prandi, 1987, 1996; Serafim *et al.*, 2012). Ultrapassando sua finalidade eclesiástica, chegam, de fato, a atuar como verdadeiros “circuitos de trocas [...] que envolvem dinheiro, comida, utensílios, informações, recomendações de trabalho, entre outros” (Almeida, 2006, p. 119). Evidência é vista na maior facilidade com que “empreendedores [...] afiliados às igrejas protestantes [possuem em] atrair consumidores que compartilham das mesmas crenças e [...] redes sociais” (Martes & Rodriguez, 2004, p. 134).

Na visão de pesquisadores (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone *et al.*, 1995), a manifestação do *strictness* é de fundamental importância, sobretudo em mercado competitivo – à exemplo do brasileiro – onde as instituições religiosas devem se distinguir e diferenciar. Contudo, a dinâmica do *strictness* aparenta caracterizar-se por

paradoxo. Observam os autores como o desenvolvimento dos agrupamentos religiosos parece associado a seu certo equilíbrio (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone *et al.*, 1995; Mariano, 2008). Enquanto falta de *strictness* estimularia a atuação de *free-riders*, seu excesso, por sua vez, implicaria na formação de grupos estruturalmente oclusos, desfavoráveis ao seu próprio crescimento (Finke, 1997). Igrejas “bem-sucedidas” (Mariano, 2008, p. 60) aparentam sustentar fortes relações internas e, ao mesmo tempo, manter-se como rede social parcialmente aberta, capaz de formar e apoiar laços exteriores (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone *et al.*, 1995; Mariano, 2008).

Tal reflexão guarda forte sintonia com proposições, advindas da área das redes sociais, sobre os benefícios derivados do adequado equilíbrio entre relações próximas e distantes. Distinguem-se, aí, reflexões de um autor fundamental: Granovetter (1973, 1983, 2009). Ele edificou duas duplas de conceitos, por um lado, a de laços fortes e fracos (1973, 1983), e, por outro, a de acoplamento e desacoplamento sociais (2009), que, embora diretamente interdependentes entre si, são, no momento, de foco particular. Os laços fortes são constituídos por contatos frequentes e de longa duração entre dois (díades) ou mais indivíduos (Granovetter, 1973, 1983). Fornecem acesso facilitado a recursos como solidariedade, confiança e assistência mútua, que tornam tais relações peculiares. Redes<sup>13</sup> sociais densas, formadas por laços fortes, tendem a concentrar e a reproduzir recursos semelhantes e não adicionais (Burt, 1999, 2008, 2009; Granovetter, 1973, 1983). Já os laços fracos são caracterizados por relacionamentos pouco frequentes, constituídos em ocasiões nas quais os contatos com as díades são fortuitos ou de curta duração (Granovetter, 1983). Originários de diferentes tipos de redes, geram e distribuem recursos inéditos, que extrapolam os disponíveis

---

<sup>13</sup> i.) “conjunto de nós (pessoas ou organizações) conectados por relacionamentos ou laços” (Granovetter, 2000, p. 219, tradução nossa); ii.) conjunto de indivíduos ou organizações interligadas direta ou indiretamente (Balestrin & Vargas, 2004, p. 205); iii.) dispositivo capaz de representar a estrutura social como pontos, e relações como linhas de conexões (Granovetter, 1976, p. 1287, tradução nossa).

no conjunto de relacionamentos no qual o empreendedor encontra-se imerso (Granovetter, 1983). Salienta o autor que “indivíduos com poucos laços fracos serão privados de informações de partes distantes do sistema social” (Granovetter, 1983, p. 202, tradução nossa). Granovetter (1973) vislumbra o empreendedor como agente capaz de conectar, via laços fracos, grupos sociais distintos, compostos por atores que, de outra maneira, permaneceriam desconectados. Desta maneira, o autor (1973, 1983) termina por defender a força dos laços fracos.

Tal reflexão sobre laços fortes e fracos apresenta grande consonância com a literatura sobre capital social, tal como explorada por Coleman (1988, 1990) e Burt (1980, 1997, 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2004, 2008, 2009), respectivamente. Enquanto o primeiro associa capital social aos recursos imersos em redes coesas, o segundo amplia o argumento de Granovetter (1973) sobre laços fracos e o associa aos benefícios derivados da intermediação entre redes desconectadas entre si. Surgida na década de 1980, a primeira abordagem denomina-se fechamento ou oclusão (Burt, 2009; Coleman, 1988, 1990). Concentra-se “nos riscos associados às informações incompletas” (Burt, 2000b, p. 351) e nos benefícios sócio-estruturais obtidos através do relacionamento entre indivíduos fortemente enlaçados entre si (Coleman, 1988, 1990). O argumento é de que redes densas proporcionam vantagens às pessoas (Coleman, 1988, 1990). Três delas podem ser destacadas.

A primeira se relacionaria às obrigações e confiabilidade dos agrupamentos. Para ilustrar, imagine duas pessoas, Ilda e Lúcia, e que ambas estejam imersas em mesma rede. Suponha que Ilda tenha feito favores à Lúcia, estabelecendo expectativas na primeira e obrigações na segunda. Caso aquela possua tal crédito com outras pessoas, pode-se inferir que Ilda detém expressivo capital social armazenado. Seu acesso, contudo, depende do nível de confiança e da extensão na qual as obrigações podem ser asseguradas ao longo do tempo (Coleman, 1988). Quanto mais coeso o agrupamento, maior a probabilidade para isto

(Coleman, 1988, 1990). “Deste modo, pode-se dizer que fechamento cria confiabilidade à estrutura social” (Coleman, 1988, pp. 107-108, tradução nossa).

A segunda se relacionaria à possibilidade de aplicar sanções. Assim, tornar-se-ia “menos arriscado às pessoas confiar umas nas outras” (Burt, 2001, p. 207), estimulando nelas o desenvolvimento de comportamento cooperativo (Coleman, 1988). Finalmente, o terceiro se referiria ao acesso facilitado aos recursos. “Um meio pelo qual informações podem ser adquiridas é [através] de relações mantidas para outros objetivos” (Coleman, 1988, p. 104). Um cientista interessado em se manter atualizado sobre pesquisas em suas áreas de interesse, por exemplo, pode consegui-lo fazendo uso de suas interações em redes acadêmicas (Coleman, 1988).

Ronald Burt (1980, 1997, 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2004, 2008, 2009), por sua vez, sustenta outra vertente de raciocínio. A proposição do autor é a de que atores com laços fracos em agrupamentos densos e separados entre si se encontrariam em vantagem em relação aos demais (Burt, 2009). Na medida em que constituem única rota através da qual recursos podem fluir entre redes, eles podem explorar antecipadamente os benefícios do “buraco estrutural” (Burt, 1997, 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2004), termo que ilustra situações nas quais lacunas separam grupos dispostos de recursos adicionais (Burt, 1997, 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2004, 2009). “Redes ricas em buracos estruturais apresentam oportunidades ao comportamento empreendedor. Os comportamentos pelos quais os gestores desenvolvem essas oportunidades são muitos e variados, mas, a oportunidade em si é [...] definida pelo buraco na estrutura em torno do gestor” (Burt, 1997, p. 342, tradução nossa).

Posteriormente, a partir da década de 1990, Granovetter progride em suas reflexões sobre laços sociais, tornando mais claros os diferentes benefícios e/ou inconvenientes gerados por cada tipo de interação social. Faz isto ao desenvolver uma tipologia de estruturas – de particular relevância para esta pesquisa – fundamentada, sob o nível de coesão dos

agrupamentos, em dois conceitos principais: acoplamento e desacoplamento sociais. Enquanto o primeiro indicaria a presença de redes de relacionamentos dotadas de forte interação entre atores, e, conseqüentemente, de maior coesão interna, o desacoplamento sugeriria redes menos densas e mais fragmentadas. Nível excessivo de acoplamento poderia ser prejudicial a certos empreendimentos, assim como sua escassez (Granovetter, 1995, 2009). Ao observar a criação de pequenas empresas por populações imigrantes de vários países, enfatiza Granovetter (2009) a importância de haver equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento, isto é, a presença, concomitante, de certo grau entre ambos.

Com efeito, ao passo que o primeiro gera “solidariedade horizontal”, a presença de relações de confiança, expressos em laços capazes de gerar reciprocidade, o segundo, por sua vez, sinaliza para a possibilidade de afastamento e desconexão, importantes em certas situações. Muitas vezes, esta capacidade de relativo distanciamento e impessoalidade seria a maneira que o empreendedor possui de evitar a “solidariedade descontrolada”, os abusos, derivados dos laços fortes (amigos pessoais, familiares), capazes de incidir, de maneira nociva, sobre seu empreendimento. A imposição de interesses pessoais sobre os negociais ou empresariais pode subverter a lógica produtiva do negócio, inibindo processos racionais de decisão e a busca por eficiência. Livre dos entraves gerados por excesso de acoplamento, o indivíduo possui maior autonomia de ação. Observa Granovetter (2005a, p. 195) como "uma estratégia baseada na confiança e na limitação das obrigações parece ser conveniente na criação de pequenas empresas prósperas". Granovetter (2009) insere os laços familiares no contexto de forte acoplamento. Tal tema vem merecendo recente atenção dos pesquisadores, embora não pareça ter chegado ao Brasil (Castilla, Hwang, Granovetter, & Granovetter, 2000; Li, Leung, Chen, & Luo, 2012; Luo, 2011; Stryjan & Högskola, 2006).

Dois contextos práticos ajudam Granovetter (2009) a sustentar seu argumento sobre acoplamento e desacoplamento sociais. O primeiro relaciona-se à “solidariedade horizontal”.

Ao apresentar o cenário empreendedor de Modjokuto e de Estância, demonstra o autor como sua ausência pode comprometer o desenvolvimento de empreendimentos bem-sucedidos. O segundo, por sua vez, associa-se à “solidariedade descontrolada”, em como o excesso de reivindicações de natureza social e não econômica impede a eficiência e a racionalização dos empreendimentos. Para isso, detalha o panorama empreendedor de Tabanan.

Modjokuto localiza-se na Indonésia. Estância, nas Filipinas. A primeira caracteriza-se pelo individualismo dos empreendedores. Suas relações distinguem-se por dimensão quase exclusivamente econômica, baseada na ausência de laços sociais entre compradores e vendedores, e entre os próprios comerciantes. Isto limita o alcance das organizações. A falta de solidariedade horizontal impede a ampliação da base relacional para além das conexões familiares imediatas, impedindo seu crescimento. As empresas crescem em estágio inicial, mas, estagnam-se após esta etapa. A segunda, por sua vez, demonstra como a ausência de solidariedade pode se manifestar em contexto distinto. Lá, deriva de difundida desconfiança entre as pessoas (Granovetter, 2009, p. 246, tradução nossa). Mesmo no núcleo familiar, quando o assunto é negócios, a confiança é frequentemente limitada (Granovetter, 2009). A premissa é a de que eles se preocupam, somente, com o próprio bem-estar. Por isso, obterão vantagens sempre que possível (Granovetter, 1995, 2009). Aparentemente, o contexto de Estância se assemelha ao de Modjokuto. Contudo, ao contrário dos indonésios, os filipinos vivem em imbricadas redes sociais e econômicas, formadas por fortes laços entre clientes, consumidores e fornecedores. Trata-se, portanto, de cenário onde há sentimentos de responsabilidade uns com os outros (Granovetter, 1995, 2009).

Por fim, Tabanan localiza-se próximo de Modjokuto. Apresenta, contudo, visíveis diferenças culturais e sociais em relação a esta. Sua estrutura social caracteriza-se por forte solidariedade entre indivíduos. Eles integram densos agrupamentos sociais, chamados Seka, cujos valores de lealdade e orgulho estimulam indivíduos a priorizarem as necessidades dos

grupos em relação às pessoais. A relevância destes Sekas contribui para que a vida econômica gire em torno destas afiliações, sendo incomum a existência de empreendimentos de natureza individual. O excesso de solidariedade, presente aí, gera malefícios aos empreendimentos. Fazem com que sejam ancorados em lealdades não econômicas derivadas de pressões associadas à promoção do bem-estar da população. “Não somente existe grande pressão para dividir os lucros, ao invés de reinvesti-los, como existe, também, tendência a empregar equipes excessivamente grandes” (Geertz *as cited in* Granovetter, 2009, p. 248, tradução nossa). Há “um tipo de economia moral que milita contra a racionalização das empresas, caso pareça ser à custa da comunidade” (Granovetter, 2009, p. 248).

Note, a partir dos exemplos de Modjokuto, Estância e Tabanan, como a ausência e o excesso de solidariedade impactam negativamente o desenvolvimento bem-sucedido de empreendimentos produtivos. Para isto, adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento sociais demonstra-se fundamental. Salienta Granovetter (2009) a habilidade de os minoritários grupos de emigrantes chineses em conseguirem tal atributo. Identificados por mesma coletividade, delimitada pela combinação entre etnia e origem geográfica comuns, eles reuniram nestas os atributos considerados pelo autor essenciais à obtenção do apropriado ajuste da estrutura social. Dele, obtêm-se importantes recursos. Por um lado, as fortes relações entre os chineses desestimulariam, entre eles, o surgimento do individualismo, vislumbrado em Modjokuto. Além disso, uma consolidada confiança entre os chineses, e entre estes e as comunidades nas quais se inserem, preveniria, também, sentimento generalizado de desconfiança, evidente nas Filipinas. Por outro lado, sua estrutura social parcialmente desacoplada faz com que os chineses não identifiquem nas populações estrangeiras uniformidade étnico-geográfica, impedindo delas reivindicações capazes de bloquear a racionalidade de suas organizações.

Ao mesmo tempo, “sua solidariedade é emergente e construída, portanto, propensa a claros limites” (Granovetter, 2009, p. 258, tradução nossa). Outros fatores como o tamanho das empresas, frequentemente frágeis em seus estágios iniciais, combinada à contratação de empregados de diferentes agrupamentos étnico-geográficos, a quem nenhuma lealdade ou obrigação é esperada, também contribuem para que as solicitações sejam contidas (Granovetter, 1995, 2009). Com efeito, “tão importante quanto a intensidade de interação é o limite claramente definido a partir do qual tal intensidade e confiança caem acentuadamente” (Granovetter, 2009, p. 255, tradução nossa). Chineses emigrantes parecem mais capazes de obterem tais atributos. Argumenta Granovetter (2009) como os “imigrantes [possuem] vantagens sobre os nativos em alcançar o equilíbrio correto entre o [...] ‘acoplamento’ e o ‘desacoplamento’” (Granovetter, 2009, p. 258, tradução nossa).

A **Figura 1**, apresentada a seguir, amplia a natureza desta reflexão. Baseada em Granovetter (2009), expõe e compara vantagens e desvantagens de indivíduos que desenvolvem atividades empreendedoras em duas configurações distintas: i.) no país de origem, e; ii.) em países estrangeiros.

QUADRANTE "A"		QUADRANTE "B"		
País de origem	Empreendedores		Comunidade local	
	Profundamente acoplados		Profundamente acoplados	
	Vantagens	Desvantagens	Vantagens	Desvantagens
	a) Proporciona a solidariedade horizontal; b) Gera acesso facilitado a recursos imersos;	a) Estimula a solidariedade descontrolada; b) Impede a racionalidade dos empreendimentos; c) Disponibiliza recursos redundantes/não adicionais; d) Dificulta a atribuição de funções comerciais;	a) Proporciona a solidariedade horizontal; b) Constitui mercado consumidor; b) Proporciona acesso facilitado a recursos imersos;	a) Estimula a solidariedade descontrolada; b) Impede a racionalidade dos empreendimentos; c) Disponibiliza recursos redundantes/não adicionais;

QUADRANTE "D"		QUADRANTE "C"	
País estrangeiro	<b>Empreendedores</b>	<b>Comunidade local</b>	
	<b>Parcialmente acoplados e desacoplados</b>	<b>Parcialmente acoplados e desacoplados</b>	
	<i>Vantagens</i> <i>Desvantagens</i>	<i>Vantagens</i> <i>Desvantagens</i>	
	a) Proporciona a solidariedade horizontal; b) Impede a solidariedade descontrolada; c) Impulsiona a racionalidade do empreendimento; d) Proporciona acesso facilitado a recursos imersos; e) Disponibiliza recursos não redundantes e adicionais;	a) Proporciona a solidariedade horizontal; b) Impede a solidariedade descontrolada; c) Bloqueia solicitações de natureza não econômica; d) Disponibiliza recursos não redundantes e adicionais; e) Atenua expectativas de generosidade e bondade; f) Possibilita adotar práticas comerciais racionais; g) Permite reter diferenças étnicas, quando vantajoso; h) Constitui mercado;	País estrangeiro

**Figura 1.** Atributos do empreendedorismo no país de origem e no país estrangeiro.

Os quadrantes A e B apresentam contextos nos quais indivíduos se encontram densamente acoplados. Ressaltam recursos eventualmente disponibilizados pelos empreendedores (A) e pelas comunidades (B) aos atores que desenvolvem iniciativas autônomas no país de origem. Já os quadrantes C e D ilustram cenários nos quais os agentes emigram e desenvolvem tais atividades em outro país. Nesta situação, eles se encontram parcialmente acoplados e desacoplados com os demais empreendedores (D) e com a comunidade receptora (C). Note como empreendedores dos Quadrantes A e B obtêm acesso facilitado a importantes recursos, como auxílio financeiro, ajuda mútua, apoio emocional, entre outros. Ao mesmo tempo, encontram-se fortemente acoplados à estrutura nativa, criando-lhes obstáculos. Eles podem sofrer excesso de solicitações não econômicas, oriundas dos demais empreendedores (A) e dos amigos, familiares e conhecidos (B).

É somente quando se desacoplam de sua comunidade nativa e se inserem em novo país, argumenta Granovetter (2009), é que eles conseguem impedir a solidariedade

descontrolada. Veja o caso dos chineses. Parcialmente desacoplados das comunidades receptoras (Quadrantes C e D), eles impedem reivindicações não econômicas e atenuam nelas expectativas quanto a possíveis comportamentos de generosidade e bondade. Ao conservarem distinções étnico-geográficas, conseguem adotar conduta antissocial necessária ao desenvolvimento empreendedor. Com isso, demonstram como as análises usualmente tomam como dada a mais interessante parte do problema – os fatores que tornam rentáveis pensar na manutenção e manipulação da identidade étnica como questão de escolha racional (Granovetter, 2009).

A **Tabela 3**, a seguir, sequencia as reflexões, sintetizando as proposições teóricas e os autores de interesse.

Tabela 3

**Proposições sobre religião, *strictness* e redes, e autores de interesse**

Proposições teóricas	Autores de Interesse
<i>Strictness</i> se refere aos grupos religiosos que: i.) mantêm estilo de vida distintivo e separado; ii.) possuem doutrina fechada; iii.) apresentam relativo repúdio ao contexto exterior; iv.) condenam o desvio de comportamento; v.) contêm moralidade distinta;	(Iannaccone, 1994; Mariano, 2008; Stark, 1999)
<i>Strictness</i> : i.) demarca traços distintivos e sectários; ii.) reforça entre fiéis sentimentos de pertencimento, elevando seus níveis de participação e comprometimento; iii.) resulta na partilha de benefícios e na maior produção e consumo coletivos de bens religiosos;	(Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Mariano, 2008)
<i>Strictness</i> possibilita aos grupos barrarem a atuação de <i>free-riders</i> ;	(Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone <i>et al.</i> , 1995; Mariano, 2008; Prandi, 1991; Stark, 1999)
<i>Free-riders</i> são intrusos, aproveitadores. Prejudicam a ação coletiva por compartilharem dos benefícios sem contribuir;	(Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Mariano, 2008)
Grupos religiosos propensos à atuação de <i>free-riders</i> tendem a fracassar;	(Finke, 1997; Iannaccone, 1994)
Há paradoxo na dinâmica do <i>strictness</i> . Desenvolvimento dos agrupamentos religiosos se associa ao seu certo equilíbrio;	(Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone <i>et al.</i> , 1995; Mariano, 2008)

Continua

Tabela 3 (continuação)

Proposições teóricas	Autores de Interesse
Falta de <i>strictness</i> estimula a atuação de <i>free-riders</i> . Seu excesso, por sua vez, implica a formação de agrupamentos estruturalmente oclusos, desfavoráveis ao seu próprio crescimento;	(Finke, 1997)
Grupos evangélicos aparentam: i.) sustentar fortes laços internos, e; ii.) acessar laços exteriores;	(Ciscon-evangelista & Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Pierucci, 2006b; Pierucci & Prandi, 1987; Prandi, 2008; Scott & Cantarelli, 2004)
Quando convertem, indivíduos passam a dedicar seus vínculos sociais, sobretudo, aos integrantes de grupos evangélicos;	(Ciscon-Evangelista & Menandro, 2011)
Pertenças confessionais determinam as redes de sociabilidade dos evangélicos;	(Ciscon-Evangelista e Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Prandi, 2008; Scott & Cantarelli, 2004)
Conversão religiosa implica, pelos indivíduos, parcial desvinculação de seus laços adstritos;	(Pacheco <i>et al.</i> , 2007; Pierucci, 2006a, 2006b; Prandi, 2008)
“Dimensão comunitária” dos grupos religiosos permite distinguir suas fronteiras sociais e econômicas;	(Ciscon-Evangelista & Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008)
Religião possui dupla função de identificação social: interna, porque incorpora os que creem em determinada comunidade; externa, porque separa daqueles que não a pertencem;	(Hervieu-Léger, 2008)
Grupos evangélicos estimulam entre os fiéis a coesão, a confiança e a solidariedade mútua. Atuam como círculos de trocas que envolvem dinheiro, comida, utensílios, informações, recomendações de trabalho, entre outros;	(Almeida, 2006; Camargo, 1973; Martes & Rodriguez, 2004; Pacheco <i>et al.</i> , 2007; Pierucci & Prandi, 1987, 1996; Serafim <i>et al.</i> , 2012).
Evangélicos ajudam, primeiro, os “irmãos de fé”, os frequentadores do mesmo tempo;	(Almeida, 2006)
Grupos religiosos “bem-sucedidos” sustentam fortes relações internas e, ao mesmo tempo, mantêm-se como rede social capaz de formar e apoiar laços exteriores;	(Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone <i>et al.</i> , 1995; Mariano, 2008).
Atividades empreendedoras bem-sucedidas exigem adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento;	(Granovetter, 2009)
Nível excessivo de acoplamento pode ser prejudicial a certos empreendimentos, assim como sua escassez;	(Granovetter, 2009)
Empreendedorismo bem-sucedido exige relativo grau de fragmentação social;	(Granovetter, 2009)
Adequado ajuste entre acoplamento e desacoplamento é obtido por empreendedores emigrantes identificados por mesma coletividade, sendo esta delimitada através da combinação de dois fatores: etnia e origem geográfica comum;	(Granovetter, 2009)

Continua

**Tabela 3 (continuação)**

<b>Proposições teóricas</b>	<b>Autores de Interesse</b>
Desacoplamento dos empreendedores às comunidades receptoras não implica ruptura de suas relações sociais e comerciais;	(Granovetter, 2009)
Nível apropriado de acoplamento proporciona desenvolvimento da solidariedade horizontal;	(Granovetter, 2009)
Nível apropriado de desacoplamento desestimula surgimento da solidariedade descontrolada;	(Granovetter, 2009)
Desacoplamento evita a “solidariedade descontrolada”, o excesso de reivindicações de natureza social e não econômica;	(Granovetter, 2009)
Empreendedores emigrantes possuem vantagens sobre os nativos em alcançar o equilíbrio correto entre acoplamento e desacoplamento;	(Granovetter, 2009)
Empreendedores necessitam mover de seus países de origem para obterem adequado equilíbrio do acoplamento/desacoplamento sociais;	(Granovetter, 2009)
Redes coesas proporcionam benefícios exclusivos, tais como confiança, normas coletivas e acesso facilitado aos recursos imersos;	Coleman (1988, 1990)
Quanto mais denso o agrupamento, maior será: i.) o sentimento de confiança ; ii.) a probabilidade de que as obrigações e a solidariedade serão estimuladas e sustentadas;	Coleman (1988, 1990)
Redes coesas impedem comportamentos oportunistas. Estimulam atitudes baseadas no interesse comum;	Coleman (1988, 1990)

### **Quadro de Análise Teórico Proposto**

É possível observar, a partir do que foi refletido até o momento, como a competitividade religiosa, impulsionada pela desregulamentação do Estado e expressa em sua manifestação de mercado, implicaria aos pastores evangélicos e aos seus agrupamentos religiosos, às suas seitas evangélico-neopentecostais, em particular, a necessidade de combinarem atributos considerados fundamentais às suas próprias sustentação e desenvolvimento. Dois grupos deles foram, aqui, abordados de maneira destacada. O primeiro, apresentado na seção 2.1, referiu-se à capacidade de os pastores atuarem como empreendedores religiosos (Covin & Slevin, 1989; Covin *et al.*, 2006; Covin *et al.*, 1994; Covin & Wales, 2012; Dawson, 1998; Finke, 1990,

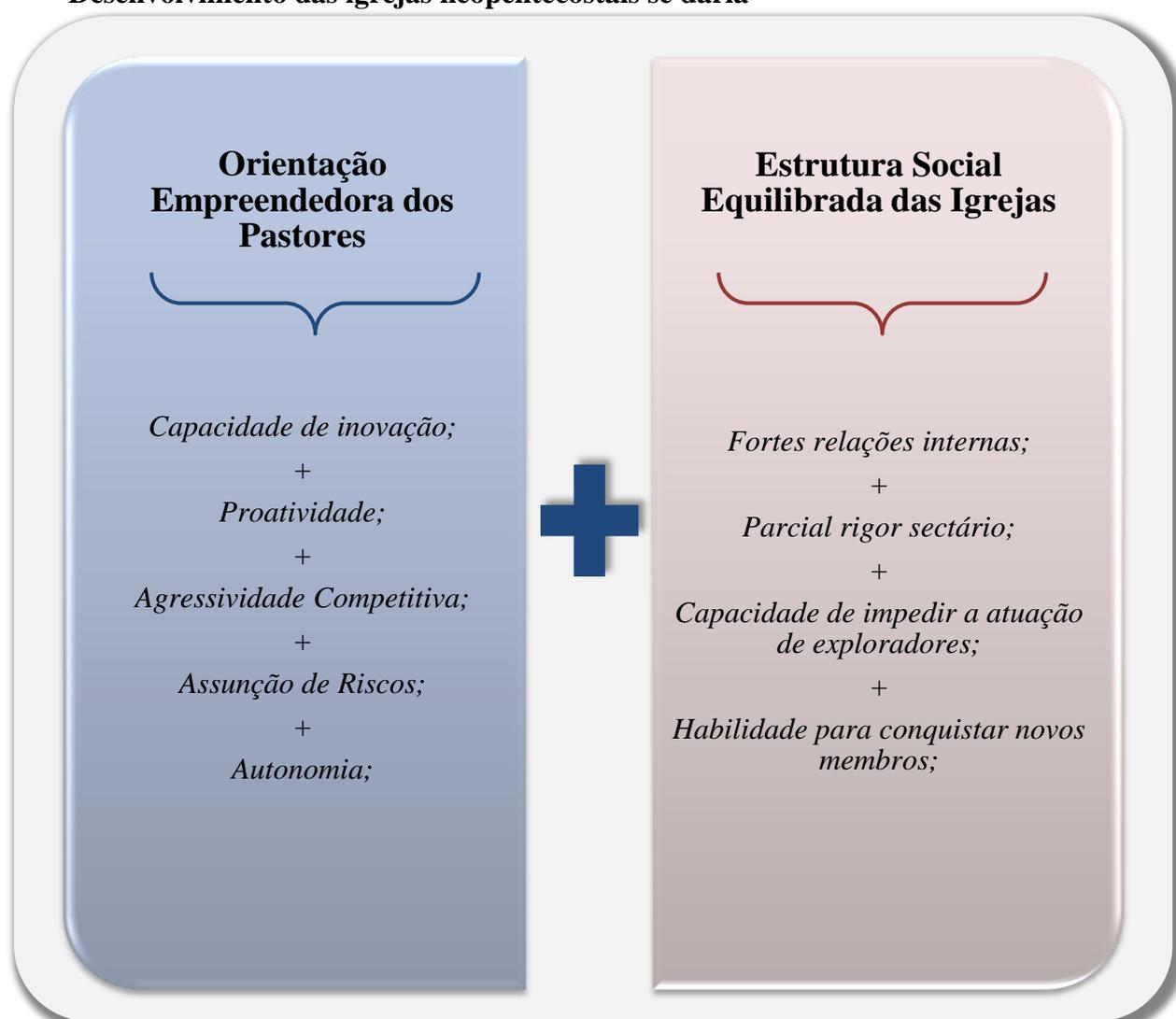
1997; Finke *et al.*, 1996; Finke & Stark, 1988, 1992; Hugles & Morgan, 2007; Knight, 1997; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000; Miller, 1983; Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Walter *et al.*, 2006; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005, entre outros). Eles possuiriam, teoricamente, habilidades para combinarem, sob distintos graus, comportamentos associados à capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, assunção de riscos e autonomia. O segundo, discutido na seção 2.2, por sua vez, relacionou-se à capacidade de as igrejas neopentecostais combinarem atributos socioestruturais, sustentando fortes relações internas, mantendo-se como rede social relativamente aberta, e, ao mesmo tempo, impedindo a manifestação de exploradores. Duas vertentes teóricas distintas, uma derivada da Abordagem da Escolha Racional da Religião (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1995; Iannaccone *et al.*, 1997; Stark, 1999; Stark *et al.*, 1996, entre outros), outra da literatura sobre rede sociais (Granovetter, 2009, entre outros), foram, aí, apropriadas.

Note, a partir daí, como as reflexões apresentadas nas seções 2.1 e 2.2 demonstram-se complementares entre si. Neste sentido, elas poderiam ser associadas em modelo teórico integrado, totalmente inédito, capaz de projetar luzes sobre dimensões da atuação dos pastores e de suas igrejas, e, com isso, ampliar a atual compreensão de fatores relacionados ao desenvolvimento de empreendimentos religiosos produtivos. Desta maneira, tal como aqui proposto, a trajetória positiva ou negativa de pastores e de suas igrejas neopentecostais estaria, teoricamente, influenciada pela capacidade ou não que eles possuiriam em combinar dois atributos distintos. O primeiro seria o de pastores comportarem-se como empreendedores. O segundo seria o de suas igrejas obterem adequado equilíbrio de sua estrutura social. Este se constituiria por três características fundamentais: i.) fortes laços entre membros, necessários à criação e repartição internas de importantes recursos; ii.) relativo rigor e sectarismo. Estes

devem ser altos para evitar *free-riders*, mas, ao mesmo tempo, baixos o suficiente para não afugentar somente aqueles caracterizados por notório comportamento oportunista, e; iii.) parcial distanciamento societário. Impulsionado pelos limites congregacionais, possibilitaria evitar solicitações excessivas (solidariedade descontrolada) advindas de pessoas externas às igrejas.

A **Figura 2**, apresentada a seguir, resume a natureza desta reflexão. Referente ao desenvolvimento de igrejas neopentecostais, ilustra o **Quadro de Análise Teórico Proposto**.

### Desenvolvimento das igrejas neopentecostais se daria



**Figura 2.** Quadro de Análise Teórico Proposto.

### **3) REFERENCIAL METODOLÓGICO**

Este capítulo encontra-se dividido como segue: na seção 3.1, reflete-se sobre os paradigmas da ciência social, correlacionando-os à metodologia de pesquisa. Em seguida, na seção 3.2, delinea-se os procedimentos metodológicos empregados. Destacam-se, aí, a estratégia e o método de pesquisa, o tipo e a finalidade do projeto, a unidade empírica de análise, as técnicas de coleta de evidências e as táticas gerais e específicas de avaliação dos dados.

#### **3.1) Paradigmas e pressupostos metateóricos**

Proposições sobre os paradigmas da ciência social encontram em modelo elaborado por Burrell *and* Morgan (1993) uma das principais referências. De fato, salienta Paula como “nenhuma abordagem sobre epistemologia [...] pode se isentar de citá-lo, sob pena de cobranças por parte dos pesquisadores da área” (Paula, 2012, p. 22). Elaborado em 1979, baseia-se na natureza filosófica de dois pilares fundamentais: i.) das ciências sociais, e; ii.) da sociedade. O primeiro se fundamenta em pressupostos ontológicos, epistemológicos, humanos e metodológicos. O segundo, por sua vez, em um quadro de referências composto por duas vertentes antagônicas: i.) sociologia da regulação, e; ii.) sociologia da mudança radical.

Dicotomias compõem os conceitos do primeiro pilar. A ontologia associa-se à essência do fenômeno. Pode ser realista ou nominalista. Na primeira, a realidade é composta por estruturas concretas e imutáveis. Na segunda, é produto da mente humana, resultado da consciência. A epistemologia refere-se à base teórica do conhecimento. Pode ser positivista ou anti-positivista. Enquanto na primeira o conhecimento é tangível, previsível por regularidades e relações causais, na segunda é subjetiva, somente interpretável quando se consideram as referências dos indivíduos. A natureza humana se relaciona à interação entre

indivíduos e ambiente. Pode ser determinista ou voluntarista. Naquela, os atores são condicionados pelas circunstâncias externas, produto do contexto. Nesta, possuem autonomia e independência. Finalmente, a metodologia pode ser nomotética, baseada em técnicas quantitativas condizentes aos cânones do rigor científico, ou ideográfica, focada na dimensão subjetiva dos indivíduos e nas descobertas de constatações impressionistas (Burrell & Morgan, 1993). Em seus extremos, a combinação dos quatro pressupostos ilustra duas tradições intelectuais dominantes na “ciência social ao longo dos últimos duzentos anos” (Burrell & Morgan, 1993, p. 7, tradução nossa). A primeira denomina-se positivismo sociológico. Baseia-se em premissas realistas, positivistas, deterministas e nomotéticas. Aplica aos fenômenos da sociedade métodos das ciências naturais. A segunda, por sua vez, chama-se idealismo germânico. Baseada no subjetivismo da natureza humana, fundamenta-se em pressupostos nominalistas, anti-positivistas, voluntaristas e ideográficos.

O segundo pilar enfoca abordagens utilizadas para o estudo da sociedade. Duas delas se inserem aí: i.) sociologia da regulação, e; ii.) sociologia da mudança radical. A primeira procura compreender a sociedade como unidade. Reúne estudos que a explica através de termos que enfatizam sua coesão. A segunda, por sua vez, busca abranger os conflitos estruturais, os modelos de dominação e as contradições da sociedade moderna. Centra-se nas privações dos indivíduos e nas possibilidades alternativas à manutenção do *status quo*.

A associação entre pilares das ciências sociais e da sociedade gera modelo de quatro paradigmas utilizado para categorizar amplo conjunto de teorias sociais. São eles: i.) Humanismo Radical; ii.) Estruturalismo Radical; iii.) Interpretativo, e; iv.) Funcionalismo. Os dois primeiros se inseririam na sociologia da mudança radical, os últimos, na sociologia da regulação (Burrell & Morgan, 1993). Ao mesmo tempo, os paradigmas humanista e interpretativo compartilhariam entre si abordagens subjetivistas, baseadas no idealismo germânico, ao passo que os estruturalista e funcionalista partilhariam-se da vertente do

positivismo sociológico. Salientam Burrell *and* Morgan a possibilidade de se localizar as pesquisas sociais “no contexto destes paradigmas” (Burrell & Morgan, 1993, p. 24, tradução nossa).

A presente tese associou elementos metodológicos ideográficos e positivistas. Dos primeiros, ao se aproximar dos pastores, explorando, através de entrevistas em profundidade, “seu *background* e sua trajetória e história de vida” (Burrell & Morgan, 1993, p. 6, tradução nossa). Dos segundos, ao mapear e analisar suas redes pessoais, apropriando-se de técnicas quantitativas e nomotéticas utilizadas em diferentes graus por Granovetter e demais teóricos das redes sociais (ver, por exemplo: Ahuja, Soda, & Zaheer, 2012; Burt, 1980; Castilla *et al.*, 2000; Fazito & Soares, 2010; Hite *et al.*, 2006; Kalish, 2008; Zaheer & Bell, 2005). Situar-se-ia, no esquema de Burrell *and* Morgan, portanto, em uma fronteira possivelmente menos positivista, expressa, talvez, no limite subjetivista do paradigma funcionalista.

### **3.2) Procedimentos metodológicos**

Esta seção apresenta os procedimentos metodológicos empregados. Inserem-se, aí, a estratégia e o método de pesquisa, o tipo e a finalidade do projeto, a unidade empírica de análise, as técnicas de coleta de evidências e as táticas gerais e específicas de avaliação dos dados. A pesquisa de campo foi conduzida com 23 pastores localizados na região metropolitana de Belo Horizonte. Embora Eisenhardt (1989) sustente uma quantidade ideal de casos, variando entre quatro e dez, o número baseou-se na “saturação ou redundância teórica” (Duarte, 2002; Gaskell, 2002; Godoi & Mattos, 2006; Godoy, 2006; Hancock, 1998; Voss, Tsikriktsis, & Frohlich, 2002; Yin, 2010), obtida quando não se encontraram, nos casos adicionais, informações incrementais relevantes (Duarte, 2002; Eisenhardt, 1989; Godoi &

Mattos, 2006). Salientam Godoi & Mattos (2006, p. 309) como a “saturação teórica [...] imprime rigor [à pesquisa] qualitativa”.

As definições dos casos e da unidade primária foram baseadas nas questões de pesquisa (Godoy, 1995c; Yin, 2010). Sua seleção (Gaskell, 2002) levou em consideração três aspectos: i.) técnica da bola de neve (Godoi e Mattos, 2006), em que os pastores indicaram novos entrevistados; ii.) acessibilidade, e; iii.) localização. Ao mesmo tempo, fundamentou-se na “amostragem intencional” (Eisenhardt, 1989; Meyer, 2001; Ridder, Hoon, & McCandless, 2009), isto é, em critérios teóricos (Creswell, 2007; Eisenhardt, 1989; Godoy, 1995c, 2006; Meyer, 2001; Ridder *et al.*, 2009). Seis deles foram empregados. Em primeiro lugar, os indivíduos deveriam ser pastores. Em segundo, convertidos, ou seja, tido outras religiões no passado. Em terceiro, a conversão deveria ter-se realizada na fase adulta. Em quarto, não podiam ter promovido mudanças geográficas. Isto é, precisariam morar na região que se converteram. Em quinto, necessitariam depender, conquanto parcialmente, de recursos da igreja. Em sexto, preferencialmente, careceriam ter criado igreja independente, e estar, quando da coleta de dados, conduzindo-a. O último critério, contudo, não foi excludente. Foram coletados dados de pastores em contextos distintos. Cinco deles foram de destaque: i.) em processo de abertura de igreja; ii.) responsável pela administração de grande ministério pentecostal; iii.) sem atividade ministerial; iv.) funcionário de igreja independente; v.) sem intenção de abrir igreja. Sete pastores se encaixaram nestas categorias. Foram eles: i.) Damião; ii.) Gilberto; iii.) Humberto; iv.) Itamar; v.) Pedro; vi.) Sebastião, e; vii.) Ulisses. Seus dados permitiram ampliar o conhecimento do contexto religioso neopentecostal, compreendendo suas nuances.

A estratégia de pesquisa foi qualitativa, com apropriação e triangulação de evidências qualitativas e quantitativas (ver: Bauer, Gaskell, & Allum, 2002; Bonoma, 1985; Creswell, 2007; Gaskell, 2002; Godoi & Balsini, 2004; Godoy, 1995a; Godoy, 1995b; Godoy, 1995c;

Godoy, 2005; Godoy, 2006; Mariz, Goulart, Dourado, & Regis, 2004; Meyer, 2001; Minayo, Souza, & Santos, 2005; Neves, 1996). Possibilitou, a partir de imersão no contexto de interesse (Godoi & Balsini, 2004) e sob perspectiva analítica integrada (Godoy, 1995c), compreender fenômenos e contextos religiosos através dos significados e das intenções dos pastores (Bonoma, 1985; Godoi & Balsini, 2004, 2006; Godoy, 1995a, 1995b, 1995c, 2005; Mariz *et al.*, 2004). Com efeito, tal “enfoque defende[, justamente, a necessidade] de [se] compreender as interpretações [dos] indivíduos” (Gaskell, 2002, p. 32). O método de pesquisa foi o estudo de caso (Gil, 1999; Godoy, 2006; Greenwood, 1973; Meyer, 2001; Voss *et al.*, 2002). Demonstrou-se adequado às categorias de interesse, dentre as quais se inseriram a pesquisa das redes, cujas análises são complexas (Halinen & Törnroos, 2005). Por envolverem atores e serem flexíveis, dinâmicas e estruturalmente variadas, demonstram-se singulares (Halinen & Törnroos, 2005). Evidência foi vista na demarcação de seus limites estruturais. Dois critérios teóricos foram aí utilizados. O primeiro foi extraído do problema de pesquisa, do foco do estudo (Aaboen, Dubois, Lind, 2012; Halinen & Törnroos, 2005). O segundo, do referencial teórico. A partir deles, o limite se baseou na perspectiva dos “atores focais” (Halinen & Törnroos, 2005), definido através das percepções e interações das unidades empíricas.

A finalidade do estudo foi de natureza descritiva (Eisenhardt, 1989; Gil, 1999; Godoy, 1995b; 2006; Ridder *et al.*, 2009; Soy, 1997; Yin, 2010). Ela é indicada às investigações, como esta, que visam descrever detalhadamente o fenômeno dentro de seu contexto (Ridder *et al.*, 2009) e cujas questões iniciam-se com “como” (Soy, 1997). De fato, buscou-se através de descrição completa o que Geertz (1989) denominou de *thick description*. O tipo de projeto foi múltiplo (Aaboen *et al.*, 2012; Eisenhardt, 1989; Godoy, 1995c, 2006; Meyer, 2001; Ridder *et al.*, 2009; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010). Quatro razões justificaram-no: i.) proporcionaram evidências mais vigorosas e robustas (Godoy, 2006; Yin, 2010); ii.) permitiram análises entre

casos, ampliando a compreensão do fenômeno, fortalecendo constructos (Ridder *et al.*, 2009); iii.) protegeram o pesquisador contra vieses de pesquisa (Voss *et al.*, 2002), e; iv.) possibilitaram replicações diretas ou literais (Greenwood, 1973; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010). Análogas aos experimentos, baseou-se na confiabilidade das hipóteses e teorias obtidas da convergência entre casos (Voss *et al.*, 2002). O estudo foi de natureza holística (Eisenhardt, 1989; Goode & Hatt, 1973; Greenwood, 1973; Meyer, 2001; Yin, 2010). Três atributos identificaram-na: i.) possibilitou a compreensão profunda do objeto sob análise (Greenwood, 1973; Yin, 2010); ii.) permitiu investigar o caso como um todo, preservando seu caráter unitário (Goode & Hatt, 1973; Meyer, 2001; Yin, 2010), e; iii.) comportou investigar o contexto religioso, em que subunidades lógicas não foram facilmente identificadas (Yin, 2010). Ao mesmo tempo, permitiu evitar o erro, comum às concepções integradas, de concentrar-se no nível das subunidades (Yin, 2010).

A coleta de dados foi realizada entre os meses de abril e agosto de 2014. Fundamentou-se, a cada um dos 23 pastores, em três etapas. A primeira na orientação empreendedora dos pastores, em suas habilidades em atuarem como empreendedores. A segunda nas estruturas sociais relativas aos períodos anterior, durante e posterior à conversão religiosa, investigando fatores e repercussões derivados de cada um deles. Finalmente, a terceira, no arcabouço social das igrejas, nos recursos e atributos advindos de sua estrutura relacional institucional. Às primeira e terceira etapas foram empregadas, alternativamente, três técnicas complementares de coleta de dados qualitativos (entrevista semiestruturada em profundidade, documentação primária e observação não participante). Já à segunda, especificamente, apropriou-se de duas delas, sendo uma, a principal, qualitativa (entrevista semiestruturada em profundidade), e outra, destinada a robustecer e corroborar as evidências (Yin, 2010), quantitativa (entrevista estruturada) (Yin, 2010). Diferentes autores salientam a possibilidade e validade de, nos estudos de caso, triangularem-se técnicas de coleta de dados

(ver, por exemplo: Bauer & Gaskell, 2002; Bonoma, 1985; Eisenhardt, 1989; Godoy, 1995c; Godoy, 2006; Hancock, 1998; Jick, 1979; Minayo *et al.*, 2005; Neves, 1996; Ridder *et al.*, 2009; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 1981; Yin, 2010). Yin (2010, p. 41), por exemplo, sustenta como estudos de caso podem ir “além de um tipo de pesquisa qualitativa, usando uma mistura de evidências quantitativas e qualitativas”. Este é o caso desta pesquisa.

As entrevistas semiestruturadas em profundidade (Bauer, 2002; Creswell, 2007; Duarte, 2002; Gaskell, 2002; Gil, 1999; Godoi & Mattos, 2006; Godoy, 1995c; Godoy, 2006; Goode & Hatt, 1973; Hancock, 1998; Meyer, 2001; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010), consideradas uma das mais importantes e estabelecidas técnicas de coleta de evidências (Bauer, 2002; Gaskell, 2002; Yin, 2010), constituíram-se em conversas guiadas, fluidas e não rígidas (Yin, 2010). Possibilitaram explorar, através de perguntas abertas (Creswell, 2007; Gaskell, 2002), crenças, atitudes, valores e motivações dos pastores sobre dimensões de interesse (Creswell, 2007; Gaskell, 2002; Godoy, 2006). Foram mais de 51 horas gravadas, transcritas, de maneira literal, pelo próprio pesquisador em 776 páginas. O roteiro de entrevistas foi, ao longo do processo de coleta de dados, revisitado e aperfeiçoado. Perguntas foram aí incluídas. O objetivo foi incorporar novas perspectivas, derivadas, muitas vezes, de evidências espontâneas. Diferentes autores salientam a relevância desta prática (ver, por exemplo: Booth, Colomb & Williams, 2000; Duarte, 2002; Gaskell, 2002; Godoy, 2006; Voss *et al.*, 2002). Salienta Godoy (2006, p. 134), por exemplo, como “à medida que as entrevistas vão sendo realizadas, o roteiro pode ser [...] modificado em função da necessidade de se obter outros tipos de dados”.

A documentação (Godoy, 1995a, 1995c, 2006; Yin, 2010), considerada relevante para todos os estudos de caso (Yin, 2010), foi empregada para elevar e corroborar o volume e a qualidade das evidências derivadas das entrevistas, robustecendo-as (Godoy, 1995a, 1995c; Yin, 2010). Compreenderam fotografias, cartões de visitas, jornais institucionais, livros,

panfletos informativos e, principalmente, envelopes de arrecadação de dízimos, ofertas, votos e campanhas. Já a observação direta (Bonoma, 1985; Creswell, 2007; Gil, 1999; Godoi & Balsini, 2006; Godoy, 1995c, 2006; Hancock, 1998; Meyer, 2001; Yin, 2010) deu-se de maneira informal (Yin, 2010). À exemplo da documentação, foi empregada, sobretudo, para ampliar as evidências advindas de outras técnicas. Relacionada à atuação/propensão empreendedora dos pastores (Yin, 2010), foi realizada durante as visitas de campo, nas ocasiões em que as entrevistas em profundidade foram, por indicação dos pastores, promovidas em suas igrejas. O registro das observações foi feito por meio de anotações semiestruturadas (Creswell, 2007), após as entrevistas. Compreendeu parte descritiva e reflexiva, com comentários pessoais do pesquisador (Godoy, 2006). Salienta Meyer (2001) como a observação, quando combinada a outros métodos, como aqui realizado, produz rigor à pesquisa.

Finalmente, as entrevistas estruturadas (Gil, 1999; Godoy, 1995c; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010) foram baseadas na “Análise das Redes Sociais” (ARS). Com elas, foi possível mapear a estrutura social pessoal dos pastores, isto é, suas redes egocêntricas (Hanneman & Riddle, 2005, s/p), e, a partir daí, compreender, através de sociogramas e algoritmos disponibilizados pelo Ucinet 6.480 (Hanneman & Riddle, 2005) – utilizado nesta pesquisa –, distintas repercussões das interações entre atores de sua rede (Hanneman & Riddle, 2005; Tomaél, 2005, 2007). Realizadas através de relação fixa de perguntas, cuja ordem e redação permaneceram invariáveis aos participantes, a entrevista, por incorporar coleta retrospectiva de dados longitudinais (Elliott, 2005), isto é, recordações e registros de “informações sobre o passado” (Elliott, 2005, p. 62, tradução nossa), seguiu padrão composto por duas etapas. Foram elas: i.) solicitação para os pastores escreverem, em relação aos períodos anterior e posterior à conversão, 40 nomes de pessoas de maior contato. Para isso, foram-lhes entregues formulários, explicando-os, e agendadas novas datas de encontro. O objetivo foi fornecer-lhes

tempo, possibilitando-os consultar fontes alternativas de informações – tais como cadastros, agenda telefônica, e-mails, etc. – capazes de contribuir para o preenchimento dos dados; ii.) Construção de matriz sociométrica. Realizada em conjunto com o pesquisador, descreveu-se as interações dos alters e indicou em relação ao ego o tipo de relacionamento. Foram mapeadas as estruturas sociais de sete entrevistados. Três fatores explicam isto: i.) ausência de disponibilidade dos pastores; ii.) incapacidade de acessar/lembrar nomes de contatos anteriores à conversão, e; iii.) saturação teórica.

A coleta de dados se deu de maneira interativa e flexível (Eisenhardt, 1989; Greenwood, 1973). Dois fatos contribuíram para isso. O primeiro foi a aplicação de instrumentos fora de ordem. Buscou-se, aí, explorar manifestações espontâneas associadas aos temas de interesse. Com efeito, salienta Greenwood (1973) como, nos estudos de caso, os investigadores podem empregar as técnicas em qualquer ordem. O segundo foi o regresso ao campo após análise preliminar dos dados (Duarte, 2002). Argumenta Duarte (2002, p. 144) a utilidade da prática. “Eventualmente, é necessário retorno ao campo para [...] coletar novas informações [...] pouco exploradas nas entrevistas”. Observou-se a necessidade de captar novas evidências relacionadas a cinco fatores. Foram eles: i.) igreja como empresa; ii.) concorrência por fieis; iii.) ausência de parcerias/relacionamentos entre igrejas evangélicas; iv.) comércio da fé; v.) exploração financeira dos fieis.

A análise, considerada uma das etapas mais difíceis dos estudos de caso (Yin, 2010), compreendeu no “exame, na categorização [e] na tabulação das evidências [...] para tirar conclusões baseadas empiricamente” (Yin, 2010, p 154). Baseou-se na triangulação de dados qualitativos e quantitativos (Adami & Kiger, 2005; Jick, 1979; Ridder *et al.*, 2009; Yin, 1981, 2010). Nesta, os dados quantitativos são submetidos às análises estatísticas, aos indicadores sociométricos, aqui de interesse particular, “ao mesmo tempo em que os dados qualitativos permanecem [...] centrais a todo o estudo de caso” (Yin, 2010, p. 161). Diferentes benefícios

derivavam daí. Três deles foram de destaque: i.) elevou-se a validade e a confiabilidade do construto (Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010); ii.) possibilitou-se o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação (Jick, 1979; Soy, 1997; Yin, 2010), e; iii.) gerou-se maior robustez (Bonoma, 1985; Creswell, 2007; Eisenhardt, 1989; Jick, 1979; Meyer, 2001; Minayo *et al.*, 2005; Neves, 1996; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 1981, 2010). À análise qualitativa, foi empregada a estratégia da “generalização analítica” (Meyer, 2001, Yin, 2010) ou “naturalística” (Godoy, 2005). Buscou-se, na irrefutabilidade do raciocínio lógico, extrapolar, através do que foi similar e contraditório, evidências empíricas e hipóteses emergentes às proposições teóricas de interesse (Gil, 1999; Meyer, 2001; Welch *et al.*, 2011; Yin, 2010). Verificou-se a validade externa da investigação. A replicação literal dos casos sustentou o construto teórico (Yin, 2010). A técnica indutiva específica se baseou na síntese cruzada dos dados (Yin, 2010). Útil aos estudos múltiplos, permitiu comparações entrecasos. Para isto, empregou-se a técnica da análise de conteúdo (ver, por exemplo: Bardin, 1977; Bauer, 2002; Campos, 2004; Chizzotti, 2006; Godoy, 1995c; Mozzato & Grzybovski, 2011). Ela visa “obter, por procedimentos sistemáticos [...] de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam inferências de conhecimentos” (Bardin, 1977, p. 42).

Buscou-se isto através da categorização das entrevistas. Salientam Voss *et al.* (2002, p. 212, tradução nossa) como ela é “central para a eficiência da pesquisa. [Como é] importante tentar reduzir os dados em categorias”. Para isto, foram empregados, tal como sugerido por Duarte (2002), critérios, flexíveis, definidos com base nos objetivos do estudo. As evidências que não se adequavam a algum deles foram categorizadas segundo tema e frequência de ocorrência. Da etapa de categorização dos dados, geraram-se três níveis hierárquicos. O primeiro, mais amplo, comportou 10 rubricas. Foram elas: i.) Antes da conversão; ii.) Conversão; iii.) Diversos; iv.) Fieis; v.) Igreja; vi.) Igreja-empresa; vii.) Pastor; viii.) Relacionamentos; ix.) Religião x educação, e; x.) Trabalho. Os segundo e terceiro, mais

estreitos, 53 e 34, respectivamente (para detalhamento, ver **Tabela 4**). Cada frase ou parágrafo das entrevistas foi alocado em um registro, não excludente, formado pela combinação das rubricas dos três níveis hierárquicos. Um trecho poderia se inserir em mais de uma categoria. Foram gerados 2.085 registros, utilizados como referência para a comparação entrecasos (Eisenhardt, 1989; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 1981). Esta baseou-se no estabelecimento de divergências e de padrões análogos entre os pastores (Eisenhardt, 1989).

Tabela 4

#### **Categorias hierarquizadas de alocação das evidências**

<b>Categoria 1</b>	<b>Categoria 2</b>	<b>Categoria 3</b>
A. Conversão	Comportamentos praticados	-
Conversão	Influência para a superação de limitações pessoais	-
Conversão	Como familiares/amigos reagiram	-
Conversão	Definição de conversão	-
Conversão	Experiência da conversão	-
Conversão	Influência de familiares/amigos para a conversão	-
Conversão	Influência para a conversão de familiares/amigos	-
Conversão	Motivo da conversão	-
Conversão	Motivo da conversão	Conversão como decisão utilitarista.
Conversão	Motivo da conversão	Conversão como decisão pessoal.
Conversão	O que mudou na vida	-
Conversão	Pela dor/amor	-
Conversão	Pessoas do mundo x convertidas	-
Diversos	Condições para a salvação	-
Diversos	Definição de "monte"	-
Diversos	Intervenção divina sobre o comportamento	-
Diversos	Pecado na concepção evangélica	-
Diversos	Concepção do termo "cristão"	-
Diversos	Vantagens de ser evangélico	-
Diversos	Vantagens do protestantismo	-
Fieis	Fieis que seguem o pastor, não a Deus	-
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Campanhas.

**Continua**

Tabela 4 (continuação)

<b>Categoria 1</b>	<b>Categoria 2</b>	<b>Categoria 3</b>
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Ofertas.
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Diferenças entre votos e campanhas.
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Dízimos.
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Dízimo dobrado.
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Fogueira Santa.
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Teologia da prosperidade.
Igreja	Campanhas/votos/ofertas/dízimos	Votos.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	-
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Definição do nome da igreja.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Metas do(a) pastor/igreja.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Motivos para a criação.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Pessoas que ajudaram.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Táticas para aumentar número de fieis.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Trabalho de célula.
Igreja	Criação/crescimento da igreja	Unidades/filais.
Igreja	<i>Free-riders</i>	Como evitar.
Igreja	<i>Free-riders</i>	Exemplo.
Igreja	Manifestação do diabo	-
Igreja	Igrejas como plataforma de autoajuda	-
Igreja	Milagres presenciados	-
Igreja	Serviços oferecidos pelas igrejas	-
Igreja	Usos/costumes/normas/rigor	-
Igreja/empresa	Ambição dos pastores pelo poder	-
Igreja/empresa	Ausência de parc./relac. entre igrejas evangélicas	-
Igreja/empresa	Comércio religioso	-
Igreja/empresa	Concorrência por fieis	-
Igreja/empresa	Concorrência por fieis	Briga entre pastores.
Igreja/empresa	Concorrência por fieis	"Dono da ovelha".
Igreja/empresa	Concorrência por fieis	Medo de perder fieis.
Igreja/empresa	Concorrência por fieis	"Racha" na igreja.
Igreja/empresa	Exploração financeira pelos pastores	-
Igreja/empresa	Visitas de fieis a outras igrejas	-
Igreja/empresa	Visitas de fieis a outras igrejas	Autorização do pastor.
Igreja/empresa	Visitas de fieis a outras igrejas	Punição.

Continua

Tabela 4 (continuação)

<b>Categoria 1</b>	<b>Categoria 2</b>	<b>Categoria 3</b>
Igreja/empresa	Igrejas como empresas	-
Igreja/empresa	Salário/rendimento do pastor	-
Igreja/empresa	Táticas para não se perder fieis	-
Pastor	Ativismo militante	-
Pastor	Diferenças entre pastores "sérios" e "não sérios"	-
Pastor	Condições socioeconômicas do pastor	-
Pastor	Exploração sexual pelos pastores	-
Pastor	Preconceito com os pastores	-
Pastor	Tornar-se pastor	"Chamado".
Pastor	Tornar-se pastor	O que mudou na vida.
Pastor	Tornar-se pastor	Por quê?
Pastor	Tornar-se pastor	Processo de formação.
Pastor	Tornar-se pastor	Quando?
Pastor	Tornar-se pastor	Recepção de familiares/amigos.
Relacion.	Acoplamento/desacoplamento	-
Relacion.	Afastamento dos laços anteriores à conversão	-
Relacion.	Afastamento pelos familiares/amigos	-
Relacion.	Controle/Coessão sociais	-
Relacion.	Criação de novos laços sociais após-conversão	-
Relacion.	Relações sustentadas anteriormente à conversão	-
Relacion.	Valoração das relações evangélicas	-
Relacion.	Relacionamento de ajuda-mútua	Entre fieis da mesma congregação.
Relacion.	Relacionamento de ajuda-mútua	Entre membros de outras igrejas/religiões.
Rel./Educ.	Religião x educação	-
Trabalho	Atividades profissionais exercidas	-
Trabalho	Influência da religião sobre escolha profissional	-

À análise quantitativa, por sua vez, foram empregados indicadores sociométricos derivados da ARS. Três deles se inseriram aí: densidade, centralidade de grau e cliques. Eles contribuíram para ampliar a compreensão das estruturas dos pastores relativas aos períodos anterior e posterior às suas conversões religiosas e, sobretudo, as implicações sociais derivadas de suas variações nestes dois períodos de tempo. A densidade de rede pode ser

compreendida como a “força média de conexões entre os nós e [...] uma forma de fechamento na qual os contatos estão igualmente conectados” (Burt, 2000b, p. 374-375, tradução nossa). Em pequenos grupos, [...] é usualmente tratada como medida de coesão e indicação parcial da extensão na qual um grupo é [...] ocluso” (Granovetter, 1976, p. 1288, grifo nosso, tradução nossa). “Uma rede [pode ser considerada totalmente] densa na medida em que todos os atores estão conectados por relações intensas” (Burt, 1980, p. 90). Já a centralidade de grau, como o próprio nome sugere, indica o nível de centralidade dos atores em dada rede, isto é, o número de conexões que eles possuem. Projeta-se luzes para atributos tais como prestígio, poder e dependência na estrutura social (Hanneman & Riddle, 2005). “O grau é uma medida da influência direta que um vértice tem em relação a seus contatos” (Freitas, 2010, p. 2). Corresponde, em outras palavras, “ao número de arestas incidentes ou ao número de vértices adjacentes” a dado ator (Barbastefano, Souza, Costa, & Teixeira, 2015, p. 191). Finalmente, cliques referem-se a subconjuntos das redes. Constituem-se por “atores conectados por relações coesas” (Burt, 1980, p. 80, tradução nossa), isto é, hermeticamente enlaçados entre si, gerando “panelinhas” (Burt, 1980; Hanneman & Riddle, 2005). Referem-se, portanto, aos “atores [que estão] mais próximos e intensivamente enlaçados uns aos outros do que estão com demais membros da rede” (Hanneman & Riddle, 2005, s/p, tradução nossa). “Pela teoria dos grafos, um clique [pode ser definido como] um subgrafo completo”, [cujos atores] estão conectados por relações mútuas” (Burt, 1980, p. 98, tradução nossa).

A Tabela 5, a seguir, detalha as fórmulas de densidade e de centralidade de grau, incluindo seus elementos constitutivos e a interpretação dos conceitos. A de cliques, em particular, não será detalhada aqui. Sustentam Luce and Perry (1949, p. 98, tradução nossa) como uma “definição [...] de uma estrutura tipo clique [...] não é plausível [de ser edificada] em uma formulação matemática concisa”. Com efeito, “modelos de cliques são definições. [...] Dada [a consideração de] um conjunto de atores como [sendo] um clique, não há teste

estatístico para esta hipótese. Um conjunto [...] de atores pode ser ou não um clique conforme o modelo” (Burt, 1980, p. 107, tradução nossa).

Tabela 5

**Detalhamento dos conceitos de densidade e centralidade de grau**

Conceito	Fórmula	Elementos	Interpretação
<b>Densidade</b>	$\{D=Nt/[N(N-1)/2]\}$	Em que: D: medida de densidade; Nt: laços observados / presentes; N: tamanho do grupo/rede.	Fórmula utilizada para aferir a "razão entre o número de laços observados pelo número teoricamente possível" (Granovetter, 1976, p. 1288, tradução nossa).  Quanto mais densa for a rede, maior a probabilidade:  a) de que as ideias compartilhadas sejam mais claras, mais firmemente e mais fáceis de serem aplicadas e fixadas (Granovetter, 2005b);  b) de que os recursos circulem dentro da estrutura (Hoang & Antoncic, 2003);  c) de acesso e de fluxo aos recursos de toda a rede (Coleman, 1988, 1990; Hite <i>et al.</i> , 2006).
<b>Centralidade de Grau</b>	$d_k = \sum_{j=1}^n a_{kj}$	Em que: $d_k$ : centralidade de grau; $a_{kj}$ : Elementos da matriz de adjacência; $\sum$ : somatório $n$ : Número de vértices; $j=1: 1 \leq j \leq n$	Fórmula utilizada para aferir "o número de arestas incidentes a um vértice do grafo" (Freitas, 2010, p. 17).  Indica o “número de contatos diretos que [dado ator] possui” (Freitas, 2010, p. 18).  Quanto maior a centralidade de grau de dado ator:  a) maior será seu o volume de informações (Freitas, 2010);

Continua

Tabela 5 (continuação)

Conceito	Fórmula	Elementos	Interpretação
Centralidade de Grau	$d_k = \sum_{j=1}^n a_{kj}$	Em que: $d_k$ : centralidade de grau; $a_{kj}$ : Elementos da matriz de adjacência; $\sum$ : somatório $n$ : Número de vértices; $j=1: 1 \leq j \leq n$	c) menor será sua dependência em relação a outros indivíduos (Hanneman & Riddle, 2005); d) maior será sua capacidade de acessar recursos da rede como um todo (Hanneman & Riddle, 2005); e) maiores serão os benefícios derivados de sua habilidade de intermediação (Hanneman & Riddle, 2005).

Ao mesmo tempo, à análise quantitativa foi empregado, de maneira inovada nos estudos associados às redes, o coeficiente de correlação de postos de Spearman. Pouco utilizado para, em relação a dois períodos de tempo, investigar transformações nas estruturas sociais, o coeficiente possibilitou, em conjunto com indicadores derivados da ARS, ampliar a compreensão da influência da conversão religiosa sobre as mudanças nas redes egocêntricas, apresentando indicadores estatísticos comprovativos de tais modificações. O coeficiente de Spearman, salienta Siegel (1975), é uma medida de associação cujas variáveis devem se apresentar, no mínimo, em escala ordinal, de modo que os objetos ou indivíduos em estudo possam dispor-se por postos em duas séries ordenadas. Neste estudo, os postos foram criados em função da quantidade de indivíduos apontados em cada grupo de relacionamento. A associação que se buscou investigar referiu-se aos períodos anterior e posterior à conversão. Para isto, aplicou-se a fórmula a seguir.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{N^3 - N}$$

Nela, “ $r_s$ ” refere-se ao valor do coeficiente de correlação por postos de Spearman. Ele pode variar de -1, “quando a soma dos quadrados das diferenças é máxima” (Pontes, Pontes Junior, & Braga, 2010, s/p), a +1, “quando todos os valores de “ $d_i$ ” demonstram-se nulos[, isto é,] quando os postos das variáveis X e Y são iguais para cada [...] indivíduo” (Pontes *et al.*, 2010, s/p); “ $\Sigma$ ” à somatória; “ $d_i$ ” à diferença entre os dois postos (antes e depois); “ $i$ ” ao valor número 1 (um); “ $N$ ” a todos os pares de valores da amostra, e;  $\Sigma_{i=1}^n d_i^2$  à “soma das diferenças classificadas ao quadrado” (Pocinho, 2010, p. 69). Nas ocasiões em que ocorreram observações empatadas,  $r_s$  foi calculado a partir da fórmula a seguir:

$$r_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma d_i^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 \Sigma y^2}}$$

Nela,  $x = X - \bar{X}$  é a diferença dos escores X e sua média. Neste estudo, estes foram classificados como “Antes da conversão”;  $y = Y - \bar{Y}$  é a diferença dos escores Y e sua média, compreendidos, aqui, como “Depois da conversão”. Nos casos de empates de posição, utilizou-se o fator de correção “T”, expresso na fórmula a seguir:

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Nela, “t” é o número de observações empatadas em determinado posto. Logo,  $\Sigma x^2$  passou a ser:

$$\Sigma x^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \Sigma T$$

Em que:  $\Sigma T$  é o somatório dos valores de “T” para todos os conjuntos de observações empatadas. Da mesma forma, utilizou-se a correção para os escores Y. A Tabela 6, apresentada a seguir, apresenta e detalha a fórmula, os elementos e a interpretação do conceito de Coeficiente de Correlação de Postos de Spearman.

Tabela 6

**Detalhamento do conceito de Coeficiente de Postos de Spearman**

Conceito	Fórmula	Elementos	Interpretação
<b>Coeficiente de correlação de postos de Spearman</b>	$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$ <p>Quando há empate de postos:</p> $r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$ $\sum x^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T$ $\sum y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T$ $T = \frac{t^3 - t}{12}$	<p>Em que:</p> <p><b>rs</b>: coeficiente de correlação;</p> <p><b>di</b>: diferença dos postos.</p> <p><b>N</b>: Número de valores da amostra</p> <p><b>i</b>: Indexador variando de 1 a N</p> <p><b>x = X - X<sup>-</sup></b>: diferença dos escores X e sua média.</p> <p><b>y = Y - Y<sup>-</sup></b>: diferença dos escores Y e sua média;</p> <p><b>T</b>: fator de correção;</p> <p><b>t</b>: número de observações empatadas em determinado posto.</p>	<p>Fórmula utilizada para determinar o coeficiente de correlação por postos (Spearman)</p> <p>“É uma medida que exige que ambas as variáveis apresentem escala no mínimo ordinal, de modo que os objetos ou indivíduos possam dispor-se por postos em duas séries ordenadas” (Siegel, p. 228)</p> <p>Quanto maior o <b>di</b>:</p> <p>a) menos perfeita é a associação entre as variáveis;</p> <p>b) Os teste de significância;</p> <p>A hipótese nula corresponde à ausência de correlação entre as situações “Antes” e “Depois”.</p>

O processo de análise dos dados qualitativos e quantitativos deu-se em diferentes momentos. Quatro deles foram de destaque: i.) ao escutar as entrevistas, após suas realizações. Pode-se, com isso, avaliar manifestações dos pastores e identificar oportunidades, exploradas em encontros posteriores; ii.) nas transcrições das entrevistas, quando foram feitas anotações adicionais; iii.) na categorização das entrevistas, e; iv.) na descrição e análise dos dados. Três testes de caso foram empregados. Foram eles: i.) validade do constructo (Creswell, 2007; Eisenhardt, 1989; Godoy, 2006; Leonard-Barton, 1990; Meyer, 2001; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 1981, 2010); ii.) validade externa (Leonard-Barton, 1990; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010), e; iii.) confiabilidade (Chizzotti, 2006; Duarte, 2002;

Godoy, 2005; Meyer, 2001; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010). O primeiro permitiu verificar que o paradigma teórico correspondeu à observação (Meyer, 2001). Duas táticas foram aí utilizadas: i.) múltiplas fontes de informações (Eisenhardt, 1989; Leonard-Barton, 1990; Meyer, 2001; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010), e; ii.) encadeamento de evidências, a apresentação do relatório em conformidade com dados obtidos (Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin 2010). A validade externa, isto é, os domínios sob os quais as descobertas puderam ser generalizadas (Mattos, 2011; Yin, 2010), foi empregada através da utilização de casos múltiplos (Leonard-Barton, 1990; Soy, 1997; Voss *et al.*, 2002; Yin, 2010), da lógica de replicação literal (Yin, 2010) e da generalização analítica (Yin, 2010). Finalmente, a confiabilidade, a garantia de que um pesquisador obterá os mesmos resultados caso siga os procedimentos (Yin, 2010), foi buscada através do protocolo formal, a tentativa de “tornar as etapas do processo as mais operacionais possíveis” (Yin, 2010, p. 8).

#### 4) DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

**“[...] não pense você que a instituição religiosa é diferente de qualquer outra instituição. Não é mesmo! [...] Posso falar com você que uma igreja é como qualquer outra instituição [...] privada. Funciona a mesma coisa. [...] Não há diferença. E eu tô (sic) dizendo isso com muita consciência. Há uma diferença muito grande entre a instituição religiosa e o poder de Deus” (Pastor Humberto)**

Este capítulo descreve e analisa os dados. Foram avaliados 2.085 registros. Destes, 750 – 35,97% do total – foram utilizados na descrição dos dados. Outros 1.335 – 64,03% do total – foram desconsiderados. Dois motivos explicam isto. Ambos se associam à relevância teórica. O primeiro se refere às categorias de interesse. 732 registros não se inseriram em uma delas. O segundo se relaciona à validade e qualidade das afirmativas. 603 registros foram, aí, eliminados. Relatos de 23 três pastores compuseram a descrição de dados. Seus nomes foram, por motivos éticos, modificados. São eles: Abelardo, Benedito, Cristiano, Damião, Edmundo, Fernando, Gilberto, Humberto, Itamar, Jeferson, Kaio, Leonardo, Marcelo, Napoleão, Osvaldo, Pedro, Raimundo, Sebastião, Teodoro, Ulisses, Valdomiro, Wagner e Zulmira. O entrevistado mais citado foi Humberto. Proporcionalmente, 59,29% de seus registros foram empregados. O menos citado foi Napoleão. Apenas 22,54% de seus registros foram apropriados. Um motivo ajuda a esclarecer isto. Ao passo que Napoleão foi o primeiro entrevistado, Humberto foi o 22º. O pesquisador adquiriu maturidade no decorrer da coleta de dados, aprimorando as perguntas, refinando o instrumento.

As citações dos entrevistados se deram de maneira literal, incluindo incorreções de ortografia, pontuação e gramática. O objetivo foi aproximar o leitor do contexto de coleta de dados, das características dos entrevistados. Uma delas se refere à formação educacional. Dos 23 pastores, 6 possuem ensino fundamental incompleto (Cristiano;

Damião; Leonardo; Marcelo; Ulisses; Wagner), 1, fundamental completo (Osvaldo), 1, médio incompleto (Kaio), 6, médio completo (Edmundo; Napoleão; Pedro; Raimundo; Sebastião; Valdomiro), 1, superior incompleto (Humberto) e 8, superior completo (Abelardo; Benedito; Fernando; Gilberto; Itamar; Jeferson; Teodoro; Zulmira), sendo seis em teologia. Mais de 60% dos entrevistados possuem formação educacional até o ensino médio.

A descrição dos dados é apresentada nas seções 4.1 e 4.2. A primeira expõe as igrejas como empreendimentos, os pastores como empreendedores. Para isto, evidenciam-se 10 atributos que distinguem o pastor a partir de sua orientação de mercado. Salienta-se que tais atributos foram, em diversos momentos, enfatizados de maneira espontânea, isto é, não suscitada, pelos próprios entrevistados. Ao se referirem às atuações de seus pares, repreendendo-as, projetaram luzes sobre dimensões utilitaristas associadas às suas figuras como empreendedores. A segunda, por sua vez, apresenta as igrejas como estruturas de relações. Nesta, descrevem-se suas composições sociais em dois níveis distintos: micro, relacionado às interações mantidas por evangélicos no âmbito pessoal, e, meso, associado aos relacionamentos e recursos criados e sustentados por pastores e fieis na esfera institucional.

A análise dos dados, por sua vez, é delineada nas seções 4.3 e 4.4. A primeira (4.3) analisa as igrejas como empreendimentos, os pastores como empreendedores. Para isto, contrasta as evidências de campo apresentadas na seção 4.1 às proposições teóricas sobre orientação empreendedora. A segunda (4.4) avalia os pastores e suas respectivas igrejas como estruturas relacionais. Faz-se isto ao, no âmbito micro, analisar a influência da conversão religiosa sobre transformações nas redes egocêntricas dos pastores, e, no nível meso, avaliar as estruturas das igrejas e suas capacidades distintivas em combinar dois atributos, fundamentais aos seus próprios desenvolvimentos.

#### **4.1) Igrejas como empreendimentos, pastores como empreendedores**

Igrejas evangélicas podem ser concebidas como empresas, como empreendimentos produtivos (Damião; Edmundo; Humberto; Itamar; Sebastião). “De cada 10 pastores, seis” (Antônio) compreendem-nas desta maneira. “Como em qualquer outra instituição, [há] busca pelo poder, rixas internas, [...] rivalidades, revanchismos, mortes. Existe de tudo! Tudo que [há] em qualquer outro lugar!” (Humberto). Nelas, pastores atuam como empreendedores. Diferentes técnicas e práticas evidenciam sua orientação de mercado. Dez são de destaque. São elas: i.) ativismo militante; ii.) concorrência; iii.) “dono da ovelha”; iv.) como não perder o fiel; v.) dependência do fiel; vi.) disputa entre pastores; vii.) como crescer a igreja; viii.) mini-igrejas; ix.) dízimos, ofertas, campanhas e votos, e; x.) Exploração financeira. Cada subseção será detalhada a seguir:

##### ***4.1.1) Ativismo Militante***

Pastores atuam como ativos militantes religiosos. Seu desempenho influencia a trajetória de suas instituições. Três razões principais justificam seu comportamento. A primeira visa repassar experiência religiosa. “Você começa a alimentar da palavra” (Edmundo) – dos ensinamentos da bíblia –, “fica doido para todo mundo se alimentar também” (Edmundo). A segunda busca demonstrar transformações de vida. “Nós temos que [...] mostrar o que Jesus fez pra mim” (Pedro). A terceira procura ensinar o caminho da verdade, apreendido, na perspectiva dos pastores, através da conversão. “Eu me sinto obrigado. [...] Se a pessoa está fazendo errado, qual é a sua vontade? De ensinar o que é certo pra ela. Então eu me sinto obrigado a ensinar o que é certo pra ela” (Napoleão).

Para isso, aproveitam todas as oportunidades. “O meu negócio é pregar” (Valdomiro). “Já preguei em mais de 500 igrejas” (Damião). Isto possui implicações sobre atividades profissionais. “Já parei serviço. Às vezes, a pessoa começa a falar de [...] problemas [...] no casamento, eu começo a falar dentro da palavra” (Leonardo). É “devido ao [nosso] evangelismo [que] muitas pessoas se convertem. [...] Na minha empresa, de [...] aproximadamente 15 pessoas [...], chegou uma época de ter uns dez crentes” (Ulisses).

O ativismo dos pastores visa, em parte, a conversão dos não evangélicos. O próprio pesquisador, na coleta de dados, foi alvo de investidas. Dos 23 pastores investigados, mais da metade questionou sua opção religiosa, tentando convertê-lo. Diferentes táticas foram aí aplicadas. A primeira foi convidá-lo para cultos (Abelardo; Edmundo; Fernando; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Valdomiro; Zulmira). A segunda foi de natureza coercitiva e utilitarista. Dada à impossibilidade de se saber o dia da morte, talvez na data seguinte à da entrevista, salientou um dos pastores, seria importante o entrevistador “aceitar Jesus” para ser salvo (Osvaldo). A terceira foi apontar os erros de não ser evangélico (Raimundo).

A quarta foi enfatizar os benefícios da “família evangélica” em relação à de sangue. “Jesus instituiu a igreja [...] justamente pra nós podermos indentificar (sic)<sup>14</sup> que além da nossa família, nós temos uma família melhor, que Jesus quer que façamos parte dela” (Osvaldo). E completou: “por isso que tô (sic) falando que é importante você filiar a esta igreja. Pastor, mas, por quê? eu tenho família. Mas, humanamente falando, tudo vai passar. Jesus quer que venhamos a filiar nesta família, porque esta é eterna” (Osvaldo).

A quinta foi colocar-se como manifestação de Deus, interlocutor de Seus desejos. “O anjo da igreja é o pastor. [...] E quem fala através do pastor é o espírito de Deus. Ele que vai falar pra você” (Napoleão). “Eu sou um canal de Deus. É igual um canal [que]

---

<sup>14</sup> “Advérbio. Assim [Palavra que, entre parênteses ou colchetes, se intercala numa citação ou se pospõe a esta para indicar que o texto original está reproduzido exatamente, por errado ou estranho que possa parecer.]” (Dicionário Houaiss).

joga uma água pela cidade [...]. Eu [me] sinto esse canal. Pra jogar água da fonte da vida nas pessoas” (Damião). A sexta foi incitar o desejo por uma “experiência inexplicável” (Napoleão). “Eu creio [...] que você ainda vai dar oportunidade pra Deus. Fazer na sua vida como Ele fez comigo. Aí, você vai ter a mesma oportunidade que eu tô (sic) tendo de sentir o que eu senti” (Napoleão).

Para converter, pastores salientam os propósitos de Deus, as vantagens de ser evangélico (Abelardo; Benedito; Damião; Gilberto; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Pedro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira). Quatorze delas podem ser destacadas. São elas: i.) livrar-se das drogas. “Têm pessoas, irmãos, que [...] aceitou (sic) Jesus, era usuário, pegava [...] o prato, enchia de cocaína, e comia como se tivesse comendo comida [...]. Converteu, hoje é pastor” (Leonardo); ii.) superar traumas passados. “Um fato [...] traumático e triste para a família se tornou o começo da salvação de todo mundo. De uma coisa ruim, Deus tirou algo maravilhoso. Ela está começando a converter” (Benedito); iii.) sentir a presença de Deus. “É você [...] orar e sentir [...] Deus entrando [em] você, aquela anestesia interior muito grande (Benedito);

iv.) ser exemplo para a família. “Eu sou espelho para eles, em todas as áreas. Do mais velho até o mais novo (Damião); v.) formação de caráter. “O próprio ensino da palavra muda o indivíduo, [sua] personalidade. Isto influencia diretamente na cidadania, na vida social [e] familiar, na inter-relação das pessoas (Gilberto); vi.) tornar-se homossexual. “Se a pessoa entregar a vida pra Jesus, eu tenho [...] pessoas aqui que eram homossexual (sic), entregou a vida pra Jesus, e hoje não sente nenhuma vontade” (Leonardo); vii.) virar honesto. “Têm pessoas que aprontava (sic) igual trem doido, era bandido, tinha revólver [...], hoje é evangelista” (Leonardo);

viii.) adquirir bens. “Eu comecei a adquirir as coisas [...] depois que eu casei, me converti” (Leonardo); ix.) torna-se mais tranquilo (Leonardo; Valdomiro; Wagner). “Se

eu não tivesse me convertido, provavelmente, já não estaria mais aqui [...]. Eu era muito nervoso, [...] muito estourado, [...] metido a valente” (Leonardo); x.) adotar atitudes corretas. “Quando [a pessoa] não tem [...] Deus na vida, ela faz muita bobagem (Leonardo); xi.) ser mais equilibrado. “Pessoas que tavam (sic) com a vida [...] sentimental toda arrebetada, elas vão pra Cristo, elas vão ter a prática melhor da vida (sic)” (Pedro);

xii.) paz e esperança. “A gente foi criado no meio do catolicismo, do espiritismo, e as promessa (sic) que a gente foi vendo, não foi (sic) acontecendo. Com Jesus é diferente. Já foi sentindo uma paz, foi tendo esperança” (Wagner); xiii.) garantia de vida eterna. “Jesus um dia vai vim (sic) buscar um povo dele [...]. Um povo separado, [...] escolhido. Nós tamo (sic) trabalhando [...] no propósito de um dia [...] alcançarmos a fatia do bolo” (Osvaldo). “O mais importante é saber que no dia que Jesus vim (sic) buscar o povo dele, [...] só vai entrar, só vai subir, aqueles que tiver (sic) com o nome escrito no livro da vida” (Zulmira); xiv.) deixar de receber a manifestação do diabo. Ela “foi passando de irmão pra irmão, até chegar no mais novo. Do mais novo, agora, eu falei com ele. Pra isso aí parar, a única solução [...] é você aceitar Jesus como seu salvador” (Ulisses).

A **Tabela 7**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 7

**Evidências sobre ativismo militantes, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Pastores atuam como militantes religiosos. Três razões justificam tal comportamento: i.) repassar experiência religiosa; ii.) demonstrar transformações de vida, e; iii.) ensinar o caminho da verdade.	(Edmundo; Napoleão; Pedro)

**Continua**

Tabela 7 (continuação)

Evidências Empíricas	Pastores
Pastores aproveitam todas as oportunidades para pregar. Isto possui implicações sobre atividades profissionais;	(Leonardo; Ulisses; Valdomiro)
Diferentes técnicas são utilizadas pelos pastores visando à conversão. Sete são de destaque: i.) convidar para cultos; ii.) alertar sobre os riscos de se falecer antes de aceitar Jesus; iii.) apontar os erros de não ser evangélico; iv.) enfatizar os benefícios da “família evangélica”; v.) colocar-se como manifestação de Deus; vi.) incitar o desejo pela experiência da conversão; vii.) salientar os propósitos de Deus, as vantagens de ser evangélico.	(Abelardo; Benedito; Damião; Edmundo; Fernando; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Pedro; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Wagner; Valdomiro; Zulmira)
Ser evangélico possibilita vantagens. Destacam-se: i.) livrar-se das drogas; ii.) superar traumas passados; iii.) sentir a presença de Deus; iv.) ser exemplo para a família; v.) boa formação de caráter; vi.) tornar-se heterossexual; vii.) virar honesto; viii.) Adquirir bens; ix.) torna-se mais tranquilo; x.) adotar atitudes corretas; xi.) ser mais equilibrado; xii.) possuir paz e esperança; xiii.) garantia de vida eterna; xiv.) deixar de receber a manifestação do diabo.	(Benedito; Damião; Gilberto; Leonardo; Osvaldo; Pedro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira)

#### 4.1.2) Concorrência

Igrejas evangélicas competem entre si (Abelardo; Benedito; Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Zulmira). “Tem concorrência sim. Não existe outra palavra” (Fernando). Os pastores “entendem que a igreja que tem outra placa é [...] concorrente. A minha igreja é que salva, a minha [...] é que cura, a minha [...] é que vai te levar para o céu” (Benedito). A disputa é “tão forte [...] que costumam vigiar a igreja do irmão, se tem muito, se tem pouco, se a participação tá (sic) boa ou não” (Cristiano). “As pessoas tão (sic) ficando de olho” (Edmundo). “Muitos [querem é] ver a igreja cheia, [...] lotada” (Zulmira).

Neste contexto, “a visão é [...] de empresa” (Benedito). É comum “igrejas grandes querendo engolir as pequenas” (Edmundo). Há “disputa como se fosse supermercado, propaganda” (Fernando). Ela se evidencia na busca por novos fieis (Abelardo; Cristiano;

Edmundo; Fernando; Humberto). Duas formas principais se inserem aí: fazer discípulo ou proselitismo (Humberto). Na primeira, “você [converte] uma pessoa, por exemplo, católica, que nós evangélicos achamos que não alcançará a salvação” (Humberto). Com efeito, para os evangélicos, se a pessoa “não nasceu de novo, se não aceitou Jesus, vai para o inferno” (Humberto). Na segunda, tira-se o membro de uma igreja evangélica e o leva “pra outra só por causa das vantagens que [ele] pode trazer” (Humberto).

Nesta se encontra a concorrência mais acirrada. “É mais fácil buscar um crente já formado que pegar uma pessoa lá fora pra cuidar” (Fernando). Entre pastores, é comum frases do tipo: “fulano [...] tá (sic) tirando [...] ovelha do meu aprisco. [...] Eles estão pescando no aquário do outro” (Valdomiro). “Ninguém gosta de comentar que faz. Geralmente, se você perguntar, vai encontrar pastor que fala assim: eu não faço isso, de jeito nenhum. Mas, alguns irmãos...” (Humberto). A prática é considerada antiética. “É como se você pegasse a fruta no cesto, invés de ir plantar e colher” (Humberto). Ainda assim, “tem uns que [...] faz (sic) na sua cara. O que você vai fazer? Vai bater no cara? Vai xingar ele? Vai chamar a polícia? Não tem como” (Humberto). Diferentes táticas prosélicas são aplicadas. Dez são de destaque (Abelardo; Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto).

A primeira é criar campanhas. A da revelação é uma delas. Visa “dizer para você o que vai acontecer na sua vida daqui um tempo” (Abelardo). Nela, pastores “manipulam o fiel de outra igreja para sair de lá” (Abelardo). A segunda é visitar lideranças religiosas de outras igrejas (Abelardo; Edmundo; Humberto). “Eles vão (sic) na casa das pessoas. Descubrem o endereço. É todo um serviço de espionagem” (Humberto). Exemplo é dado pelo entrevistado. “Um pastor manipulou a liderança, [levando-a] para [sua] igreja. [Ela] é formada [por] pessoas [...] oriundas” de outros locais (Abelardo).

A terceira é depreciar outros ministérios. “Pra que você vai para a igreja de fulano? Lá tá (sic) começando, lá é barco furado. [...] Aqui já está estruturado” (Cristiano). A quarta é divulgar a própria igreja. “Tem pastor que é descarado. Acaba a pregação, vai [em outras] portas [...] com um cartãozinho na mão falando para [os membros] visitarem [seu] ministério” (Edmundo). Um discurso é, aí, geralmente aplicado: “Deus tá (sic) me mostrando que não tem propósito com você aqui mais não, o seu propósito aqui acabou. Vai (sic) pra minha igreja. [...] Eu já tive isso na minha porta” (Edmundo).

A quinta é pregar em outros ministérios. “O cara [...] vem com uma pregação pronta, se vangloriando, falando que [em sua igreja] Deus [...] faz isso, faz aquilo” (Edmundo). A sexta é salientar os benefícios do próprio local. A falta de rigor é um deles. “Um pastor veio chamando [meus membros, afirmando que sua igreja é] *light*, que não tinha essas cobranças boba (sic) de consagração, [...] que libera tudo, pode tudo, não cobra nada” (Edmundo). A sétima é destacar o caráter primitivo da igreja, a pregação “como na época de Jesus” (Fernando). Isto é, “as outras não têm a unção, o espírito santo que a [instituição] dele tem. Isso feriu as [demais]” (Fernando).

A oitava é convidar membros de outros ministérios, liberando-os da obrigação de serem dizimistas. “Às vezes, a pessoa não entrega dízimo, mas, gasta mais [...] na igreja” (Fernando). A nona é enviar membros a outros locais. Neles, tentam “aliciar [os integrantes], [influenciando-os] de [todo] jeito” (Edmundo). A décima é oferecer benefícios aos fieis de outras igrejas. Os músicos são os mais seduzidos. “Tem uma guitarra que dá (sic) pra tocar, mas, não é uma guitarra excelente. Aí, outro pastor oferece tudo novo. [...] Aquela oferta pra encher os olhos, pra fazer (sic) os olhos brilharem” (Fernando). Além disso, oferecem-lhes empregos. “Eles ficam sabendo se a pessoa tá (sic) bem financeiramente. Se está desempregada, [falam:] vão (sic) para a

minha igreja, que você vai tocar [...]. Além disso, temos um irmão que tem uma padaria. Você vai trabalhar com ele” (Humberto).

A **Tabela 8**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 8

**Evidências sobre concorrência, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Igrejas evangélicas competem entre si.	(Abelardo; Benedito; Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Zulmira)
Competitividade se manifesta na busca por novos fieis.	(Abelardo; Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto).
Duas formas são aí aplicadas; Implica fazer i.) discípulo, e; ii.) proselitismo.	(Humberto)
Diferentes táticas prosélicas são aplicadas. Destacam-se: i.) criar campanhas; ii.) visitar lideranças de outras igrejas; iii.) depreciar outros ministérios; iv.) divulgar a própria igreja; v.) pregar em outros ministérios; vi.) salientar os benefícios da própria igreja; vii.) destacar seu caráter primitivo; viii.) convidar membros de outros ministérios, liberando-os da obrigação de serem dizimistas; ix.) enviar membros a outros locais; x.) oferecer benefícios a membros de outras igrejas.	(Abelardo; Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto)

**4.1.3) “Dono da ovelha”**

A concorrência possui implicações sobre a atuação dos pastores. Muitos têm medo de perder fieis (Abelardo; Cristiano; Edmundo; Fernando; Gilberto; Humberto; Kaio; Marcelo; Teodoro; Zulmira). “O maior receio de um pastor [é o de] sua ovelha ir numa outra igreja [...], gostar do alimento que tem lá, [“se sentir melhor” (Humberto)], e ficar lá” (Ulisses). “O grande problema é o medo de perder para outra igreja” (Abelardo). O índice dos que se encaixam nesta categoria é incerto. Gira entre 70% (Teodoro; Zulmira), 80% (Valdomiro) ou 90% (Abelardo; Fernando) deles. “Ninguém quer perder membro” (Valdomiro).

“Se eu [o] perco [...], logo a minha renda, o meu dízimo, a minha oferta, a receita da igreja vai (sic) cair” (Gilberto). Isso explica o “fato [...] de [os pastores] proibir[em] ou fazer[em] repressão em cima do sujeito pra que ele não visite outra igreja” (Gilberto). “Se faz o possível para não deixar essas visitas” (Humberto). Resulta daí comportamento controlador. Pastores se sentem “donos da ovelha” (Cristiano; Damião; Edmundo; Kaio; Teodoro; Valdomiro; Wagner). “Você tem que falar comigo aonde você vai. Tem que falar comigo o que você tá (sic) fazendo. Tem pastor que é assim” (Cristiano).

Para visitarem outros ministérios, os fieis devem pedir autorização (Abelardo; Fernando; Itamar; Kaio; Marcelo; Osvaldo; Valdomiro). “Tem igreja que tem que dar uma carta de recomendação para poder ir para outra. O pastor assina a carta, o indivíduo chega na (sic) outra igreja e mostra a carta para o outro pastor. Uma coisa medieval” (Abelardo). A justificativa para a prática é diversa. Inserem-se aí: i.) autoridade. “Como numa empresa, alguém chega pro seu chefe e pede [...]. A gente pede essa comunicação na hora de visitar” (Fernando); ii.) desconhecimento da outra igreja. “Havia um congresso em Belo Horizonte, e eu chamei [um] amigo meu. Ele falou: vou perguntar pro meu pastor. [...] E o pastor dele falou: não libero você, porque não sei quem vai tá (sic) falando naquele congresso” (Itamar);

iii.) reverência. “É um respeito que a pessoa tem, de chegar pra mim e falar: oh pastor! Eu tô (sic) indo em tal lugar, amém? Amém, irmão!” (Kaio); iv.) abençoar o fiel. “Qualquer coisa que acontecer com ele, ele vai tá (sic) recebendo a bênção” (Kaio); v.) Não magoar Deus. Visitar outra igreja escondido “traz tristeza para o próprio Deus [...]. Porque o pastor não tá (sic) vendo, mas, o próprio Deus tá (sic) vendo” (Kaio); vi.) orientação divina. Visitar “escondido eu acho que [...] não é Deus agindo no negócio. Como é que Deus vai fazer uma coisa tão desorganizada assim?” (Valdomiro); vii.) obediência. “Eu tenho autoridade eclesialística [...], [o fiel] deve explicação para o pastor” (Osvaldo). “O bom filho

sempre tem que dá (sic) obediência ao pai” (Marcelo). “A bíblia fala que a desobediência traz problemas para a própria vida da pessoa” (Kaio).

Ainda assim, muitos proibem (Damião; Edmundo; Kaio; Raimundo; Teodoro; Zulmira). “Tem pastor que não libera” (Teodoro). O indicador chega a 80% (Valdomiro). O rigor é ainda maior para recém-convertido. Como “não se estabeleceu na igreja, ficar visitando outra vai confundi-lo” (Raimundo). Diversos argumentos são aí enfatizados: i.) “você não vai! Está debaixo de maldição” (Damião); ii.) “você não vai porque não vou deixa (sic). A ovelha, muito obediente, [...] acaba não indo” (Damião); iii.) “não dou bênção. [...] Não é tempo de Deus para sair” (Edmundo); iv.) “Você não pode ir para outro lugar” (Teodoro).

Além disso, membros que visitam igrejas sem autorização do pastor podem sofrer punições (Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Raimundo; Zulmira). Elas costumam ser severas. “Muitos pastores repudia (sic)” (Damião). “Existe retaliação sim” (Humberto). Volta-se, principalmente, para os líderes, as pessoas que exercem cargos na igreja. “Se o fiel canta, prega, toca, o pastor vai dar [...] três ou seis meses de banco para ficar sentado. Acho um absurdo” (Abelardo). Dois fatores principais determinam o tempo do castigo: o primeiro é o ato realizado. “Depende do que [o fiel] cometeu” (Cristiano). O segundo é a estrutura da igreja. “Se [ela] tiver contingente de músicos [...], [o membro] fica [mais tempo]. Mas, se [...] só tem ele, fica [apenas] [um] domingo fora” (Humberto).

“Muitos crentes [estão saindo] da presença do Senhor e voltando para o mundo [...] por causa deste comportamento. [...] É grande o número de pessoas que estão se desviando por causa disso” (Cristiano). Tal fator tem contribuído para a diminuição desta prática. Pastores têm percebido que este tipo de “igreja tende a se esvaziar” (Gilberto).

“Às vezes, um [membro] sai, o outro não gostou também, e sai” (Fernando). Hoje, o pastor “sabe que se começar com muita exigência, o cara não vai ficar” (Marcelo).

A **Tabela 9**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 9

**Evidências sobre “dono da ovelha”, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Pastores têm medo de perder fieis;	(Abelardo; Cristiano; Edmundo; Fernando; Gilberto; Humberto; Kaio; Marcelo; Teodoro; Zulmira)
Pastores fazem o possível para evitar que os membros de sua igreja visitem outros ministérios;	(Gilberto; Humberto)
Pastores se sentem “donos das ovelhas”. Resulta daí comportamento controlador;	(Cristiano; Damião; Edmundo; Kaio; Teodoro; Valdomiro; Wagner)
Fieis precisam pedir autorização para visitar outras igrejas;	(Abelardo; Fernando; Itamar; Kaio; Osvaldo; Marcelo; Valdomiro)
Pastores proíbem a visita dos fieis a outras igrejas;	(Damião; Edmundo; Kaio; Raimundo; Teodoro; Zulmira)
Membros que visitam igrejas sem autorização do pastor podem sofrer punições;	(Cristiano; Damião; Abelardo; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Raimundo; Zulmira)
Punições influenciam os membros a saírem da igreja.	(Cristiano)

**4.1.4) Como não perder o fiel**

A concorrência impele os pastores a instituírem estratégias para não perderem membros (Damião; Edmundo; Fernando; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Marcelo; Osvaldo; Sebastião; Valdomiro). Dezesete delas podem ser destacadas. São elas: i.) realizar eventos simultâneos (Damião; Humberto; Osvaldo). “A ordem [...] é quando tiver algum evento na cidade, numa outra igreja, você cria[r] alguma coisa na sua no mesmo dia. Você não fala para eles não irem. Mas, como tem uma coisa importante, eles não vão” (Humberto). Isto explica porque é incomum ver membros de dada igreja em solenidades

externas. “Se outra igreja oferecer algo, eu, como pastor, tenho que fazer [alguma coisa] que rivalize [...] para que meu membro não vá” (Humberto);

ii.) dar funções de liderança aos fieis (Edmundo; Humberto). A seleção dos escolhidos envolve suas condições econômicas. “O poder aquisitivo da pessoa [...] auxilia no cargo que [ela] tem. Os mais pobres, os que ganham menos, [serão] membros a vida inteira. Aqueles que têm poder aquisitivo melhor, [...] conseguem cargos melhores” (Humberto). O objetivo é vinculá-los à igreja, desestimulando sua saída. “Essas pessoas [...] são muito cobiçadas” (Humberto). Ao dar-lhes funções, elas “fica[m] presa[s]. Não vão sair. [Pensam:] sou membro, sou praticante, sou funcionário da igreja” (Edmundo). “É uma coisa muito séria. Está aí e não é falada. Você pode perceber isso” (Humberto);

iii.) lançar maldição (Edmundo). Pastores falam “que não vai dar certo, que [o membro] vai ter que voltar. Se alguma enfermidade vier, vai ter que voltar. [...] Têm muitos que são duros, que lançam maldição mesmo” (Edmundo). Com medo, os membros não saem. “Muitos querem manter as pessoas debaixo de jugo, cabresto. Isso não existe” (Edmundo); iv.) fazer ameaças (Fernando; Gilberto; Humberto; Marcelo). Para isto, usam tom agressivo. Dois exemplos semelhantes são fornecidos (Fernando; Humberto): a.) “cuidado para você não se alimentar de alimento estragado. Isto pode acabar com a sua vida, hein! Toma (sic) cuidado, irmão! Quem tá (sic) falando com você é o seu pastor. Presta atenção!” (Humberto), e; b.) “tome cuidado pra [não] quebrar a cara. Ter um alimento [...] que vai (sic) te causar má digestão. Você vem depois arrebitado. Aí, sofre pra mim, porque tem (sic) que tratar tudo” (Fernando);

v.) depreciar outros pastores (Humberto). “Oh irmão! Tome cuidado com fulano da igreja tal! Ele tem convidado você pra ir lá. [...] Uma pessoa que faz deste jeito, como será a vida dela com Deus? E você vai lá ouvir? Não se faz isso!” (Humberto); vi.) tornar-se amigo dos fieis. Usualmente, pastores se relacionam com seus pares (Itamar).

“Se são amigos de membros, é porque precisam [deles] por várias [razões]. Por questão (sic) de quantidade, dinheiro, dízimo e oferta. Se aquele membro sai, dificilmente, [...] ele continua amigo [dele]” (Itamar); vii.) associar visitas externas a comportamento não religioso (Osvaldo). “Você vai orientar. Vai sentar com [o fiel], aconselhar, tipo assim, você tá (sic) indo pra outro rumo. Não é esse o ensinamento que Jesus tá te (sic) ensinando” (Osvaldo);

viii.) desestimular membros de se tornarem pastores, de abrirem seus próprios ministérios. “Às vezes, a gente tá (sic) preso no funcionamento da igreja. A gente foi instruído que se abrisse igreja taria (sic) dividindo a obra de Deus” (Kaio); ix.) salientar, aos recém-convertidos, os benefícios da participação, as graças que receberão. “A gente fala: olha! Você se converteu a Deus. Então, [veja] [...] quais são as bênçãos que vão cair sobre você” (Sebastião); x.) adular o fiel. Tem pastor que “não tá (sic) preocupado com a vida e com a salvação da pessoa. [...] Muitas vezes, tá (sic) preocupado em bajular [o fiel] para que ele possa trazer um ganho para ele” (Valdomiro); xi.) ser menos rigoroso, exigir pouco dos membros. “Hoje, o pastor tem que falar baixo [...]. Não tem como doutrinar mais a igreja. Pastor fala assim: você vai ficar 30 dias [...] sem oportunidade. [O fiel] não fica. [Vai para] outra igreja [onde] não tem disciplina nenhuma” (Marcelo).

xii.) salientar a igreja como espaço único para salvação (Humberto). “A Assembleia de Deus diz que salvação é só na Assembleia de Deus. Se você sair, não vai para o céu. Não adianta ir para a Batista, nenhuma outra” (Humberto). Na Quadrangular, uma frase dita aos membros expressa a natureza deste argumento: “lembre-se, cada ovelha tem o seu cocho. O seu cocho é o de número quatro” (Humberto). A mesma linha de atuação é adotada por igrejas menores (Humberto). “Todas têm certa tentativa de manter as pessoas dentro da denominação” (Humberto); xiii.) criar eventos sociais. Com eles, os membros podem “usar sua melhor roupa”, seu sapato novo, interagir com os

demais (Humberto). “As meninas vão se mostrar para os rapazes. [...] É o dia onde os irmãos vão ver as irmãs. [...] Onde o marido vai ter orgulho de ver sua esposa arrumada” (Humberto);

xiv.) não possuir pastor auxiliar. “Eu conheço um [...]. Ele nunca colocou, não tem coragem. [...] Muitos [...] não delegam funções. Justamente para ter controle de tudo. Não [...] correr o risco [de a igreja] ser dividida” (Humberto). Para isso, “prega todo domingo, [...] toda quarta-feira. Está sempre fazendo tudo. Está cuidando da escola dominical, está no departamento financeiro, confere os dízimos, faz os pagamentos, vai para o banco” (Humberto). “Eu tô (sic) [...] sozinho na igreja. Tem 10 anos que nós tamo (sic) batalhando, tamo (sic) levando a obra praticamente sozinho” (Edmundo); xv.) não manter relações sociais visíveis com pastores geograficamente próximos. “Se os membros veem o pastor conversando com outro, [...] pensam: poxa, se o meu pastor conversa com o pastor da Assembleia de Deus, eu também posso ir lá visitar” (Humberto). Com efeito, todos os entrevistados possuem maior número de relações com pares localizados em regiões distantes; xvi.) ter boa banda. “Outros pastores cobiçam demais os nossos membros [...]. Cobiçam muito esses músicos, porque música boa na igreja é atrativo fundamental [...] pra chamar pessoas, pra fazer as pessoas permanecerem” (Humberto), e; xvii.) proibir visitas externas. “Cada ministério [...] tem [...] uma forma de dirigir o trabalho. Ah! É errado? Não! É a forma que Deus deu ali pro pastor direcionar (sic)” (Osvaldo).

A **Tabela 10**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 10

**Evidências sobre como não perder fieis, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
<p>Concorrência de mercado impele pastores a instituírem estratégias para não perderem membros. Dezesete podem ser destacadas. São elas: i.) realizar eventos simultâneos; ii.) dar funções de liderança aos fieis; iii.) lançar maldição; iv.) fazer ameaças; v.) depreciar outros pastores; vi.) tornar-se amigo dos fieis; vii.) associar visitas externas a comportamento não religioso; viii.) desestimular membros de se tornarem pastores, de abrirem seus próprios ministérios; ix.) salientar, aos recém-convertidos, os benefícios da participação, as graças que receberão; x.) adular o fiel; xi.) ser menos rigoroso, exigir pouco dos membros; xii.) salientar a igreja como espaço único para a salvação; xiii.) criar eventos sociais; xiv.) Não possuir pastor auxiliar; xv.) não manter relações sociais visíveis com pastores geograficamente próximos; xvi.) ter uma boa banda, e; xvii.) proibir visitas externas.</p>	<p>(Damião; Edmundo; Fernando; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Marcelo; Osvaldo; Sebastião; Valdomiro).</p>

**4.1.5) Dependência do fiel**

Para evitar perda de membros para igrejas concorrentes, pastores estimulam a sujeição do fiel. “Eles fazem uma propaganda de tal forma que você passa a depender de mim (sic). [...] 90% dos pastores em atuação, tanto os pequenos como os grandes, fazem isso” (Humberto). A forma de agir é geralmente sutil. Uma delas implica assumir responsabilidades. Um pastor ensina como: “Se você precisa de alguma coisa de Deus, eu oro por você. Se você precisa conhecer alguma coisa da palavra, eu te mostro onde que tá (sic). Se você precisa de qualquer coisa espiritual, eu tenho o caminho” (Humberto).

Isto significa que “para chegar a Jesus, [o membro] tem que passar pelo pastor [...] A tentação de dizer que [ele] precisa de mim é muito grande. Eu é que tenho a palavra. [...] Eu que sou seu mediador” (Humberto). A outra sugere disponibilidade. “Oh Irmão! Se você precisar da verdade, você tem o meu telefone. [...] Liga no meu celular. Olha! Pouca gente tem o meu celular, hein! Então, você é um privilegiado. Você tem o celular

do seu pastor” (Humberto). Para o membro, “é como se tivesse o celular particular da Dilma” (Humberto).

A subordinação se manifesta em distintas maneiras. A primeira é por meio da veneração (Damião; Edmundo; Humberto). “Eu vi muito isso. [Pessoas] não adorando a Deus, mas, [...] o homem” (Edmundo). “Os pastores fazem com que o fiel siga a ele e não a Jesus” (Humberto). De fato, os membros “parecem que são discípulos do[s seus] pastor[es]” (Damião). Para muitos, eles são “o representante verdadeiro de Jesus Cristo na terra” (Humberto). Evidência é vista na recriminação ao pastor. “Se criticar [...] em frente a um membro é perigoso ele te bater [...]. Defendem com unhas e dentes” (Edmundo). Chegam a falar que “que você é filho do diabo” (Humberto). Algumas afirmativas são comuns nestas situações: “não vou conversar com esse cara. [Ele] é mensageiro do diabo. [...] Vai atrapalhar a minha fé” (Humberto).

A segunda na fala dos próprios pastores (Damião; Fernando; Valdomiro). Três delas podem ser enfatizadas: i.) “ele [...] é fiel a nós” (Damião); ii.) “ela pode ir na (sic) outra igreja, mas, se for fiel à minha pessoa, ela fica” (Fernando), e; o membro “tem que falar: pastor, eu tô (sic) querendo visitar outra igreja [...], mas, sou submisso ao senhor, que é minha autoridade” (Valdomiro). A terceira é na obediência usualmente incontestável (Cristiano; Damião; Humberto; Osvaldo; Teodoro). Muitos membros fazem o que o pastor manda. “Se eu cair no poço, eles vão cair também” (Damião). “A ovelha vai aonde o pastor conduz” (Cristiano). “Ela vai fazer da forma como seu pastor está conduzindo” (Osvaldo). Exemplo é visto a seguir: uma moça “entrou de férias e me [...] falou: tô (sic) pensando em visitar minha tia no Espírito Santo. [...] Se o senhor falar que não é para eu ir, eu não vou” (Teodoro). Para muitos membros, “o que o pastor fala é o que Deus falou” (Humberto).

A quarta é na confiança privilegiada dos membros na fé do pastor (Fernando; Kaio). “Às vezes, nem fé a pessoa tem. Tem fé na fé do pastor” (Fernando). É ele o responsável por estimular tal comportamento. “Não adianta [...] você querer orar para as pessoas sem ter a unção de Deus. Você não vai conseguir proporcionar nada para a pessoa. [...] Você tem que ter a unção, a autoridade” (Kaio).

A **Tabela 11**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 11

### **Evidências sobre dependência do fiel, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Pastores estimulam a sujeição do fiel	(Humberto)
Duas formas principais se inserem aí: uma implica assumir responsabilidades. A outra sugere disponibilidade	(Humberto)
A subordinação dos fieis se manifesta em distintas maneiras: i.) veneração; ii.) fala dos pastores; iii.) obediência dos membros, e; iv.) confiança dos fieis na fé do pastor	(Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Teodoro; Valdomiro)

#### **4.1.6) Disputa entre pastores**

A concorrência por fieis não incide somente entre igrejas evangélicas. Manifesta-se, também, em brigas entre pastores de única instituição. Resulta, daí, divisão dos ministérios (Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Marcelo; Raimundo; Teodoro; Zulmira). “Eu já vi muitos casos assim. Vai bucado (sic) com os dissidente (sic) e o restante fica” (Edmundo). “Tem um pastor que o auxiliar dele saiu e levou toda a igreja [...]. Quando chegou, que ele abriu, não tinha uma cadeira. Teve que começar tudo do zero” (Zulmira). “Às vezes, acontece caso de o pastor levar 100% da igreja” (Raimundo). A relação entre eles fica de guerra (Edmundo). “Aqui mesmo tem um caso. Eram dois pastores, dividiu, um continuou, o outro saiu e levou 60%” (Edmundo). Quando rompem,

o discurso dos pastores é geralmente um só. Eles “falam com os irmãos: vou abrir igreja assim, assim, tal, tal. Vai (sic) lá pra nos ajudar. Quer dizer, concorrência, né” (Marcelo).

Diferentes motivos originam as brigas. Dez podem ser destacados: i.) ciúmes. “O pastor presidente queria me acolher [...], e o pastor que era vice procurou me expulsar, porque tava (sic) com ciúmes do propósito que Deus tinha na minha vida. [...] Conseguiu me expulsar, mostrando má vontade” (Edmundo); ii.) salário. Conheço um que “saiu em contenda com o pastor [...]. Queria ganhar salário [e o pastor] não deu. Então, ele [falou:] eu monto minha igreja. Eu mesmo vou fazer o meu salário. Quer dizer? Ele saca qualquer nome que vem na cabeça” (Marcelo);

iii.) má-fé. “Pastor sair da igreja e levar membro é o que mais tem. Às vezes, propositalmente, ele influencia as pessoas e leva. Faz a cabeça” (Fernando); iv.) medo. “O pastor ficou com medo de eu tomar a igreja. [...] Abrir uma igreja dentro da igreja. [...] Tomar os fieis. [...] Por este medo, ele nos arrancou. No eu sair, as ovelhas ficou (sic) dispersas. Saíram quase todas” (Cristiano). Tal fato expressa um dilema dos pastores. “Delego poder ou assumo tudo com o risco de não dá (sic) conta de crescer a igreja” (Humberto); v.) opiniões diversas. “Geralmente, quando um pastor não concorda com a visão administrativa da igreja, como a pessoa tá (sic) procedendo como pastor, acaba tendo uma briga. Se ele já é pastor, fala: ah! Vou sair [...]. [Aí] cria um ministério” (Fernando). Isso ocorre quando “pastores começam a discordar do que você tá (sic) [fazendo]. De repente, ele sai e outras pessoas acompanham ele” (Raimundo); vi.) falta de confiança pessoal. “Se eu não tenho confiança naquilo que eu tô (sic) fazendo, naquilo que eu tô (sic) pregando, eu vou ter medo de alguém subir em cima do altar. Falar alguma coisa e tirar” (Edmundo);

vii.) carisma do pastor auxiliar. “Você coloca para te auxiliar e ele é muito carismático, mais carismático que você, cuida mais das pessoas. Ele aluga um salão e

leva metade da igreja. [...] É assim que acontece (sic) as divisões. A maioria é assim” (Humberto); viii.) ambição. “Eu ungi duas pastora (sic) [...] pra me ajudar. [...] Elas viram a igreja cheia, acharam que eu tava (sic) ganhando dinheiro. Depois que foram ungidas, ficaram um mês comigo, e saíram. [Abriram] igrejas” (Zulmira); ix.) soberba. “Eu consagrei um irmão como pastor. Um belo dia ficou soberbo, achou que era grande. Se rebelou. Eu falei: tem direção de Deus pra tá (sic) indo embora? Tenho! Aí, ele saiu. Mais da metade da igreja acompanhou ele” (Teodoro); x.) divergências religiosas. “Uma coisa me incomodava quando eu lia [uma] passagem. [...] Muitos [da igreja] tinha (sic) dúvida também, no mesmo sentido que eu tinha. O caso do pastor [titular] ser divorciado. [Eu falava:] a gente vai orar pra ver” (Marcelo).

A **Tabela 12**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 12

### **Evidências sobre disputa entre pastores, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
A concorrência por fieis não incide somente entre igrejas evangélicas. Manifesta-se, também, através de brigas entre pastores de única instituição. Resulta daí divisão dos ministérios.	(Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Marcelo; Raimundo; Teodoro; Zulmira).
Diferentes motivos originam brigas entre pastores. Dez podem ser destacadas: i.) ciúmes; ii.) salário; iii.) má-fé; iv.) medo; v.) opiniões diversas; vi.) falta de confiança pessoal; vii.) carisma do pastor auxiliar; viii.) ambição; ix.) soberba; x.) divergências religiosas.	(Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Marcelo; Raimundo; Teodoro; Zulmira).

#### **4.1.7) Como crescer a igreja**

Para crescerem, pastores empreendem distintas estratégias. O “que puder a igreja abranger, em todas as áreas, ela tem que fazer” (Raimundo). O objetivo é “sempre elevar” (Humberto) o número de fieis e a arrecadação da igreja (Humberto). Há “métodos

e técnicas desenvolvidos exclusivamente para este fim. Como aumentar o tamanho da igreja. Como aumentar e manter a arrecadação [...]. Metodologias de marketing, de crescimento e de administração são frequentemente usadas” (Humberto). O foco, “bem nítido, [é o de uma gestão] eficaz e eficiente” (Humberto). Com efeito, “o trabalho do pastor é somar” (Ulisses). “Eu acredito que todo pastor [...] quer um ministério grande, como eu quero” (Osvaldo). As metas são dessemelhantes. Variam conforme a ambição do pastor. “Meu sonho é ser (sic) a maior igreja de Contagem” (Osvaldo). “Eu gostaria de ter mil membros” (Cristiano). “Eu vejo a minha igreja com três mil [pessoas]” (Ulisses). “Meu sonho é ter dois milhões de [fieis]” (Damião). O crescimento da igreja é compreendido como dever do pastor. “O reino de Deus [...] tem que ser multiplicado. Se tem 50, tem que ter 100. Se tem 100, tem que ter 200. Se tem 200, tem que ter 400. É obrigação nossa gerar almas. Deus pede filhos” (Damião).

Para isso, vinte e três táticas são apropriadas. São elas: i.) diminuir o percentual do dízimo pago pelos membros (Humberto; Kaio). “Eu vi igreja que [...] colocou 9,5%. Eu falei: se a bíblia fala 10%, por que ele colocou 9,5%?” (Kaio). Um pastor explica por quê. “Se você não é dizimista em lugar nenhum, e descobre que pode pagar dízimo de 9,5% e receber as mesmas bênçãos de quem paga 10%. Olha [...] o liberalismo capitalista implícito. Melhor oferta pelo mesmo serviço” (Humberto); ii.) estimular o aumento da arrecadação (Abelardo). Uma das maneiras é impulsionar o crescimento profissional dos fieis. “Estou trabalhando com as pessoas, [...] motivando[-as] a se profissionalizarem [...] para [...] poderem ter bom salário, e, conseqüentemente, dar bom dízimo” (Abelardo);

iii.) formar novas lideranças (Abelardo). “Ninguém cresce sem delegar responsabilidades. Ninguém cresce se não mostrar [ao] outro a capacidade [que tem]. Eu peguei um grupo de pessoas e os treinei (sic). Eu os formei para que [...] pudessem fazer um trabalho parecido com o meu” (Abelardo); iv.) estimular entre os fieis

comportamentos cooperativos (Jeferson). “Isso é [...] umas das coisas que atraem as pessoas para a nossa comunidade. [...] Eu sempre procurei ensiná-los de que a igreja [...] é auxílio mútuo” (Jeferson); v.) promover intercâmbios religiosos (Cristiano; Damião). “A gente visita eles, eles visitam a gente. Faz um trabalho lá, eles fazem um trabalho aqui. A gente tá (sic) tentando, mas, tá (sic) tendo certa barreira, certa dificuldade. Por quê? Eu não sei” (Cristiano); vi.) ministrar em diferentes igrejas (Damião). “Eu sou pregador itinerante. Já andei quase o estado de Minas todo levando o evangelho. [...] Aqui na região, já fui em quase todas as igreja (sic)” (Damião);

vii.) explorar comercialmente milagres religiosos (Itamar; Humberto). Se “acontece um milagre na igreja, meu filho, você pode crescer ela pra mil membros se souber [aproveitar] isso na mídia, fazendo propaganda” (Humberto). Para isto, ensina o pastor, deve-se “começar a falar, explora[r] o cara, fazer ele dar testemunho, gravar [...] e ir pra mídia” (Humberto). Ele detalha como. “Venha para a minha igreja, aqui é uma igreja que acontece (sic) milagres. [...] Eles não falam o nome de Jesus. Como é que você foi curado aqui na igreja tal? [...] Tem um lugar do milagre” (Humberto). Para estes pastores, o “milagre não é de Deus. É de um lugar” (Humberto).

Além disso, falseiam fatos para obter recursos. O pastor exemplifica como. Seu primeiro carro foi dado por um fiel. O dinheiro fora destinado para tratamento de câncer da esposa nos Estados Unidos. Ele decidiu dar-lhe o carro, salienta o pastor, após sua oração curar a enfermidade. É através de milagres como este que pastores fazem “marketing” (Humberto). A partir dele, salientam aos membros da igreja: “irmãos, ele deu um carro [...]. Fica parecendo que a cura aconteceu porque a pessoa tava (sic) disposta a dar” (Humberto). Na prática, “eu distorço um pouquinho. Ao invés de falar que ele deu o carro depois da cura [...], eu deixo a entender que foi antes [...]. Viu como funciona a questão econômico-financeira? Isso é muito usado” (Humberto). Logo, “meu irmão, se você

tem dinheiro na poupança, tá (sic) precisando de uma bênção? Abre (sic) mão da sua poupança em favor da obra de Deus” (Humberto);

viii.) demonstrar aos não evangélicos os benefícios da conversão (Damião; Edmundo; Raimundo). “Eu tenho que converter pra mostrar pra aquele que está do meu lado [...] que Deus é [...] que muda, que molda, que restaura” (Damião). É através da conversão que muitos pastores conquistam novos fieis. “Eu levei muitas pessoas para Jesus através da minha conversão” (Damião). “Eu [...] lembro meu testemunho, conto ele para que outras vidas venham para Cristo” (Raimundo); ix.) ajudar não evangélicos (Damião; Humberto; Kaio). “Através da cesta básica, você pode ganhar ele pra Jesus” (Damião). “Se chegar alguém aqui, [...] a gente, às vezes, pode até se esforçar [...]. Porque vai saber se esta pessoa, através dessa ajuda, dessa aproximação, pode ser despertada” (Kaio). Além disso, pastores utilizam recursos dos fieis para a conquista de novos membros. “Se na sua casa tem um pé de abacate” (Humberto), salientam, “nós vamos [...] aproveitar pra fazer uma campanha de evangelização com [ele]. Nós vamos sair [...], levar os abacates e convidar as pessoas para virem para a igreja domingo” (Humberto).

x.) promover encontros de casais (Edmundo; Kaio; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Valdomiro; Zulmira). Voltados “principalmente aos não crentes” (Osvaldo), reúnem homens e mulheres solteiros com o objetivo de se conhecerem (Kaio). “Tá (sic) uma irmã solteira ali, um irmãozinho solteiro, vai lá, põe uma música lenta e põe os dois pra dançar. Ali, os dois se conhecem” (Kaio). “Essa é a intenção. Trazer pessoas de fora pra mostrar como é o nosso meio, como é a vida dos casais no nosso meio” (Edmundo). “É [uma forma] de tá (sic) divulgando o evangelho pra outras pessoas. Eu digo pra minha igreja: convide seu vizinho. Não quer dizer que [...] ele vai ficar. Bom seria que ficasse [...], porque a gente quer isso” (Valdomiro); xi.) realizar encontro de jovens (Edmundo; Marcelo; Ulisses). Chamados Rebanhão (Marcelo) ou Arrastão (Ulisses), envolvem atividades, a exemplo das esportivas,

para atrair a atenção da população. “Se o bairro tiver um poliesportivo, [...] chama[-se] os jovens com [a] estratégia de pregar a palavra” (Ulisses). O pastor exemplifica como. “A gente [...] batia de porta em porta [...]. Olha! Às três horas, a gente vai fazer um culto no campinho. Você tá (sic) convidado. Dava o horário, [...] só via o pessoal descendo. Nesse intervalo, muitas pessoas se convertiam” (Ulisses);

xii.) ajudar fieis de outras igrejas evangélicas (Zulmira). “A gente ajuda membros de outras igrejas. Eles vêm aqui e reclama (sic) com a gente [...]. Aqui acontece muito isso” (Zulmira). O pedido de auxílio vem através de outras pessoas. “Minha missionária chega [e fala:] oh pastora! A irmã tal, lá da igreja tal, tá (sic) precisando disso, só que ela já pediu lá na igreja, e eles não se manifestaram” (Zulmira); xiii.) apresentar aos não crentes as vantagens de ser evangélico (Gilberto). “É mostrar pra outras pessoas que há princípios e valores de vida, postos pela palavra de Deus, que pode (sic) mudar a vida dele, que pode (sic) dar outro foco, outros valores, outros princípios, outras características de relacionamento” (Gilberto); xiv.) empregar meios de comunicação (Gilberto; Valdomiro). Estes se destinam às grandes igrejas. Elas adotam “metodologia de trabalho nas mídias impressa, internet, televisiva e radiofônica. [...] A igreja precisa trabalhar bem com comunicação” (Gilberto). Para isso, adota “técnicas de ponta na área profissional da mídia. [...] O trabalho facilita muito” (Gilberto). Nele, há adoção de técnicas de mercado. “Eu creio que tudo tem marketing. [Na televisão, no rádio], tudo tem marketing” (Valdomiro);

xv.) salientar os benefícios da igreja (Osvaldo; Valdomiro). É “até vergonhoso, mas, [os pastores] usam o templo de Deus pra falar só em prosperidade. Vem pra Deus e Deus vai te dar isso, Deus vai te dar aquilo. E a coisa não funciona bem assim” (Valdomiro). O argumento, utilitarista, envolve a figura de um Deus solucionador. “A pessoa tá (sic) ali, desanimada, [...] então, você ministra a palavra em cima daquilo, e a pessoa [...] é motivada a buscar Deus. Você motiva a pessoa a buscar o Senhor, e Deus atende, resolve” (Osvaldo). “O

importante é você dizer para [a] pessoa que Jesus ainda ama ela, independente (sic) do que ela cometeu, [...] Jesus ainda ama ela, ainda tem propósito na vida dela” (Ulisses); xvi.) evangelizar de porta em porta (Kaio; Osvaldo; Pedro). “Às vezes, você entrega um folheto para uma pessoa que tá (sic) passando por uma dificuldade [...], ela pega aquele folheto e fala: não custa nada tentar. [...] Isso proporciona o crescimento” (Kaio). “A gente [sai] uniformizado, faz um evangelismo corpo a corpo, chega pra pessoa e fala: Jesus te ama. Ele quer mudar sua vida” (Osvaldo). “É um trabalho [...] muito eficiente, que, às vezes, fica muito aquém do que poderia tá (sic) sendo realizado” (Pedro).

xvii.) diminuir usos e costumes, as regras de comportamento (Edmundo; Marcelo). Nelas se inserem condutas não permitidas pela igreja, tais como: batom e unhas vermelhos, maquiagem, calças curtas, cortar o cabelo, televisão na residência, utilizar anticoncepcional, entre outras (Edmundo). As igrejas “estão relaxando um pouco porque viu (sic) que tava (sic) perdendo membros. Na verdade, cortou (sic) muita coisa” (Edmundo). “Pra que um ministério venha crescer [...], você [tem] que usar uma estratégia de não apricar (sic) o uso e o costume. Deixar as pessoas vim (sic), [...] não dá (sic) obediência à diretoria, à administração” (Marcelo); xviii.) promover eventos musicais (Kaio). “Têm negócios que os pastores tão (sic) colocando pra chamar [as pessoas] que, às vezes, fica (sic) fora do contexto bíblico. [...] A balada gospel [é um deles]. Ah! Vão (sic) fazer uma evangelização com funk, pagode, pra atrair” (Kaio). O objetivo é produzir “música [...] pra sentimentalizar a pessoa que tá (sic) lá fora [...]. Agora, eu ter que encher aqui de luz vermelha, amarela, fazer tipo uma danceteria? Não é assim que funciona” (Kaio);

xix.) visitar as casas das pessoas (Teodoro, Valdomiro; Wagner). “Na medida [em] que a gente vai visitando as pessoas, falando de Jesus [...], [elas] vão entendendo. Muitos vêm e permanecem” (Teodoro). “Alguém da igreja fala: oh pastor! Na casa de fulano tá (sic) acontecendo um problema. Perguntou se o senhor pode ir lá fazer uma oração, conversar. Eu

uso mais isso” (Valdomiro); xx.) realizar atividades sociais (Napoleão; Osvaldo). “O crescimento do ministério vem [através do] trabalho social. [Ele] é a base para o bom crescimento da igreja” (Osvaldo). Inserem-se, aí, a distribuição de alimentos e vestuários. “A gente tem o costume de fazer marmita. [...] Você vai chegar na (sic) pessoa, vai falar do amor de Jesus pra ela” (Osvaldo). Serve para “que as pessoas que não estão na igreja [...] veja[m] que [ela] tem mais para oferecer do que a roupa. Tem mais a oferecer do que o alimento” (Napoleão);

xxi.) promover eventos em praças públicas (Cristiano; Damião; Edmundo; Itamar; Raimundo; Ulisses). Para isto, procuram “pontos estratégicos do bairro” (Ulisses). Diversas iniciativas se introduzem aí. Uma delas envolve “pregar o evangelho através de brincadeiras” (Cristiano). “Já conseguimos alguns patrocinadores [...]. Nós vamos conseguir cama elástica, máquina de algodão-doce, palanque, ver se conseguimos trazer algum cantor de renome” (Cristiano). Os serviços oferecidos variam conforme a estrutura da igreja. “Já chamei alguns cabelereiro (sic) que vai (sic) me apoiar. Nós vamos tirar identidade, fazer título de eleitor. Já fui no (sic) TRE. Eu tenho influência dentro desse detalhe” (Damião). A meta é “doar mil bíblia (sic). Dentro desse evento, vamos pregar pra mil pessoas [...]. Nosso trabalho vai começar a ser aparecido ano que vem. Vamos começar com evento lá. Nós vamos crescer, porque ali a praça é boa” (Damião).

xxii.) fazer proselitismo (Abelardo; Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Marcelo; Valdomiro). “Acontece demais” (Valdomiro). “É uma questão de oportunidade. Encontra um irmão insatisfeito. Oh irmão! Você não está satisfeito lá? Vem (sic) pra cá! [...] Por que você vai ficar lá insatisfeito? Como [...] você vai servir a Deus com tristeza no coração?” (Humberto), e; xxiii.) atuar como ativista religioso (Jeferson; Raimundo; Ulisses; Zulmira). Incluem-se, aí, atividades destacadas. “Um rebanho, para crescer, tem que ter água

boa, tem que ter alimento bom, tem que ter um pastor bom. Se uma ovelha tá (sic) bem alimentada, [...] uma pessoa vai falar para outra” (Ulisses).

A **Tabela 13**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 13

**Evidências sobre como crescer a igreja, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Para crescerem, pastores empreendem distintas estratégias;	(Abelardo; Cristiano; Edmundo; Damião; Fernando; Gilberto; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Pedro; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira)
Vinte e duas delas são de destaque: i.) diminuir o percentual do dízimo pago pelos membros; ii.) estimular o aumento da arrecadação; iii.) formar novas lideranças; iv.) Estimular entre os fieis comportamentos cooperativos; v.) promover intercâmbios religiosos; vi.) ministrar em diferentes igrejas; vii.) explorar comercialmente milagres religiosos; viii.) demonstrar aos não evangélicos os benefícios da conversão; ix.) ajudar não evangélicos; x.) promover encontros de casais; xi.) realizar encontro de jovens; xii.) ajudar fieis de outras igrejas evangélicas; xiii.) apresentar aos não crentes as vantagens de ser evangélico; xiv.) empregar meios de comunicação; xv.) salientar os benefícios da igreja; xvi.) Evangelizar de porta em porta; xvii.) diminuir usos e costumes; xviii.) promover eventos musicais; xix.) visitar a casa das pessoas; xx.) Realizar atividades sociais; xxi.) promover eventos em praças públicas; xxii.) fazer proselitismo, e; xxiii.) atuar como ativista religioso.	(Abelardo; Cristiano; Edmundo; Damião; Fernando; Gilberto; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Pedro; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira)

**4.1.8) Mini-igrejas**

Dentre as táticas empreendidas pelos pastores para crescerem as igrejas, uma possui aceitação geral. Anteriormente denominada “pontos de pregação”, chama-se “trabalho de célula” ou “mini-igreja” (Humberto). Utilizada por pequenos e grandes ministérios, refere-se aos grupos liderados por fieis eleitos pelo pastor e formados por poucas pessoas que se reúnem na casa de um dos integrantes. É como abrir “uma filial, como se fosse, por exemplo,

o que se chama de franquia” (Humberto). Funciona da seguinte maneira: os “líderes, [...] nos seus bairros, nas suas ruas, [...] convidam o vizinho para participar daquela célula” (Abelardo). Há “mais [...] liberdade, é menos restritivo do que ir numa igreja” (Pedro). Dentro [dela], ensinam[-lhes] a palavra de Deus. Tem um louvor, no final tem um lanche. [É] todo um movimento acolhedor” (Abelardo).

Seu funcionamento implica a combinação de duas ações fundamentais. A primeira envolve formação de líderes (Humberto; Osvaldo). “A gente orienta, porque eles são leigos. A gente orienta até como preparar um sermão, [com] introdução, desenvolvimento, tópico um, tópico dois, conclusão” (Humberto). A segunda, na conquista de novos membros (Damião). “O nosso alvo é pessoas que ainda não se converteram ao Senhor Jesus” (Osvaldo). “Célula não é para convertido. É para conversão. É para o cara aceitar Jesus [...]. Nosso intuito é trazer ele pro reino de Deus. Se ele não vai na (sic) igreja, a igreja vai até ele” (Damião).

O trabalho visa facilitar um processo de transição. “Muitas pessoas não vêm direto para a igreja. Ela não consegue, tem vergonha, receio” (Raimundo). “A pessoa que nunca foi numa igreja evangélica parece ter [...] dificuldade maior” (Pedro). Mas, “quando ela visita uma célula, [...] ela vai conhecendo [a estrutura] de perto” (Raimundo). Torna-se “mais acessível ao evangelho, mais familiarizada [...]. [Assim,] ir [acaba sendo] um passo mais fácil” (Pedro). “Ela acaba chegando na (sic) igreja” (Raimundo).

Com efeito, “o trabalho de célula é celeiro pra ganhar alma” (Damião). Fundamenta-se na ideia de que “quem gera ovelha é ovelha” (Humberto). “Você começa uma mini-igreja com uma família, um casal. Daqui a pouco eles estão com oito ou nove [se] reunindo. Aquelas pessoas vêm, batizam e se tornam membras” (Humberto). A tática, salienta um dos entrevistados, não é recente. Foi inventada por pastor na Coreia. “Ele tinha um [ministério] com 150 membros. Hoje, tem [o] maior [...] do mundo” (Humberto). Baseia-se em pontos de

pregação com seis ou oito pessoas cada um. “Olha o que acontece [quando integrantes de] dois mil [deles], no domingo, [vêm] para a sua igreja” (Humberto).

O objetivo dos pastores é elevar a quantidade de células. “Qual o meu foco? formar líderes! Eles vão [comandar] células” (Abelardo). “Elas se multiplicam. [...] O líder [...] pega no meio daquelas pessoas um[a] que tem carisma, [...] que é comprometid[a]. Ele [a] treina como líder, abre outra célula e [a] coloca” (Abelardo). “Nós estamos com sete líderes de células, e com dez já em formação” (Osvaldo). “Estou no meio de um processo, [...] terminando de formar uma turma que vai dar sequência a estas células” (Abelardo). Assim, reinicia-se o ciclo. Para integrá-las, seus membros se reúnem regularmente na igreja. Nos “grandes cultos, eles vêm para cá” (Abelardo). Além disso, o líder de célula é “só um obreiro que não [tem] autorização para servir a ceia” (Humberto).

Esta deve ser oferecida pelo pastor “na igreja central” (Humberto). Trata-se de evento importante. É na ceia que o evangélico vai “com sua melhor roupa. É o maior desfile de moda [...]. Todas [as irmãs] vão no (sic) salão” (Humberto). É também o dia em que “a gente leva a nossa oferta mais especial. A gente leva o dízimo neste dia. Mesmo que você receba no outro dia, é preferível que você leve neste dia” (Humberto). Para isso, os pastores falam aos fiéis: “leve um envelope para a sua casa. Vai guardando. No dia da ceia você traz. Nós vamos consagrar juntos aqui, irmão” (Humberto).

A **Tabela 14**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 14

**Evidências sobre mini-igrejas, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Mini-igrejas se fundamentam em duas ações principais: i.) formação de líderes, e; ii.) conquista de novos membros;	(Damião; Humberto; Osvaldo)

Continua

**Tabela 14 (continuação)**

Evidências Empíricas	Pastores
O trabalho de células facilita o processo de conversão das pessoas. Tornam-nas mais familiarizadas com as igrejas evangélicas.	(Damião; Humberto; Pedro; Raimundo)
Multiplicação de células ocorre através da formação novos líderes. Estes são escolhidos pelos responsáveis pelas “mini-igrejas”, em conjunto com o pastor.	(Abelardo; Osvaldo)

#### **4.1.9) Dízimos, ofertas, campanhas e votos**

Pastores empregam quatro instrumentos principais para arrecadação de dinheiro. São eles: dízimos, ofertas, campanhas e votos. Os dízimos são “10% do salário” (Zulmira). “Se você ganha 100 reais, contribui com 10 reais” (Marcelo). Se “ganha três mil, contribui com 300” (Jeferson). “Isso tanto na igreja evangélica, [como] na secular” (Kaio), compreendida como a católica. “O dízimo é um mandamento do Senhor” (Damião). “É bíblico, uma obrigação cristã” (Pedro). Volta-se, segundo os pastores (Cristiano; Damião; Sebastião; Teodoro; Valdomiro), para a manutenção e o crescimento da igreja. “Muitas pessoas acham [que] dízimo é para o pastor. Não! É para a casa do Senhor!” (Teodoro). “É usado pra pagar aluguel, água, luz, e para fazer alguma benfeitoria” (Valdomiro). “Como eu vou colocar combustível para ir visitar uma pessoa? Ou pra socorrer outra?” (Teodoro). “A igreja tem despesas” (Damião).

A definição de dízimo não é consensual. É aberta a interpretações. Pastores decifram-na para obterem o melhor do fiel (Sebastião). Três exemplos evidenciam isto. O primeiro através do conceito de primícias<sup>15</sup> (Sebastião). “Deus manda dar a décima parte das suas primícias. Lá, não fala salário. [...] Primícias é aquilo que você tem de melhor” (Sebastião). Cita a história de Caim e Abel para justificar o argumento. “Um levou parte

<sup>15</sup> “Substantivo feminino plural. 1) primeiras coisas de uma série; começos, prelúdios; 1.1) os primeiros frutos colhidos; 1.2) os primeiros animais nascidos num rebanho; 1.3) primeiros lucros; 1.4) primeiros livros escritos; 1.5) primeiras emoções e sentimento” (Dicionário Houaiss).

do que a terra produziu e deu a Deus. O outro levou mais que isso. Levou as primícias [...]. Falou: vou tirar desse melhor, do mais lindo, do mais vigoroso, e vou dar ao Criador” (Sebastião).

O segundo, por meio do dízimo dobrado (Abelardo; Marcelo; Wagner). “Tem igreja que fala [no] dízimo dos dízimos. Às vezes, as pessoas usam termo bíblico [...] pra convencer o membro que eles estão certo [...]. Isso é um meio de granjear” (Marcelo) [...]. “Dízimo dobrado [eu] não concordo. Existem pastores que exploram os fieis” (Abelardo). A utilização do argumento varia conforme a habilidade do pastor. “Alguns [falam que] se você der o dízimo dobrado, Deus vai dobrar o seu salário” (Wagner). Além disso, “pessoas que têm estudo tem como formar um monte de termos financeiro (sic) pra usufruir da igreja. Não precisa eu falar que existem pastores milionários. Eles não têm dó mesmo [...]. Taca (sic) a mão memo (sic)” (Marcelo).

O terceiro na apropriação textual da bíblia (Humberto). “Trazei todos os dízimos à casa do tesouro, para que haja mantimento na minha casa” [...]. A partir [deste] texto, você fala sobre dízimo. [...] Introdução, desenvolvimento e conclusão. Você usa autoajuda” (Humberto). O pastor exemplifica como. “Eu conheço irmãos que tava (sic) assim, mas, ele fez o voto do dízimo e [...] começou a dar [...] aquilo que tinha, dos bico (sic), dos biscates” (Humberto). Salienta-se, aí, as implicações da prática, as graças obtidas. “Deus arranjou um emprego para ele. Hoje ele trabalha de carteira assinada, ganha um salário mínimo e continua sendo fiel ao Senhor [...]. Se ele faz hora extra, ele é fiel na hora extra também” (Humberto). Logo, instrui o pastor, se “você [...] tá (sic) passando alguma dificuldade, meu irmão, por que você não toma essa atitude de fé diante de Deus? Ele diz. Trazei o dízimo à casa do tesouro. A casa do tesouro que você conhece é esta” (Humberto).

Duas observações derivam daí. A primeira é a existência de relação de permuta (Fernando). Fiéis empregam dízimo para obter bênçãos de Deus. Um pastor elucida como: “oh Deus! Tô (sic) entregando meu dízimo, mas, se o Senhor não mudar a minha situação, eu vou parar [...]. A barganha é essa” (Fernando). Ela é estimulada pelos próprios pastores (Fernando; Humberto; Kaio; Zulmira). Evidencia-se por meio de duas formas complementares. São elas: i.) na fala aos fiéis (Humberto; Zulmira). “Dai-vos e será dado. Traga o seu dízimo e você vai ver a resposta” (Humberto). “A prosperidade só vem na vida do cristão quando ele é dizimista, ofertante, quando é fiel na palavra do Senhor” (Zulmira), e; ii.) nos envelopes de dízimos (Kaio). Neles, veem-se distintas citações. Cinco reforçam o argumento: a.) “seja dizimista fiel e receba: 1- bênção sem medidas; 2 – proteção contra o devorador; 3 – fontes de renda férteis; 4 – alegria” (Kaio); b.) “a bênção sobre os 90% depende da fidelidade dos 10%” (Kaio); c.) “sou dizimista porque eu quero bênção sem medida” (Kaio); d.) “sou dizimista porque tudo que peço recebo” (Kaio), e; e.) “sou dizimista porque receberei de Deus com a mesma medida” (Kaio).

A segunda na própria concepção de fiel. Nem todos os membros se encaixam nesta categoria. Nas “igrejas, existem fiéis e frequentadores. Na maioria, acaba (sic) se tornando frequentadores, não fiéis. O que é fiel?” (Napoleão). “Fiel como? Nos dízimos e nas ofertas” (Humberto). Implica, portanto, “fidelidade financeira” (Humberto). “Muitas vezes, as pessoas tá (sic) na igreja um ano, dois anos, dez anos, mas, ela não devolve dízimo” (Napoleão). Às vezes, “ganha salário mínimo, mas, é fiel a Deus” (Valdomiro). Ela “não pode deixar de ser fiel. [...] Uma igreja de porta aberta se mantém com dízimos” (Fernando). O controle sobre eles é geralmente rigoroso. Há igrejas que adotam cartões exclusivamente para este fim. Neles, mensalmente, “o tesoureiro [...] vai dar um carimbo. Você é um dizimista fiel” (Humberto). Trata-se de um instrumento simples e eficaz. “É

uma forma de [o membro] se orgulhar. Tem gente que tem 13 cartões de dízimos. Nunca faltou um mês. Ele mostra para o outro. Pois é irmão! Eu já tenho 13 cartão (sic) [...] sem uma falha” (Humberto).

Não ser fiel implica aos membros distintas privações. Duas podem ser destacadas. A primeira na impossibilidade de assumir funções de liderança. “Por regra e regimento, a pessoa só pode assumir cargo de liderança se [...] for obediente [...]. Ela tem que ser dizimista. É questão de obediência” (Fernando). A segunda na participação da ceia. “O forte da igreja evangélica é a santa ceia” (Marcelo). Para isso, “você [tem] que [provar] que é dizimista. Se não for dizimista, fiel, se tiver falha no seu cartão, [isto é, se] você não contribuiu dentro de um mês, você não participa da santa ceia” (Marcelo). É preciso mostrar que se “tá (sic) em comunhão com Deus” (Marcelo).

As ofertas, por sua vez, são voluntárias (Abelardo; Benedito; Damião; Leonardo; Pedro). “A pessoa [deposita] aquilo que Deus colocar no coração dela” (Leonardo). “Não tem estipulação” (Benedito). “O que a pessoa sentir no coração, ela vai ofertar” (Kaio). “Eu posso dar um real, posso dar 100 reais ou posso dar mil” (Pedro). Pastores investem na prática. Para eles, “o que abençoa a pessoa é a oferta. [...] Jesus falou” (Fernando). Ela se evidencia em dois momentos principais. No primeiro, ao final dos cultos. No segundo, em datas indeterminadas. Nestas, denomina-se ofertas especiais e visa ao alcance de objetivos específicos. Podem ser o pagamento do aluguel, a santa ceia, um projeto de vida, o reparo e a melhoria da igreja, entre outros (Raimundo; Wagner). “Nós vamos fazer uma reforma, e precisamos de uma oferta especial de 100 reais. Quem pode ofertar com 100 reais? Às vezes, um levanta, dois, três [...]. Quem pode dar 50? Quem pode dar 40? Quem pode dar 30?” (Marcelo).

Duas táticas sutis incitam a doação pelos fieis. A primeira envolve influência social (Humberto; Jeferson). Nas igrejas visitadas, o gazofilácio<sup>16</sup> se localizava ao lado do púlpito, em posição privilegiada. Em algumas, eram dois deles, cujos tamanhos se destacavam. Isto implica ao fiel “sair do lugar e ir à frente” (Jeferson). Disto resulta o conhecimento de quem contribui. “Todo mundo conhece todo mundo” (Humberto). Quando alguém não oferta, outros comentam. “O irmão não foi lá. O que será que tá (sic) acontecendo?” (Humberto). O objetivo, velado, acaba por coagir. “A pessoa fica constrangida. Todo mundo [...] pondo dinheiro lá e você não vai pôr [...]. Se [o pastor] não quisesse constranger, deixava o gazofilácio atrás para as pessoas pô (sic) o dinheiro na hora de sair” (Humberto). A segunda se manifesta nos envelopes das ofertas (Wagner). Como nos de dízimo, suas mensagens sinalizam utilitarismo, benefícios aos que ofertam. “Deus põe semente nas mãos de que semeia” (Wagner).

Já as campanhas são reuniões promovidas um dia por semana e baseadas em tema escolhido pelo pastor. “São coisas que as próprias pessoas criam (Valdomiro). Estendem-se, usualmente, ao longo de sete encontros (Cristiano; Kaio; Osvaldo). “Sempre quando termina uma, você começa outra” (Osvaldo). “Eu faço só quando o espírito santo manda” (Fernando). Possuem aos pastores dois objetivos principais: i.) acumular recursos. Com efeito, campanhas visam “aumentar a arrecadação da igreja. [...] Eu nunca vi uma [...] que não seja de dinheiro” (Humberto), e; ii.) conquistar novos fieis. Muitos buscam na campanha a solução de seus problemas. “Os cara vai (sic) por causa da campanha, pra receber” (Damião). “É (sic) os chamados companheiros (sic)” (Cristiano). As temáticas variam bastante (Cristiano). Dez são exemplificadas pelos pastores (Abelardo; Cristiano; Damião; Humberto; Kaio; Osvaldo; Raimundo; Valdomiro).

---

<sup>16</sup> “substantivo masculino. 1) local, em um templo, em que eram recolhidos e conservados os vasos e as oferendas; 2) cofre para joias; escrínio; 3) grande quantidade de dinheiro, joias, ou quaisquer outros objetos preciosos; tesouro” (Dicionário Houaiss)

A primeira é a do véu. “Você [passa] pelo véu, [uma cortina,] e deposita ali sua oferta [...]. As irmãs, geralmente, bordam essa cortina, muito bonitinho, você abre a cortina, passa, deposita a sua oferta e sai” (Humberto). O objetivo é conseguir graças com a ação. A segunda é a do pente fino. “Tem pastores que fazem campanha do pente fino para o cabelo não cair [...]. Fica uma coisa sem fundamento” (Damião). A terceira é do sal. Visa espantar mau-olhado. “Você leva sal grosso para sua casa. Quem dá (sic) sal grosso é centro espírita” (Damião). A quarta é a do tapete. Nela, pastores falam os fieis: “você tá (sic) pisando no tapete que os pastores tiveram orando 120 dias [...] para que todo mundo que pisar [nele] tenha prosperidade [e] cura” (Humberto). Quando podem, compram-no em Jerusalém. O chamativo se torna ainda maior. “Eu trouxe [um] tapete [que foi ungido] com óleo feito de azeite do Monte das Oliveiras” (Humberto). Ou sujam-no com barro do Rio Jordão. “Aí, a pessoa entra com sacrifício da oferta. Pisa no tapete com a esperança de que tudo vai mudar na vida dela. E, se não mudar, é porque não teve fé suficiente” (Humberto).

A quinta é da Jeová Gire. Visa proporcionar “prosperidade financeira” (Cristiano). A sexta é a da cura (Cristiano; Kaio). Uma delas é exemplificada. “Um rapaz do meu serviço tinha frieira nos pés. Ficou à carne viva. Eu levei o óleo [da campanha] para ele. Ele passou o óleo, dois dias depois aquela ferida cicatrizou” (Kaio). A sexta é a da Rosa de Saron. “Eu pego uma rosa e digo: olha! Nós vamos fazer uma campanha de sete dias. [...] Você pega esta rosa, leva até a sua casa, e todas as quintas você traz” (Valdomiro). Nela, será alojado “todo o mal” (Valdomiro). A sétima é a da resposta. Possui caráter “pessoal. O que você quer buscar de Deus? Qual é a resposta [que você procura] no momento? [...] A campanha é um estímulo para a pessoa buscar a Deus” (Osvaldo). A oitava é a do “Deus Impossível” (Osvaldo). “Muita gente [...] que buscou aquilo que era impossível pra ele, Deus solucionou” (Osvaldo). A nona é a “Destruindo Gigantes”. “É

uma campanha de libertação” (Raimundo). A décima é a “Rosa do Amor”. Implica “distribuir envelope para [...] por debaixo do seu travesseiro. Isso, para mim, é macumba. Não tem fundamento bíblico” (Abelardo).

Finalmente, votos são acordos, financeiros ou não, realizados entre fieis e Deus (Abelardo; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Marcelo; Osvaldo; Pedro; Ulisses; Valdomiro; Wagner). “Muitos ministérios [...] pensam que voto é pagar” (Edmundo). Trata-se de algo pessoal, muitas vezes, secreto (Valdomiro). “Você faz diretamente com Deus” (Osvaldo). “É entre [você] e Deus” (Kaio; Valdomiro). O conceito não é claro. Mesmo entre pastores há indefinição (Leonardo; Pedro). “Se for analisar, não [tem diferença entre voto e oferta. É a] mesma coisa” (Leonardo). “Eles trazem outro nome, mas, na verdade, é uma oferta” (Pedro). Em geral, implica fazer promessa. “Você coloca um propósito[, um compromisso (Damião)] diante de Deus” (Edmundo). Funciona da seguinte maneira: “você precisa de algo. Eu vou fazer esse voto com Deus. Se Deus abençoar” (Valdomiro), dá-se o voto. “Muitos pagam antecipado. [É denominado] voto de confiança. [...] [Emprega-se] no intuito de receber a graça” (Edmundo). “Tem igreja que faz voto todo dia. Voto de tudo. Tem até envelope específico para isso” (Edmundo).

Um pastor detalha o conceito. “O voto é sacrifício. É algo inusitado, que você nunca fez. É aquilo que vai, de certa forma, doer em você, mas, que Deus tá (sic) vendo que é um sacrifício de coração” (Fernando). “Tem que ser alguma coisa que é um sacrifício pra você. Não é oferta que tá (sic) sobrando” (Humberto). O pastor exemplifica. “A pessoa não tem condição de entregar [...] 100 reais, mas, ela vai fazer. [...] Ela vai e entrega 100 reais. De certa forma, ela é abençoada” (Fernando). O voto sempre envolve tema específico. “É direcionado para propósito” particular (Edmundo). É empregado no intento de “comprar carro, comprar casa, conseguir namorada, conseguir marido. Pra tudo quanto é coisa eles fazem” (Edmundo). Cinco exemplos evidenciam

isto. O primeiro é o da busca por emprego. “Se eu arrumar emprego, além da oferta e do dízimo que eu vou dar, vou dar um voto” (Ulisses). O segundo é o em “favor da família” (Marcelo). “Às vezes, a pessoa tá (sic) com a família problemática. [Ela] deposita um valor [no intuito] de receber uma graça dentro daquele conceito que tá (sic) escrito no cartão” (Marcelo). O terceiro é conseguir carteira de motorista. “Teve uma menina que queria tirar carteira. Ela falou: [...] Se o Senhor abençoar, [vou] dar uma oferta no valor que ia (sic) pagar pra repetir o exame” (Wagner).

Os votos se voltam, “principalmente, para bens materiais” (Edmundo). Inserem-se, aí, duas iniciativas empreendidas pelos pastores: a “Teologia da Prosperidade” e a “Fogueira Santa”. Ambas se fundamentam na ideia da troca, da barganha com Deus (Abelardo; Fernando; Itamar). Nasceram “para [...] promover, [no] meio evangélico, a prosperidade das pessoas. Uma prosperidade pela prosperidade” (Abelardo). É como se fosse “um balcão de troca celestial” (Itamar). “Eles[, os pastores,] vendem a bênção” (Fernando). “Eu tô (sic) dando para Deus tanto, e Deus tem a obrigação de me dar” (Itamar). Fundamenta-se na ideia de que se “você dá (sic) 10, Deus devolve 100” (Damião). Se “você dá (sic) cinco mil para Deus, Ele vai te dar 50 mil” (Abelardo). É como se pegasse “Deus, de certa forma, [e quisesse] encostar Ele na parede” (Fernando). Exemplo é visto na “Universal. [Lá,] têm cultos focados, justamente, [na] busca exacerbada do ter” (Abelardo).

Nestes, “indivíduos tiram aquilo que não tem para poder ofertar” (Abelardo). “Ah! Você quer ganhar uma casa? [O] que você tem aí? Às vezes, a pessoa só tem três reais do leite. Traz três reais e coloca aqui, que você vai ganhar (Fernando). A ideia é dar para receber. “Isso aí em qualquer lei orgânica, qualquer situação. Você quer conseguir alguma coisa? Você tem que dar primeiro!” (Fernando). “A palavra de Deus diz o seguinte: é dando que se recebe” (Marcelo). Um pastor exemplifica o argumento. Cita o

caso de um empresário, um de seus fieis (Itamar). Ele “foi visitar outra igreja. [Nela,] o pastor falou assim: me dá (sic) milzinho, mil reais, que amanhã vai (sic) abrir dez portas de bons negócios para você. Amanhã você vai fazer dez grandes negócios” (Itamar). A “Teologia da Prosperidade” e a “Fogueira Santa” não possuem assentimento geral. Nos discursos, são depreciadas. “Para mim é extorsão [...]. É anti-bíblico” (Abelardo). “Deus não tem obrigação de devolver nada” (Damião). “Deus não aceita barganha” (Fernando).

A **Tabela 15**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 15

**Evidências sobre formas de arrecadação financeira, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Dízimo é 10% do salário. Volta-se para a manutenção e o crescimento da igreja;	(Cristiano; Damião; Jeferson; Marcelo; Sebastião; Teodoro; Valdomiro; Zulmira).
Definição de dízimo não é consensual. É aberta a interpretações. Três exemplos evidenciam isto: i.) o conceito de primícias; ii.) o dízimo dos dízimos, e; iii.) a apropriação textual da bíblia;	(Abelardo; Humberto; Marcelo; Sebastião; Wagner).
Dízimo se baseia em relação de permuta. Fieis empregam-no para obter bênçãos de Deus. Tal relação é estimulada pelos pastores. Evidencia-se através de duas formas complementares: i.) na fala aos fieis, e; ii.) nos envelopes de dízimos;	(Fernando; Humberto; Kaio; Zulmira)
Ser fiel implica fidelidade financeira;	(Fernando; Humberto; Napoleão)
Não ser fiel ocasiona-lhes privações. Duas são de destaque. Baseiam-se na impossibilidade: i.) de assumir funções de liderança, e; ii.) participar da Santa Ceia;	(Fernando; Marcelo)
Ofertas são voluntárias;	(Abelardo; Benedito; Damião; Leonardo; Pedro)
Ofertas especiais visam o alcance de objetivos específicos;	(Marcelo; Raimundo; Wagner)
Pastores investem na doação de ofertas pelos fieis. Duas táticas sutis exemplificam isto. A primeira envolve influência social. A segunda se manifesta nos envelopes de ofertas;	(Humberto; Jeferson; Wagner)

**Continua**

Tabela 15 (continuação)

Evidências Empíricas	Pastores
Campanhas visam o alcance de dois objetivos principais: i.) acumular recursos, e; ii.) conquistar novos fieis;	(Abelardo; Cristiano; Damião; Humberto; Kaio; Osvaldo; Raimundo; Valdomiro)
Votos são acordos, financeiros ou não, realizados entre fieis e Deus;	(Abelardo; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Marcelo; Osvaldo; Pedro; Ulisses; Valdomiro; Wagner)
Voto implica sacrifício;	(Fernando)
Votos se voltam principalmente para a busca de bens materiais;	(Edmundo)
“Teologia da Prosperidade” e “Fogueira Santa” se fundamentam na ideia da troca, da barganha com Deus.	(Abelardo; Fernando; Itamar)

#### 4.1.10) Exploração financeira

Pastores exploram financeiramente seus fieis (Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Marcelo; Sebastião; Ulisses; Valdomiro; Zulmira). “Há exploração sim” (Gilberto). “Isso é óbvio, Não tem como falar não” (Cristiano). “Tem pastores que usam o dízimo para enriquecer” (Damião). “Olhe o carro dos pastores da igreja Quadrangular! [...] Repare a vida deles. A roupa, a casa. Estão bem” (Humberto). Muitos “querem obter vantagem do fato de ser pastor” (Edmundo). Para isso, conduzem “o evangelho como [...] empresa, como [...] renda particular” (Cristiano). “Hoje, tem muita gente [...] que tá (sic) olhando a conta bancária, [...] o cordão no pescoço, [...] as vestimentas, a casa e o carro” do fiel (Edmundo). “Se [ele] é empresário, corre atrás do cara. Se não é empresário, se é um pequenininho, não corre atrás” (Ulisses).

Um caso exemplifica o argumento. “Eu visito outras igrejas. Eu fui numa igreja e o pastor me perguntou onde eu morava. Eu falei Cidade Nova, [...] que é um bairro mais chique. Ele mudou comigo. Deu atenção especial para mim” (Itamar). O índice de

pastores interessados no dinheiro dos fieis é alto e incerto. Varia conforme a percepção do pastor: 50% (Edmundo; Valdomiro), 60% (Fernando). “De [cada] dez, você tira dois que não estão preocupados com o financeiro” (Marcelo). “Hoje, [apenas] 10% dos pastores têm cuidado com os irmãos” (Humberto). “Muitos estão preocupados é com a lã da ovelha” (Cristiano). “Eu não diria só a lã, mas, também, a carne da ovelha” (Gilberto). “Tem pastor [que] quer participar [de sua] gordura” (Kaio). “A tendência é só piorar. Não é melhorar. É só piorar” (Edmundo).

Com efeito, a religião “é uma grande fonte de renda” (Gilberto). Movimenta o que um pastor denominou “indústria da fé” (Damião). “O cara sabendo que dá (sic) lucratividade, ele prega” (Damião). “Uma das reuniões [de pastores] que participei, ouvi uma pessoa dizer: [...] se você não influencia as pessoas a dar (sic) dinheiro, vem outro que pede e ganha” (Edmundo). Diferentes exemplos corroboram o argumento. Evidenciam maneiras como pastores exploram fieis. Três deles são de destaque. O primeiro se relaciona à busca pela cura. “Esses dias ouvi o caso de um sujeito. [Ele] tinha câncer. Professava fé evangélica. Não podia andar, já [estava] na cadeira de rodas” (Itamar). Para curar, sugeriram-lhe passar pelo “túnel da bênção”. “Passou uma vez, não foi curado. [...] Na quinta vez [...], o pastor falou: vi que você passou cinco vezes [...]. Não vai passar mais! Leva para uma salinha e fala: você precisa ter uma fé maior” (Itamar).

Pastores defendem o argumento de que a cura das pessoas depende de sua própria vontade. “Qualquer doença física ou psíquica, você só recebe cura, independente (sic) de ser clínico ou espiritual, se você quiser” (Sebastião). Isto significa que “a cura [...] é determinada pela vontade de ser curado. Nós falamos o seguinte: Deus tem bênção pra todos, mas, precisa que você queira ser abençoado” (Sebastião). Para isso, foi sugerido ao fiel. “Você precisa dar uma oferta grande para a igreja para Deus te curar. É o absurdo

dos absurdos. Pegar a pessoa naquele momento frágil pra fazer extorsão [...]. Pouco tempo depois, a pessoa faleceu” (Itamar). Quando não se cura, a resposta é uma só. “A culpa não é da igreja, não é do pastor. A culpa é da pessoa que não [teve] fé. A pessoa pega a poupança, dá (sic) para a igreja, não acontece nada? Por quê? Porque não teve fé” (Humberto). “A pessoa tem que ter fé” (Kaio).

O segundo refere-se à prosperidade. “Eu conheço [pastor] que pede é mil. Faz você deixar a chave do carro no altar. É pra deixar tudo seu ali, que você vai conseguir o dobro” (Zulmira). Caso o fiel não faça, “ele [...] te lança maldição. Fala que você não vai conseguir” (Zulmira). O terceiro se relaciona às doações. “As pessoas já tentaram enquadrar pastores no crime de estelionato. Mas, não existe estelionato. É uma doação voluntária” (Humberto). Cita dois episódios em que “a família tentou resgatar. [Eram] poupanças da vida inteira. Valor alto. Eu conheço caso de alguém que doou a indenização de trabalho quando foi mandada embora” (Humberto). “Se a pessoa não tiver conhecimento, acaba saindo sem roupa” (Valdomiro). O assunto é polêmico. Histórias costumam “não [ser] contadas. Você vai ouvir poucas pessoas que falam esse tipo de coisa para você” (Humberto).

Identificar pastores interessados nos recursos do fiel não é tarefa simples. Mesmo os entrevistados reconhecem tal dificuldade. “Se ele já caiu na armadilha ou na rede de um pastor que vai sugar a pele dele, ele vai ficar lá um tempo sem discernir isto” (Gilberto). De fato, “é complicado o camarada se safar dessa armadilha. [...] É, literalmente, uma armadilha. Caiu lá, você caiu no conto do vigário” (Gilberto). O desafio é ainda mais complexo para dois grupos de pessoas. O primeiro é o novo convertido. “Ele é como uma criança tomando leite” (Gilberto). “É inocente, uma criança, um bebê. E um inocente aceita tudo que vem” (Itamar). Com frequência, o “líder é carismático, simpático. Conquistou a confiança dele. Romper essa questão [...], às

vezes, é um problema para o novo convertido” (Gilberto). O segundo é o fiel imaturo. “Aquele indivíduo que está há muito tempo numa igreja, mas, que não cresceu [...]. Há muitos crentes [...] que não têm autonomia de uma vida cristã” (Gilberto). Permanecem na igreja porque “acham bonito o pastor orar. Ficam [no] emocional” (Gilberto). O resultado pode ser calamitoso. “Eu já vi muita gente se dar mal. [...] Eu já vi cara perder esposa, perder emprego. O cara tá (sic) bem, de repente, está com tanta dívida que tem que vender o carro” (Humberto).

Quatro comportamentos distintos podem ajudar os fieis a identificar pastores cobiçosos. São eles: i.) orar a Deus. O jeito é “orar para Deus dar discernimento” (Edmundo). “Se o que [o pastor] tá (sic) falando é verdadeiro ou não, Deus me mostra. [...] É só Deus para mostrar. [...] Eu sempre tive isso comigo” (Itamar); ii.) analisar o testemunho do pastor. “A bíblia mostra como [ele] tem que ser. Em primeiro lugar, tem que ser casado. Marido de uma só mulher. [Deve] ter domínio sobre sua casa. As pessoas não veem isso. Quantos tão (sic) no altar com três casamentos?” (Edmundo); iii.) ser alertado por outro evangélico. “Há comunicação entre crentes. [Um] mais amadurecido vai falar: poxa! Esse camarada tá (sic) abusando” (Gilberto); iv.) observar comportamento utilitarista. Expressa-se, sobretudo, no “fato de [o pastor] pedir muito. Se ele pedir muito, fazer campanha direto, vender coisas. É a forma de saber” (Itamar).

A **Tabela 16**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 16

**Evidências sobre exploração financeira, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Pastores exploram financeiramente seus fieis;	(Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Marcelo; Sebastião; Ulisses; Valdomiro; Zulmira)

**Continua**

**Tabela 16 (continuação)**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Conduzem o evangelho como empresa, buscam nela renda particular;	(Cristiano)
Índice de pastores interessados no dinheiro dos fieis é alto e incerto. Varia entre 50% e 90%;	(Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Valdomiro)
Religião é fonte de renda. Movimenta uma “indústria da fé”;	(Damião; Gilberto)
A cura das pessoas depende de sua própria vontade;	(Sebastião)
Quando não há cura, pastores argumentam que houve pelo fiel falta de fé;	(Humberto)
Identificar pastores interessados nos recursos do fiel não é tarefa simples. O desafio é ainda mais complexo para dois grupos de pessoas: i.) convertidos, e; ii.) imaturos na fé;	(Gilberto; Humberto; Itamar)
Quatro comportamentos podem ajudar fieis a identificar pastores cobiçosos. São eles: i.) orar a Deus; ii.) analisar o testemunho do pastor; iii.) ser alertado por outro evangélico, e; iv.) observar comportamento utilitarista;	(Edmundo; Gilberto; Itamar)

#### **4.2) Pastores e igrejas como plataformas relacionais**

Pastores e igrejas evangélicas podem ser abarcados por meio de suas interações. Estas se manifestam em duas categorias distintas e complementares. A primeira (4.2.1) se associa ao âmbito micro. Referem-se às relações mantidas pelos evangélicos no nível pessoal. Para compreendê-las, apresentam-se as interações relativas a dois momentos distintos: anterior (4.2.1.1) e posterior (4.2.1.3) à conversão religiosa, e se detalha, daí, as implicações da conversão (4.2.1.2) sobre a evolução da estrutura social dos entrevistados. A segunda (4.2.2) se relaciona ao âmbito meso. Associam-se aos relacionamentos e recursos criados e sustentados por pastores e fieis na esfera institucional. Para abrangê-los, apresentam-se as estruturas sociais das igrejas, demonstrando como suas capacidades em combinar atributos distintos contribuem para seu próprio desenvolvimento.

#### ***4.2.1) Estrutura relacional individual***

Indivíduos modificam suas estruturas de relacionamentos quando convertem. Eles se desprendem, parcialmente, de suas redes familiares e de amizade, esta compreendida como mundana, ao mesmo tempo em que se vinculam a arcabouços evangélicos, valorizando-os. Para demonstrar isto, apresentar-se-ão suas estruturas prevaletentes relativas a dois momentos distintos: anterior (4.2.1.1) e posterior (4.2.1.3) à conversão religiosa. Além disso, expor-se-ão (4.2.1.2) a influência e reação da rede social ao convertimento, evidenciando, daí, suas implicações sobre o conjunto relacional dos indivíduos.

##### *4.2.1.1) Antes da conversão*

Entrevistados sustentavam relações com grupos distintos. Seis se destacaram. Foram eles: i.) amigos de farra (Benedito). “Para a farra, [...] qualquer um serve. A relação social não importa muito. É só companhia. [Ao todo, davam] 15 pessoas” (Benedito). Inserem-se, aí, contatos de dança. Era “uma turma de 45 pessoas. [Encontrávamos em] danceteria e academia” (Leonardo); ii.) familiares (Jeferson; Leonardo; Osvaldo; Teodoro; Valdomiro). “As pessoas que eu tinha mais contato eram meus primos. [...] São mais de 40. A nossa família é muito grande. Sempre tínhamos festa pra ir” (Jeferson). “Às vezes, juntava a meninada [toda]” (Leonardo). “Sempre relacionei muito com meus irmãos e [...] cunhados” (Teodoro). “Mesmo antes de ser evangélico, [...] nunca fui de gandaia. [Ficava mais] com a família” (Osvaldo). “Não era pessoa de muitos amigos. Quando [a

gente] não tem hábito [...] de buteco (sic), de sinuca, de Mineirão, não tem muitos amigos. Eu não tinha esse hábito. Preferia [ser] mais caseiro” (Valdomiro);

iii.) traficantes (Ulisses). “Andava no meio deste pessoal. [...] Era (sic) uns três a quatro colegas meu (sic) que eram traficantes, eram drogados [...]. Eu ficava perto deles, trocava ideias com eles, até certo ponto [...]. O sistema era bruto” (Ulisses); iv.) colegas de boteco (Damião; Kaio). Eram “amizades do mundo. Amigos de buteco (sic). Não sei se existe (sic). [...] Chegava, sentava, conversava, olhava pra mulher, brincava, falava de futebol e ia embora pra casa embriagado” (Damião). “Eram amigos entre aspas. Só amigo pra bagunça, pra beber. [...] Na época, eram 13 camaradas. [...] A gente se encontrava às noites pra sair” (Kaio); v.) membros de igreja (Cristiano; Edmundo). “Os que eu tinha mais contato eram os irmãos da igreja, [...] onde a gente fazia curso. Eu era professor de catequista (sic). [...] Tinha muita influência entre os irmãos” (Cristiano). “A gente participava do grupo de jovens. A Vânia<sup>17</sup> mesmo dava aula de catecismo. Era praticante mesmo. Trabalhava na igreja. Tudo o que tinha que fazer, a gente ajudava a fazer” (Edmundo), e;

vi.) colegas de trabalho (Napoleão; Teodoro). “Gerente do Ceasa, gerente da feira, pessoal de empresa, donos de padaria. Teve um momento que fiz tabuleiro e caixote para padaria. [...] Tinha (sic) alguns padeiros que, realmente, fiz amizade com eles” (Teodoro). Em outro, foi dono de marcenaria. Nela, relacionava-se com funcionários. “A gente tinha relacionamento todo fim de semana. Fazia churrasco todo sábado e domingo. [...] Enquanto você tem dinheiro, todo mundo é amigo. Na minha casa, [davam] seis horas da manhã, já escutava carro chegando. Eu que patrocinava” (Teodoro). “Pelo fato de a gente ter[, na época,] profissão de bancário, nosso relacionamento era mais

---

<sup>17</sup> Esposa do entrevistado

coleguismo de banco. [...] A convivência era de trabalho. A gente considerava os colegas de banco como amigos” (Napoleão).

A **Tabela 17**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 17

**Evidências sobre estruturas antes da conversão, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Entrevistados sustentavam relações com grupos distintos. Seis se destacavam. Foram eles: i.) amigos de farra; ii.) familiares; iii.) traficantes; iv.) colegas de boteco; v.) membros de igreja, e; vi.) colegas de trabalho.	(Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Jeferson; Kaio; Leonardo; Napoleão; Osvaldo; Teodoro; Ulisses; Valdomiro)

4.2.1.2) *Conversão*

Converter, para evangélicos, implica “mudar de atitude. Uma mudança [no] andar, uma mudança [no] agir, uma mudança [no] olhar, uma mudança [no] falar. É assim que crente se converte. É uma mudança de direção” (Damião). Esta se associa aos relacionamentos em dois momentos distintos. No primeiro, na influência exercida pelos laços para a conversão religiosa (4.2.1.2.1). No segundo, na reação desta pela estrutura social dos indivíduos (4.2.1.2.2). Ambos serão detalhados a seguir.

4.2.1.2.1) *Influência da estrutura social sobre a conversão religiosa*

Interações sociais sugestionam a escolha religiosa (Benedito; Damião; Edmundo; Gilberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Napoleão; Osvaldo; Pedro; Ulisses; Wagner; Zulmira). A influência se manifesta através de duas formas distintas. Em ambas, derivam de relacionamentos próximos, de relações íntimas. Na primeira, através da conservação religiosa (Pedro). “Naquela época, se mudasse (sic) de religião, perdia a amizade da

cidade toda. Era, literalmente, execrada. Se saísse da católica, [...] poderia dar depressão profunda na pessoa. O clamor público era forte” (Pedro). Na segunda, por meio da conversão evangélica (Benedito; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Kaio; Leonardo; Napoleão; Osvaldo; Ulisses; Wagner; Zulmira). Diferentes pessoas se inserem aí. Sete são de destaque. São elas: i.) tios (Benedito; Gilberto). “O meu tio sempre foi crente. Ele acabou me levando. Eu fui, gostei, aceitei Jesus. [...] Ele foi meu pai espiritual” (Benedito). “Fui morar com um tio que era evangélico. [...] Fui adotado como filho. Me envolvi (sic) com a igreja, porque era hábito da família. Foi quando realmente tomei a decisão de aceitar Jesus” (Gilberto);

ii.) avós (Jeferson). “A minha vó sempre foi cristã. [...] Ela foi esse meio [...] de me levar a entender algumas coisas que não entendia. [...] Houve influência por parte dela, com certeza. Uma influência positiva” (Jeferson); iii.) pais (Leonardo). “Uma das coisa (sic) que me chamou a atenção pra mim (sic) voltar a face pra Cristo foi uma oração que escutei meu pai fazendo” (Leonardo). Nela, ouviu: “eu quero que meu filho venha a ser crente. [...] Isso me chamou a atenção. Entrei na minha casa e fiquei pensando naquela oração” (Leonardo); iv.) filhos (Zulmira). “Eu tenho problema (sic) dos meus filhos. Todos, menos uma, é (sic) usuário de droga. Então, meu filho converteu primeiro. Através dele, eu fui para a presença de Deus. [...] Fui pra igreja com ele, pra ajudar ele” (Zulmira);

v.) irmãos (Ulisses). O “meu irmão era auxiliar na igreja Quadrangular. Vivia anunciando o evangelho para a gente. [...] “Eu tenho ele como meu pai na fé” (Ulisses); vi.) amigos (Damião; Itamar). “No tempo de pré-vestibular, encontrei um rapaz que professava fé cristã. Ficamos amigos. Um dia ele falou comigo: vou te apresentar a história da minha vida. A partir dali, [...] eu realmente tive uma conversão” (Itamar), e; vii.) cônjuges. Inserem-se, aí, namoradas (Kaio; Osvaldo) e esposas (Edmundo;

Leonardo; Napoleão; Wagner). “A gente namorava. Dava a hora dela ir (sic) pra igreja, ela ia pra igreja, eu ia embora pra casa” (Kaio). A família da namorada se inclui aí, exercendo pressão. “Eu era espírita. A família dela foi muito contra. As irmãs dela eram evangélicas. Começaram a me ver com olhos diferente (sic)” (Kaio). Distante dele, “falava[m] que não ia (sic) dar certo. Que a luz não dá certo com as trevas. Que eu ia (sic) fazer sofrer, que eu ia (sic) trazer mal pra vida dela. Que isso ia (sic) prejudicar ela” (Kaio). Por isso, “têm muitas pessoas que aceitam Jesus, [que] fingem estar dentro da igreja pra agradar a pessoa [e a família de] quem tá (sic) gostando” (Oswaldo).

Com efeito, há evangélicos que só se relacionam com pessoas da mesma religião. “Pra mim (sic) namorar com ele, ele tinha que ser servo de Deus. Nós chegamos [a] namorar antes dele se converter. Quando vi que não podia prosseguir, terminamos o namoro. [...] Aí, ele foi na (sic) igreja e aceitou Jesus” (Rosilene<sup>18</sup>). Evidência da capacidade distintiva dos cônjuges para influenciar a escolha religiosa. “Eu decidi servir a (sic) Cristo mais por insistência da minha esposa” (Leonardo).

A **Tabela 18**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 18

#### **Evidências sobre influência da rede para conversão, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Interações sociais influenciam a escolha religiosa. Ela se manifesta através de duas situações distintas: i.) manutenção religiosa, e; ii.) conversão evangélica;	(Benedito; Damião; Edmundo; Gilberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Napoleão; Oswaldo; Pedro; Ulisses; Wagner; Zulmira).
Conversão deriva da influência de relacionamentos próximos, de relações íntimas. Inserem-se, aí: i.) tios; ii.) avós; iii.) pais; iv.) filhos; v.) irmãos, vi.) amigos, e; vii.) cônjuges.	(Benedito; Damião; Edmundo; Gilberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Napoleão; Oswaldo; Ulisses; Wagner; Zulmira).

#### 4.2.1.2.2) Reação da conversão religiosa pela estrutura social

<sup>18</sup> Esposa do Oswaldo

Familiares e amigos reagiram de três maneiras distintas à conversão dos indivíduos (Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Kaio; Leonardo; Marcelo; Pedro; Raimundo; Ulisses). A primeira foi com contentamento (Abelardo; Cristiano; Damião; Marcelo; Ulisses). “A minha família recebeu com alegria” (Abelardo). “Foi uma grande alegria para minha mãe e minha esposa” (Cristiano). “Os meus irmãos receberam com muito bom grado. Da melhor maneira possível” (Damião). “Tudo maravilhado” (Marcelo). Duas razões principais justificaram este comportamento. A primeira foi devido às transformações na conduta (Abelardo; Cristiano; Ulisses). Eles “viram na minha vida [...] mudança radical” (Abelardo). “Depois que [...] me converti, elas viram mudança total em mim. Eu era alcoólatra e mulherengo. Às vezes, o meu salário não chegava [...] em casa. Depois da minha conversão, as coisas [...] mudaram” (Cristiano). “Antes, só chegava de madrugada, bêbado, drogado, sujo, [...] fumando” (Abelardo). Após a conversão, “de uma hora para outra, parei de beber, parei de fumar, parei de usar drogas, parei de chegar de madrugada. [Comecei] a ter nova postura dentro de casa. Eles viram o testemunho da minha vida como algo bacana” (Abelardo). A segunda, reflexo da primeira, foi por causa da despreocupação dos familiares (Ulisses). “Para eles, foi alívio muito grande. Ter um jovem que passa dois dias na rua não é legal para um pai. Quando me converti, ele falou assim: graças a Deus sossegou. Agora, eu não tenho essa preocupação” (Ulisses).

Outra reação foi de espanto (Leonardo; Pedro). “As pessoas ficaram [...] chocadas” (Pedro). “Todos ficaram surpresos. Eu debochava muito dos cristão (sic). Meus primos iam me evangelizar, eu criticava. Falava que não ia (sic) ser evangélico. Para mim, pastor era tudo ladrão. Ficaram surpresos com minha conversão e com meu casamento” (Leonardo). Finalmente, a terceira foi de repúdio (Edmundo; Kaio; Pedro; Raimundo). “Minha filha teve rejeição, mas, foi por pouco tempo” (Edmundo). “Todos

ficaram com raiva de mim. [...] Me ignoraram (sic). Não quiseram conversar comigo” (Raimundo).

Dois motivos fundamentais explicam isto. O primeiro é o comportamento radical (Fernando; Kaio). “Eles falaram que eu tava (sic) largando tudo. Que eu tava (sic) tomando atitude muito rápida, muito radical, pra mexer com esse negócio de pastor” (Kaio). “Meu pai chegou a falar: meu filho! Você está ficando fanático demais [...]” (Fernando). “Me viam (sic) como fanático” (Damião). “Quando você é novo convertido, sua vontade é só falar de Jesus. [...] Tudo que você vê é pecado. Tudo” (Fernando). “Depois que converti, eu queria ganhar eles pra Jesus. Isso é ânsia do primeiro amor. Eu queria pregar pra eles, falar o que Cristo fez na minha vida [...]. Isso é normal” (Damião). “Depois que você descobre a verdade, fica doido para que todos venham descobrir a verdade. [Para que todo mundo] comece a ver da maneira que você [...] vê. Tirar aquelas escamas que tão (sic) tampando” (Edmundo). O segundo é o preconceito (Pedro; Raimundo). “Há 35 anos [...], quando você falava [que era] cristão, era motivo de chacota, [...] era gente de cultura menor, era (sic) pessoas de [baixo] poder aquisitivo. [Ir] para o evangelho não era bem visto, não era bem querido” (Pedro). “As pessoas tinham conceitos de que quando a pessoa viesse (sic) para Cristo, ela ficava louca. Era um conceito errado” (Raimundo).

A **Tabela 19**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 19

**Evidências sobre reação da conversão pela estrutura, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Famíliares e amigos reagiram de três maneiras distintas à conversão dos indivíduos. Foram elas: i.) contentamento; ii.) espanto, e; iii.) rejeição;	(Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Kaio; Leonardo; Marcelo; Pedro; Raimundo; Ulisses)

**Continua**

**Tabela 19 (continuação)**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Duas razões justificaram o contentamento. A primeira foi devido às transformações na conduta. A segunda foi por causa da despreocupação dos familiares;	(Abelardo; Cristiano; Ulisses)
Dois motivos explicam a rejeição. O primeiro é comportamento radical. O segundo é preconceito.	(Fernando; Kaio; Pedro; Raimundo)

#### 4.2.1.3) *Após a conversão*

Significativas transformações advieram nas estruturas sociais dos entrevistados. Estas se manifestaram através da ocorrência de quatro fenômenos simultâneos e complementares. Foram eles: i.) Afastamento dos laços fortes (Abelardo; Benedito; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Valdomiro; Zulmira); ii.) alheamento das relações passadas (Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Wagner; Zulmira); iii.) criação de novos relacionamentos (Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner), e; iv.) valorização das estruturas sociais (Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo). Cada um será detalhado a seguir.

##### 4.2.1.3.1) Afastamento dos laços fortes

Amigos e familiares se distanciam de indivíduos quando estes se convertem (Abelardo; Benedito; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Valdomiro; Zulmira). Diversas afirmativas evidenciam isto. “98% dos amigos afastaram” (Abelardo). “As pessoas se distanciam de você” (Napoleão). “Quando a gente [...] abraça a fé, [...] fica até chato falar, mas, as

“pessoas evitam a gente” (Ulisses). “Quem não me abandonou foi minha esposa e minha filha. Só. O resto, todo mundo virou as costas. [...] Eu convivia com muita gente. Com uns 40. Com minha conversão, todos afastaram” (Edmundo). “Eu fiquei muitos anos sem conversar com meu irmão” (Humberto). “Tenho testemunho de gente que converteu na igreja e a família não quis ver mais” (Edmundo). “A família foi a mudança mais marcante [...]. Nem no meu casamento eles (sic) vieram” (Jeferson). “Infelizmente, a gente sente isso. Aquela rejeição. [...] Esses amigos meus que tinha (sic) no mundão, todos se afastaram. [...] Fazer o quê?” (Ulisses).

Tal distanciamento possui aos entrevistados duas interpretações distintas. Para alguns, é obstáculo para conversão (Edmundo). “As pessoas vêm visitar a igreja com aquele pensamento. Eu, pra crente, não passo, porque, senão, minha mãe não vai olhar mais pra minha cara. Meu pai, meus irmãos não vai (sic) querer saber de mim” (Edmundo). Eles “vêm preocupados com o que as pessoas vão pensar, [...] com medo da reação, principalmente, da família” (Edmundo). Para outros, é antevisto (Fernando; Jeferson). “Isso já havia sido preparado [...]. O novo testamento é bom pra isso, pra te mostrar [...] que é normal. Amigos [...] não vão te aceitar, vão te deixar” (Fernando). “Aquilo que Jesus disse em Matheus 10<sup>19</sup> acontece. [...] Se ler o texto, vai perceber que Ele tá (sic) dizendo que quando uma pessoa passa a servi-Lo, ela passa a ser afastada pela sociedade [...]. Isso, de fato, aconteceu” (Jeferson).

Diferentes motivações são atribuídas ao afastamento. Muitas se associam entre si. Quinze são de destaque. São elas: i.) luz incomoda as trevas (Edmundo; Fernando; Leonardo). “Na bíblia diz que não há comunhão entre treva e luz. Não há união” (Fernando). “A luz incomoda muito as trevas. Têm pessoas que não querem aceitar essa

---

<sup>19</sup> “E odiados de todos sereis por causa do meu nome; mas aquele que perseverar até ao fim, esse será salvo. [...] Porque eu vim pôr em dissensão o homem contra seu pai, e a filha contra sua mãe, e a nora contra sua sogra; E assim os inimigos do homem serão os seus familiares. Quem ama o pai ou a mãe mais do que a mim não é digno de mim; e quem ama o filho ou a filha mais do que a mim não é digno de mim. “Mateus 10:22-37”. Retirado de <https://www.bibliaonline.com.br/acf/mt/10>

luz” (Edmundo); ii.) opções religiosas divergentes (Edmundo). “Eles eram da igreja católica. Começou (sic) foi a chamar a gente de doido. Parou o convívio. Pessoal passava na rua, até virava a cabeça pro outro lado. Muita gente” (Edmundo); iii.) renegação (Jeferson). “Eles não gostam de protestantes, de evangélicos. Eles consideram que os evangélicos são chatos, que reivindicam a verdade. Essas razões de sempre” (Jeferson);

iv.) obstinado ativismo religioso (Kaio). “A maioria afastou com medo da gente ficar (sic) falando do evangelho. [...] Eles acham que a gente vai forçar eles a vim (sic) [pra igreja]. Pressionar alguma coisa” (Kaio); v.) diálogo monotemático (Fernando; Kaio; Leonardo; Marcelo; Valdomiro). Para muitos, protestantes só falam de Deus. “Às vezes, o pessoal se afastam (sic) por causa da conduta. [...] Tudo que eu falar, uma hora vai sempre levar pro evangelho” (Fernando). “Se meu coração está cheio de Deus, eu vou sempre querer falar pra alguém de Deus” (Valdomiro). Isto é, “tudo quer colocar a palavra [...]. A pessoa se distancia por causa disso” (Kaio). Um exemplo comprova o argumento. “Meus próprios irmãos afastaram. Eu só sabia falar de Jesus em qualquer oportunidade que tinha” (Fernando). “Antes, a gente só contava piada indecente pra fazer rir [...]. De uma hora pra outra, você começa a falar da vida de Paulo. O cara fica louco. Não vai querer te ouvir. Vai afastar” (Edmundo). Para isso, falam: “ah não! Vai ficar só falando daquele negócio de bíblia. Eles fala (sic) desse jeito. Isso eu escutava. Não vem com esse papo de bíblia pra cima de mim não” (Leonardo);

vi.) caretice (Leonardo; Osvaldo; Ulisses). “A gente toma a fama de careta. Ah! Não dá pra manter mais aquela amizade, porque o rapazinho lá ficou careta” (Ulisses). “Às vezes, a pessoa acha a conversa chata. [...] Eles pensam que pra ser servo (sic) de Deus, ela é careta [...]. Muitas pessoas afasta (sic) por isso (Leonardo). “Eles não concordam. Porque ser crente é careta. Você sabe que existe preconceito” (Osvaldo); vii.) brigas religiosas (Benedito; Fernando; Jeferson). “Eu não tinha tanta discussão e brigas

[com a família] antes de converter. Depois que converti, chegamos a brigar, até mesmo, de sair na pancada” (Fernando). “Quando eu ia falar alguma coisa pra [meu irmão], ele apelava. Às vezes, até de tentar agredir. [...] Já jogou as coisas em mim. Eu ficava calado” (Jeferson); viii.) amizade falsa (Edmundo). “Eram amigos de cerveja. Amigos de farra, de piadas. [O afastamento] veio mostrar que amigo mesmo é só Jesus. Aquele que você pode contar com Ele a qualquer momento” (Edmundo);

ix.) julgamento exacerbado (Humberto; Kaio). “A gente acaba ficando muito chato. Se a pessoa acende um cigarro, você fala alguma coisa. Se a pessoa toma uma cerveja, você fala alguma coisa. Se alguém tá (sic) beijando no corredor, você fala alguma coisa” (Humberto). Um entrevistado explica por quê. “Quando você começa no evangelho, você tá (sic) com fé avivada. Tudo que você olha, vai falar palavra dura” (Kaio). Ele exemplifica: “esse caminho, aí, não agrada a Deus. Se você fizer isso, isso vai te condenar” (Kaio). Logo, pensam: “que cara chato! Oh! Cara desmancha festa! Não dá! Existe isso” (Humberto). “Eles começaram a [se] distanciar de mim [...] pelo o que eu falava. [...] Eu não punha pano em cima” (Kaio);

x.) manifestação demoníaca (Edmundo; Valdomiro). “O próprio diabo coloca a pessoa contra a outra. O inimigo leva as pessoas a se distanciarem da gente” (Valdomiro). Para o entrevistado, “o diabo coloca na mente da outra pessoa que ainda não conhece [...] o verdadeiro caminho pra, muitas vezes, olhar com olhar diferente, pra não ter aceitação” (Valdomiro). “É o inimigo querendo impedir” (Edmundo). Daí, “quando transmito a verdade a pessoas não libertas, elas não vão gostar de estar perto de mim” (Valdomiro); xi.) comportamento tolo (Jeferson). “Minha família passou a me isolar. Eu passei a ser tido como bobo. Eu era esperto, passei a ser tido como bobo” (Jeferson); xii.) receio das consequências (Raimundo). “Minha família afastou. Acharam (sic) que não seria bom pra mim (sic) estar no evangelho. Têm muitas pessoas [...] com

esse conceito. De que ela não vai vim (sic) para Cristo porque fulano de tal desviou. A vida dele piorou” (Raimundo);

xiii.) bebida alcóolica (Edmundo; Kaio; Marcelo; Ulisses). “Principalmente, a danada da Skol e da Brahma. Ela (sic) formou uma barreira. [...] Lá em casa não adianta convidar, porque eles não vão. Só porque não entra bebida” (Edmundo). “Se eu chamo pra vim (sic) na minha casa” (Ulisses), eles falam: “não tem bebida pra mim (sic) beber, não tem cigarro, não têm essas coisas. Ah! Então! O que eu vou fazer na sua casa? Não tem nada” (Ulisses). “O camarada [...] bate o olho em mim: nó! Esse cara, agora, é crente. Não bebe. O cara fica sem graça” (Marcelo); xiv.) insanidade (Humberto; Jeferson; Zulmira). “Eles pensam que a gente é doido e fanático” (Edmundo). “Me chamava (sic) de fanático” (Jeferson). “Falava que eu fiquei doida” (Zulmira). Um exemplo evidencia isto. “Um parente nosso sumiu. Um dia perguntei: onde é que tá (sic) a tia. O tio falou assim: ah! Ela ficou doida. [...] O doido que ela tinha ficado é ter ido para a Assembleia de Deus” (Humberto). Isto é, “ela ficou doida para o resto da família” (Humberto), e;

xv.) inconformidade no estilo de vida (Abelardo; Benedito; Fernando; Itamar; Kaio; Leonardo; Osvaldo; Raimundo; Ulisses). “Eu já não vivia a vida que eles queriam que eu vivesse” (Benedito). “Não tem como a gente fazer o que [...] fazia” (Fernando). “Os objetivos passam a ser diferentes” (Itamar). “O assunto nosso é totalmente diferente do assunto das pessoas que estão lá fora” (Kaio). “O meu negócio era ir pra igreja. O deles era ir pra balada” (Leonardo). “Aí, há afastamento” (Abelardo). “Eles tudo (sic) afastou” (Kaio). “Automaticamente, vai afastando” (Leonardo). “Não tem como conciliar a situação” (Osvaldo). “Era incompatível o estilo de vida” (Benedito).

A **Tabela 20**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 20

**Evidências sobre o afastamento dos laços sociais, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Amigos e familiares se distanciam dos indivíduos após suas conversões;	(Abelardo; Benedito; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Valdomiro; Zulmira)
Tal distanciamento possui duas interpretações distintas. Para alguns, é obstáculo para conversão. Para outros, é antevisto;	(Edmundo; Fernando; Jeferson)
Diferentes motivações são atribuídas ao afastamento. Quinze se destacam. São elas: i.) luz incomoda as trevas; ii.) opções religiosas divergentes; iii.) renegação; iv.) obstinado ativismo religioso; v.) diálogo monotemático; vi.) carece; vii.) brigas religiosas; viii.) amizade falsa; ix.) julgamento exacerbado; x.) manifestação demoníaca; xi.) comportamento tolo; xii.) receio das consequências; xiii.) bebida alcoólica; xiv.) insanidade, e; xv.) inconformidade no estilo de vida.	(Abelardo; Benedito; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Valdomiro; Zulmira)

## 4.2.1.3.2) Alheamento das relações passadas

Quando convertem, indivíduos também se afastam de familiares e amigos (Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Wagner; Zulmira). “Na maioria das vezes, as pessoas jogam a culpa nos outros. Mas, o [distanciamento] foi, também, da minha parte” (Edmundo). Isto evidencia como a “religião separa as pessoas. As [...] que eu mais me afastei foi (sic) a família” (Humberto). “A gente vem prum (sic) lado, eles vão pro outro. [...] Nem eles vêm cá (sic), nem a gente vai lá” (Ulisses). “Eles não vêm na minha casa, e eu não vou também” (Zulmira). “A gente não convive mais com pessoal lá fora” (Wagner). Ocorre, aí, “afastamento mútuo” (Benedito). “Infelizmente, família você só encontra em velório. É até assustador você pensar isso. Aqueles que pregam vida, só encontram com parentes na morte. É um trocadilho até estranho” (Humberto). Nove motivos são destacados pelos entrevistados para seus afastamentos.

O primeiro envolve práticas ilícitas (Cristiano; Kaio). “Eu me afastei de algumas pessoas porque elas estavam praticando coisas não lícitas, [como] prostituição, adultério, fornicação e roubo” (Cristiano). “Isso faz a gente se distanciar, não querer relacionar por causa das coisas que eles fazem” (Kaio). O segundo se refere à necessidade de seguir os ensinamentos de Deus (Edmundo; Osvaldo). “Quando converte, a gente tem que tá (sic) dentro da palavra. Eu procurei seguir a palavra de Deus. [...] Eu mesmo comecei a me afastar” (Edmundo). “Você tem que estar disposto a cumprir o que Ele [diz]” (Osvaldo). “Eu vi que a roda que [meus amigos] estavam era de escarnecedor” (Edmundo). O terceiro é devido à bebida (Kaio; Osvaldo; Zulmira). “A maior parte dos meus colegas bebiam (sic). Então, o ambiente que eles vão (sic) passei a não ir mais. [...] Não é cabível dentro dos princípios que a palavra de Deus me orienta” (Osvaldo). “Antes de eu converter, todos os final (sic) de semana, eles gostam (sic) de festejar. Bebedice mesmo. Quando fui pra presença de Deus, já comecei a afastar” (Zulmira).

O quarto é para evitar tentações (Damião; Raimundo). “Quando o cara converte ao cristianismo, automaticamente, ele vai afastar daquele povo” (Damião), os amigos e familiares. “É necessário para que ele não venha cair de novo. A bíblia diz que um abismo chama outro” (Damião), “que nós devemos [nos] ausentar por um tempo. [...] O ideal é que você fique mais com evangélico, até criar uma base. [...] Têm pessoas que sai (sic) pra alcançar um perdido” (Raimundo), um não convertido, “e acaba ficando, porque não têm estrutura” (Raimundo). “Se eu convertesse e andasse nos (sic) mesmos caminhos, jamais iria chegar onde cheguei. Então, é necessário afastar” (Damião). O quinto se relaciona ao medo de críticas. “A gente afasta porque fica preocupado com críticas das pessoas” (Fernando).

O sexto é por causa da dedicação religiosa (Humberto; Leonardo). Muitos investem maior parte do tempo às ações da igreja. Como reflexo, o evangélico “não vai

em (sic) festa, não vai no (sic) aniversário da família, dificilmente consegue ir a um casamento, churrasco não vai, festa de fim de ano não vai, ano novo não vai. Ele sempre tem evento na igreja” (Humberto). De fato, “eu não tinha tempo. A instituição te absorve” (Humberto). “Eu fico tão envolvido em ajudar as pessoas na obra de Deus que esqueço das (sic) outras. [...] Minhas irmãs me achava (sic) meio afastado por isso. [...] Eu envolvi com a obra de Deus e me afastei” (Leonardo).

O sétimo se refere à imagem do evangélico (Marcelo; Raimundo). Ficar próximo de determinadas pessoas pode comprometer sua integridade. “Se você andar com mau elemento, você é mau elemento. Se você andar com beberrum (sic), você gosta duma (sic) cana também. [...] A palavra de Deus não tem como fugir dela” (Marcelo). “Você vai selecionar seus amigos. As palavras e atitudes deles vai (sic) denegrir sua pessoa [...]. Alguns, você [...] não vai ficar perto, porque ele não quer nada com nada” (Raimundo). “A palavra diz: me diga (sic) com quem tu anda (sic), que eu te digo quem tu és” (Marcelo). O oitavo é devido à necessidade de renunciar (Osvaldo). “A partir do momento que você conhece Jesus, [...] tem que ter renúncia. [...] Você vai ter que abrir mão de muita coisa” (Osvaldo).

Finalmente, o nono é objeto de mutuo-distanciamento e se refere às incompatibilidades no estilo de vida (Fernando; Marcelo; Raimundo; Ulisses). “Você não vive mais o ambiente que eles vive (sic). Então, automaticamente, você se afasta” (Raimundo). “Você vê que aquele mundo não é pra você mais” (Fernando). “Muda completamente o caminho. Então, querendo ou não, há divisão” (Marcelo). “A forma de vida que você leva vai te levar a rever os amigos, a selecion[á-los]” (Raimundo).

A **Tabela 21**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

### Evidências sobre alheamento das relações passadas, e pastores de interesse

Evidências Empíricas	Pastores
Quando convertem, indivíduos se afastam de familiares e amigos;	(Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Wagner; Zulmira)
Nove motivos para o afastamento são destacados. São eles: i.) práticas ilícitas; ii.) seguir ensinamentos de Deus; iii.) bebida; iv.) evitar tentações; v.) medo de críticas; vi.) dedicação religiosa; vii.) imagem do evangélico; viii.) necessidade de renunciar, e; ix.) incompatibilidades no estilo de vida.	(Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Ulisses; Zulmira)

#### 4.2.1.3.3) Criação de novos relacionamentos

Após a conversão, indivíduos reconstróem suas estruturas de relacionamentos. Eles passam a interagir, principalmente, com evangélicos (Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner). De fato, “passei a me relacionar mais com evangélicos. [...] Minhas amizades, hoje, são mais consistentes e duradouras do que as [...] que eu tinha antes” (Abelardo). Fiz “amizade muito grande com os irmãos da igreja” (Jeferson). “Vieram centenas e centenas [deles]. Foi um conhecimento triplicado (sic)” (Marcelo). “A gente vai adquirindo novos amigos na fé. Pessoas que vão pensar como a gente, que vão querer crescer com a gente” (Abelardo). Isto implica, praticamente, “começar do zero. Refizemos outro vínculo de amizade. Totalmente diferente. Aqueles que chegavam lá em casa com duas garrafas de cerveja na mão, passou (sic) a chegar com um litrinho (sic) de Coca-Cola” (Edmundo). “É natural. No almoço, por exemplo, você não convida mais a família. Você convida os irmãos, convida outros pastores” (Humberto).

O índice de transformação dos relacionamentos é alto. Varia para cada indivíduo. Gira entre 60% (Teodoro), 70% (Jeferson), 80% (Leonardo; Ulisses) ou mais. “Hoje, eu vivo o evangelho. 99% das pessoas que converso são” deste meio (Damião). “A mudança foi radical. Foi, verdadeiramente, de 360% (sic). Mudou tudo. [Comecei] a fazer amizades com o pessoal

da igreja. Atraindo as pessoas da igreja, e sendo atraído pelas pessoas da igreja” (Edmundo). Diferentes razões explicam tal comportamento. Seis são de destaque. São elas: i.) ensinamento bíblico (Abelardo; Damião; Edmundo; Marcelo; Raimundo). “Aprendi [...] que quando se toma uma atitude confessando Jesus, você precisa estar junto de pessoas pra te fazer crescer na fé, [...] para você aprender coisas novas” (Abelardo). “Para o cristianismo entrar na mente do ser humano, no coração, [o indivíduo] tem que andar com pessoas que dá (sic) bom exemplo” (Damião). “Eu procurava me aproximar daqueles que podiam acrescentar” (Edmundo);

ii.) adquirir maturidade (Raimundo). “Jesus disse assim: fique em Jerusalém, até que vocês sejam revestidos de poder. Depois, você sai pra pregar pro (sic) mundo todo. Então, eles ficaram se preparando” (Raimundo). Isto sugere aos novos convertidos se relacionarem com evangélicos. “Essa é a estratégia de Deus. Depois de uma maturidade, de uma base, você pode sair” (Raimundo); iii.) proximidade (Cristiano). “Me relacionei (sic), sim, mais com os evangélicos. Comecei a ter mais contatos com eles. Quando você começa a exercer determinada profissão, por exemplo, as pessoas que tá (sic) mais próximas é (sic) que você vai relacionar com elas” (Cristiano); iv.) presença de Deus (Edmundo). “Desde o momento que eu converti, senti a necessidade de estar na presença de Deus. Então, pra mim, não importava, tava (sic) no meio da turma lá, eu queria tá (sic) na igreja” (Edmundo);

v.) mentalidade cristã (Fernando; Itamar; Leonardo). “É mais agradável tá (sic) no meio de uma pessoa que tem a mesma mente que você. [Que] entende aquilo que você fala” (Fernando). “O assunto é o mesmo” (Leonardo). Por isso, “procurei ter só amigos evangélicos. Precisava ter (sic) pessoas que tivessem a mesma maneira de pensar, a mesma fé, pra ter comunhão” (Itamar); vi.) contexto de vida (Damião; Edmundo; Kaio; Napoleão; Raimundo; Valdomiro; Wagner). “É o meio que eu vivo. É a vida que eu vivo. [Eu convivo com evangélicos] porque sou evangélico” (Damião). “Se você está na igreja, você vai viver

com pessoas que vivem Jesus” (Edmundo). “A convivência [...] tá (sic) dentro desse ciclo [evangélico], justamente porque a vivência está assim” (Napoleão). É reflexo do “estilo de vida que você tá (sic) levando” (Raimundo). “Quando você tá (sic) num círculo, aparece (sic) pessoas desse círculo” (Valdomiro). O fato de estar “na presença de Deus facilitou a gente ter contato. [Estar] praticamente todos os dias vendo aquela mesma pessoa, você acaba tendo um lastro de amizade com [ela], diferente do que era no passado” (Kaio).

A **Tabela 22**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 22

**Evidências sobre criação de novos relacionamentos, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Após a conversão, indivíduos reconstróem suas estruturas de relacionamentos. Eles passam a interagir, principalmente, com evangélicos;	(Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner)
O índice de transformação dos relacionamentos é alto. Varia entre 60% e 100%;	(Damião; Edmundo; Jeferson; Leonardo; Teodoro; Ulisses)
Diferentes razões explicam o fato de evangélicos interagirem, principalmente, com seus pares. Seis são de destaque. São elas: i.) ensinamento bíblico; ii.) adquirir maturidade; iii.) proximidade; iv.) presença de Deus; v.) mentalidade cristã, e; vi.) contexto de vida.	(Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Kaio; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Valdomiro; Wagner)

4.2.1.3.4) Valoração das estruturas sociais

As transformações nas estruturas sociais dos evangélicos se condensam em fenômeno composto por duas faces antagônicas (Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo). A primeira é a parcial desvalorização das relações familiares (Humberto; Kaio; Leonardo). Salienta um pastor como “a bíblia [esclarece] porque [evangélicos] são um pouco separados dos outros que não são da igreja, mesmo sendo parentes” (Humberto). Diferentes exemplos evidenciam isto. “Como eu tô (sic) na igreja, fica

difícil [visitar] minha mãe” (Kaio). “É muito raro eu participar de festa de primos” (Leonardo). “Têm pessoas que não vão. [...] As pessoas evitam ir. [...] A denominação leva a pessoa a fazer isso” (Humberto). Este afastamento se deve, também, à própria concepção de família. Quando convertem, ela ganha aos evangélicos novo significado. “A bíblia fala: unir-se-á à sua esposa, e terá outra família. Então, eu tenho a minha família” (Kaio). Pais, irmãos, tios, primos, entre outros, ganham, aí, alcunha de parentes. A segunda é a valorização destacada das estruturas religiosas (Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo).

Com efeito, evangélicos deferem tais interações. Isto se demonstra na seleção de suas prioridades. Eles preferem se envolver em eventos e iniciativas da igreja. Dois exemplos elucidam isto. “O meu compromisso principal é com Deus. Depois desse, [...] eu tenho outros compromissos” (Edmundo). As pessoas “não aceitam isso. Ah! Tem festa de família? Sim. Mas, eu tenho compromisso na igreja. Não posso trocar [ele] com festa. Sempre [a] prioridade [é] para as coisas de Deus” (Edmundo). “Às vezes, as filhas dos meus primos vão casar (sic), mas, [devido] à obra de Deus, não posso ir. Não tem como ir. Quando acontecem aniversários, muitas das vezes, não dá pra ir pelo compromisso que tenho na igreja” (Leonardo).

Ocorre, aí, primazia dos laços religiosos sobre os familiares (Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo). Quatro razões fundamentais explicam isto. A primeira é a natureza distintiva das interações evangélicas (Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo). Para alguns, possuem-nas caráter familiar. “Um irmão [de fé] é mais do um parente. Muitas vezes, você faz mais por um irmão do que por um parente” (Humberto). Com efeito, um “parente que não nasceu de novo” (Humberto), isto é, que não se converteu, “está num caminho diferente do seu. Você pode até auxiliar, mas, não dá (sic) para suportar em amor, andar juntos. Vocês não estão andando no mesmo caminho” (Humberto). Com um

irmão é diferente. Se “um irmão tá (sic) mal, você ajuda ele a voltar” (Humberto). “A gente é irmão em Cristo” (Fernando). É com evangélicos que se “acaba criando laço familiar” (Kaio). “A pessoa cristã é como se fosse a família” (Fernando). “O evangelho forma uma família” (Marcelo).

A segunda remete à conversão (Edmundo). Após esta, indivíduos suprem na interação com evangélicos a ausência derivada do afastamento familiar. “Coloquei Jesus na minha vida. [...] Tinha hora que sentia falta. Poxa! Numa hora dessa tava (sic) aqui um monte de gente. Agora, não tem ninguém. Eu vou mergulhar na palavra. Vou caçar uma igreja” (Edmundo). A terceira é religiosa, uma manifestação da vontade Divina (Napoleão). “Pra gente fazer a vontade de Deus, [...] muitas vezes, a gente tem que renegar muita coisa. Renega-se casa, família e emprego pra fazer uma vontade que é de Deus” (Napoleão).

Finalmente, a quarta se associa ao comportamento cooperativo (Kaio; Marcelo; Osvaldo). Convertidos obtêm nos evangélicos apoio e suporte não encontrados na própria família. “Na hora que eu tava (sic) mais precisando, não foi minha família que me ajudou. Foi a igreja. No momento que eu tava (sic) mais apertado, quem me estendeu a mão foi a igreja, foram os membros da igreja” (Kaio). Eles “doaram cesta básica, pagaram minha luz, pagaram minha água” (Kaio). Complementa o pastor como “nas dificuldades ninguém da família levanta pra estender a mão, pra falar uma palavra amiga. [...] Ela tenta sair fora. É complicado” (Kaio). Já na igreja é diferente. “Você vê que tem sinceridade. A pessoa que tá (sic) processando (sic) mesma fé [...] aprendeu os mesmos valores que você, que é (sic) amar o próximo, que é (sic) ajudar teu irmão” (Kaio).

A igreja evangélica se insere justamente neste contexto. Busca preencher lacunas deixadas pela estrutura familiar (Kaio; Marcelo; Osvaldo). “Às vezes, o que [a pessoa] não tem dentro da família, a gente proporciona para ela. [...] A gente quer proporcionar para a pessoa aquilo que a família não dá (sic), que é amor, carinho, uma ajuda, um apoio” (Kaio).

Tal comportamento é estimulado pelos próprios pastores (Kaio; Marcelo). Eles salientam a igreja como instituição amparadora. “A bíblia fala: os santos devem buscar os santos nas suas necessidades. [...] A gente orienta as pessoas evangélica (sic) pra causo (sic) de necessidade procurar a igreja, os irmãos da igreja” (Marcelo). Quando “você tá (sic) passando por uma adversidade, [...] qual é a sua atitude? Buscar apoio na família! Pois é! A igreja é isso. A igreja é uma família” (Osvaldo). Nela, as pessoas “não olham o que você foi. [...] Independente (sic) [...] do que você fez, elas chegam, te abraçam, te dão um sorriso, te acolhem. Eu senti que fui mais bem recebido no evangelho que no [mundo] secular” (Kaio).

A **Tabela 23**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 23

#### **Evidências sobre valoração das estruturas sociais, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Transformações na estrutura social dos evangélicos se condensam em fenômeno composto por duas faces distintas e antagônicas. A primeira é a parcial desvalorização das relações familiares. A segunda é a valoração destacada das estruturas religiosas;	(Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Osvaldo)
Há, pelos evangélicos, primazia dos laços religiosos sobre os familiares;	(Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo)
Quatro razões fundamentais explicam tal comportamento. São elas: i.) natureza distintiva das interações evangélicas; ii.) conversão; iii.) vontade divina, e; iv.) comportamento cooperativo.	(Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo).

#### **4.2.2) Estrutura relacional institucional**

A estrutura social das igrejas se demonstra densa. Proporciona aos pastores e fieis a combinação de dois atributos distintos e basilares. O primeiro (**4.2.2.1**) é a criação e sustentação, entre eles, de fortes vínculos sociais. Baseados em confiança estabelecida sob coletividade religiosa, instigam intensas relações de auxílio-mútuo, responsáveis pela

geração e repartição de recursos, importantes em muitas conjunturas. O segundo (4.2.2.2) é a habilidade para suprimirem reivindicações capazes de prejudicar a racionalidade e eficiência das igrejas. Elas derivam dos próprios fieis, de outros evangélicos e de pessoas de outras religiões.

#### *4.2.2.1) Igrejas como plataformas de solidariedade*

Pastores e fieis constroem e sustentam coesas redes de relacionamentos. Nelas, desfrutam de benefícios e recursos criados e distribuídos principalmente a seus integrantes. Através deles, pastores criam e desenvolvem igrejas, e fieis obtêm auxílios e assistências de toda sorte. Distinguidas por complexa estrutura de solidariedade-mútua, tais interações se evidenciam através de quatro fenômenos complementares. São eles: i.) auxílio-mútuo e o desenvolvimento de igrejas (Abelardo; Benedito; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Wagner); ii.) auxílio-mútuo como base da estrutura social (Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira); iii.) auxílio-mútuo e sua manifestação assistencialista (Abelardo; Damião; Edmundo; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Napoleão; Osvaldo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira), e; iv.) auxílio-mútuo e os serviços aos fieis (Benedito; Cristiano; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses). Cada um será detalhado a seguir.

##### *4.2.2.1.1) auxílio-mútuo e o desenvolvimento de igrejas*

Pastores obtêm com fieis os recursos necessários à criação e ao crescimento de suas igrejas (Abelardo; Benedito; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Wagner). “Hoje, tudo que nós tamo (sic) conseguindo na igreja, adquirir as coisas, [é] através deles” (Kaio). Em grandes ministérios, a exemplo da Quadrangular, o aporte inicial advém, maiormente, da administração central, responsável pela gestão de 20% do total arrecadado pelas igrejas filiadas (Humberto). O objetivo é auxiliar o pastor até “ele conseguir adquirir os fieis, os membros que sustentam a” instituição (Napoleão). De fato, “igreja não se faz assim: tenho dinheiro, vou construir. Não existe isso! Quem pensar em fazer isso, tá (sic) indo pro (sic) caminho errado. [...] Precisa haver participação de todos que estão engajados (sic) nesse trabalho” (Teodoro). Isto implica mobilizar fieis. Suas contribuições, financeiras ou não, impactam o desempenho da instituição. Estas se destinam a diferentes objetivos. Cinco se ressaltam. São eles:

i.) comprar objetos (Abelardo; Kaio; Teodoro; Ulisses; Wagner). “Quando a gente abriu, não tinha nada. [...] Deus enviou pessoas. [Elas] doaram cadeiras, aparelho de som e púlpito” (Kaio). “Boa parte da oferta” relativa à venda de apartamento de um dos fieis foi utilizada para a compra de “cadeiras e som” (Fernando). Uma “irmã [...] contribuiu com as cadeira (sic), com o púlpito” (Wagner). A participação dos fieis é estimulada pelos pastores. Para isso, associam-na à graça e vontade divinas. Eles ajudam “sabendo que quem vai abençoar [...] é o próprio Deus” (Kaio). “Falei: tô (sic) precisando trocar as cadeiras da igreja. [...] Deus falou que [é] pra mim (sic) pedir os irmãos para doar [...]. Um deles [disse] assim: me passa (sic) o número da conta. Foi depositando, depositando, consegui comprar” (Teodoro). Com efeito, eles “se unem, ajudam” (Ulisses). Às vezes, os próprios fieis se dispõem a “olhar o valor. Nós tava (sic) querendo comprar uma bateria [...]. Eles se colocou (sic): não! Pastor! Vão (sic) fazer uma vaquinha. [...] A

gente vai lá, tira a bateria” (Kaio). Afinal, salientam: “vai ser tudo para a glória de Deus” (Kaio);

ii.) montar a igreja (Damião; Kaio). No “dia que fomos [...] abrir a igreja, juntou mais de 30 irmão (sic) e limpou a frente [dela]. [...] Pintaram, botaram luz, [...] comprou (sic) um negócio lá [...]. Toda hora o telefone tocava” (Damião). “Nós tão (sic) batalhando pra [...] entrar com a documentação. [...] Tem que pagar a parte burocrática [...]. Passamos isso pra igreja. [Ela] tem apoiado, tem ajudado” (Kaio); iii.) construir o ministério (Leonardo). “Deus tem levantado pessoas pra ajudar nessa construção. [...] A planta quem deu foi um engenheiro evangélico. [...] Ela deve[ria] ficar uns três mil. Ele fez por setecentos para mim. Muito pouco na época” (Leonardo); iv.) manter a instituição (Edmundo; Raimundo; Ulisses). “Faltava um dia para pagar o aluguel, não tinha nada. [...] De repente, alguém traz uma oferta de dois mil reais e coloca no gazofilácio. Deu pra pagar o aluguel, pra pagar as despesas” (Raimundo). A contribuição se desdobra para além dos dízimos e ofertas. “Independente (sic) [deles], eles [...] se doam. Ajudam[, também,] com trabalho voluntário” (Ulisses). “Tem quem vem e limpa a igreja toda semana, todo dia de culto. Manutenção de luz, energia, parte elétrica. Isso tem quem faz. Membro da igreja mesmo. Precisando, é só chamar [...]. Eles vêm e faz (sic) tudo” (Edmundo). “Precisou de fazer alguma coisa na obra? Eles fazem. [...] Esse tipos de trabalho a gente não paga” (Ulisses);

v.) reformar e ampliar a igreja (Marcelo; Teodoro; Ulisses; Wagner). “Nós aumentamos o espaço. Trocou o telhado. Os fieis ajudaram” (Wagner). Isso compreende, também, doação “de material. [Eles falam:] você tá (sic) construindo? Ah! Vou dar dez sacos de cimento pra obra de Deus. [...] Vou comprar tantos metros de cerâmica” (Marcelo). Com efeito, “a palavra de Deus diz [...]: é dando que se recebe. [...] Acho importante viver o que o manda a palavra” (Marcelo). Um irmão doou a cerâmica. Ah!

Pastor! Vou doar a cerâmica, vou doar a mão de obra. Vou doar isso, vou doar aquilo” (Ulisses), disse o entrevistado cuja igreja funciona na própria casa. “Geralmente, [...] a gente nunca paga pedreiro. [...] Nós mesmo (sic) que põe a mão e faz” (Marcelo). Exemplo é dado pelo entrevistado. “Falei: hoje o culto é diferente. Nós vamos tirar o entulho, vamos limpar tudo, que nós vamos começar a reforma da igreja para o aniversário” (Teodoro). Para isso, “preciso que o irmão compre dois sacos de cimento pra trazer amanhã. Tá (sic) bom! Compro! [...] Falei com o outro irmão: Preciso que você traz pra mim umas argamassa (sic). [...] No dia seguinte, [...] fizemos massa” (Teodoro) com ajuda dos fieis. “Outro tinha uma semana que tinha aceitado Jesus. Tava (sic) num bafo de cachaça de todo tamanho. [Falou:] pode deixar que eu faço esse altar para o senhor. Veio, pôs o piso todo aí” (Teodoro).

A **Tabela 24**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 24

#### **Evidências sobre auxílio-mútuo, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Pastores obtêm com fieis os recursos necessários à criação e ao crescimento das igrejas;	(Abelardo; Benedito; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Wagner).
Suas contribuições, financeiras ou não, impactam o desempenho da instituição. Elas se destinam a diferentes objetivos. Cinco se ressaltam. São eles: i.) comprar objetos; ii.) montar a igreja; iii.) construir o ministério; iv.) manter a instituição, e; v.) reformar e ampliar a igreja.	(Abelardo; Damião; Edmundo; Kaio; Leonardo; Marcelo; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Wagner)

#### 4.2.2.1.2) auxílio-mútuo como base da estrutura social

Evangélicos constroem e sustentam estruturas sociais coesas baseadas no auxílio-mútuo (Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Jeferson; Kaio;

Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira). Esta é “uma das características do povo evangélico. Eles se unem (sic)” (Abelardo). “A gente procura ser uma família” (Napoleão). “Todo mundo luta a luta do outro” (Teodoro). “A gente ajuda muito um ao outro” (Leonardo). “O pessoal [é] superunido” (Ulisses). Com efeito, “Jesus criou sua igreja com o intuito de que as pessoas se ajudassem. Que elas formassem uma comunidade” (Jeferson). São “com relações bem firmadas que [a igreja] se mantém, que cresce com estabilidade, com alicerce” (Benedito). Dois atributos distintos caracterizam tais relacionamentos.

O primeiro se associa à dimensão voluntariosa e incondicional (Benedito; Cristiano; Edmundo; Kaio). Evangélicos mobilizam amplo conjunto de recursos para ajudar pessoas. “Muitas vezes, sem perguntar o que tá (sic) acontecendo. Oh! Irmão! Tô (sic) precisando da sua ajuda. Quero que ore comigo, mas, não quero falar o que é. Você me ajuda? Ajudo, meu irmão! Quantos dias for (sic) necessário” (Humberto). “Eles fazem o que têm que fazer” (Cristiano). “Eles se unem e ajudam” (Kaio). “Muitos preferem [até] abençoar do que (sic) receber. Ficam mais satisfeitos de ver a pessoa abençoada do que propriamente receber (sic)” (Edmundo). Isso “diverge [...] da realidade que vivemos, aonde a sociedade é isolacionista, individualista. Aonde as pessoas não querem saber umas das outras” (Jeferson). O segundo se relaciona ao público de interesse. Poucas pessoas podem usufruir dos diversos benefícios desta densa rede de solidariedade. Eles se destinam, principalmente, aos “irmãos de fé” (Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Wagner).

De fato, “a própria bíblia pede para a gente ajudar os domésticos da fé” (Abelardo). “É um mandamento bíblico” (Benedito). “O foco central é os fieis” (Cristiano). “A prioridade, sempre, são os da casa” (Jeferson). “Temos que ajudar

primeiro os membros” (Itamar). Diferentes argumentos sustentam a prática. “A igreja é voltada para os fieis. Ela é voltada para os membros” (Sebastião). “Essa é a instrução de Jesus. Jesus tá (sic) falando exatamente isso. [...] Socorra os de casa” (Teodoro). “Você não pode deixar de auxiliar o seu filho para auxiliar os filhos dos outros. Primeiro, você tem que auxiliar o seu filho, para, depois, auxiliar os outros” (Jeferson). “Tem que ser suprida a necessidade do membro que é fiel. [...] Depois, dessas pessoas aí” (Raimundo). Há “solidariedade porque é irmão em Cristo. Professa a mesma fé. Vai morar no mesmo lugar” (Abelardo). Por isso, “a igreja se autoajuda” (Raimundo).

A relação de mútua-assistência ocorre de maneira espontânea, tácita, entre dois grupos de pessoas. O primeiro é entre os próprios fieis (Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira). “Quando um está passando por momento de dificuldade, faz-se uma vaquinha entre eles” (Abelardo). “Os irmãos [...] se preocupam muito uns com os outros” (Jeferson). “Isso é ouro pra nós aqui. Você não passa aperto” (Fernando). “É um (sic) pelos outros [...]. Se uma ovelha [...] necessita de [...] ajuda, aonde que ela vai? Ela vai para a igreja” (Cristiano). Nela, visa suprir qualquer necessidade. “É remédio, é roupa, é sapato, é gás, é comida” (Abelardo). Sete delas se destacam. São elas: i.) cesta básica (Benedito; Damião; Itamar; Jeferson; Kaio; Marcelo; Wagner; Zulmira). “Se precisar, hoje, de fazer cesta básica pra ajudar alguém, eles ajudam” (Kaio). “Se alguém tiver necessidade de alimento, todo mundo ajunta pra” contribuir (Teodoro). “A gente recolhe dinheiro [...] pra todo mês dar cesta básica. [...] Essa ajuda é muito forte. Realmente existe” (Itamar).

ii.) contas de consumo (Edmundo). “Um membro da igreja se acidentou, foi atropelado, quebrou todo. [...] Nós fomos lá, pagamos água, pagamos luz e fizemos compra” (Edmundo); iii.) tratamento toxicológico (Jeferson). “Nós temos um rapaz que

[é] usuário de crack. [...] Nós arrumamos [...] uma clínica, que enviou [ele] pra Brasília. Mas, [ele] fugiu. Nós arrumamos a segunda. Fugiu da segunda. Agora, conversamos com ele. Arranjamos uma terceira clínica” (Jeferson). O custeio é dos “irmãos aqui. [...] Contribuímos mensalmente para as despesas dele” (Jeferson); iv.) parto (Itamar). “O plano de saúde da irmã não cobria o parto. [Custou] cinco mil reais. [Falei:] gente, vamos ajudar. Tira dinheiro do bolso” (Itamar).

v.) médico (Teodoro). “Se precisa de um oculista, aí, um irmão já tem conhecimento com alguém. Vão lá, que eu vou te levar. [...] Toma o dinheiro aqui pra pagar a consulta” (Teodoro); vi.) reformar a casa (Abelardo; Sebastião). “Mutirão pra fazer um muro. Mutirão pra colocar cerâmica numa casa. Junta todo mundo, faz uma vaquinha e leva para a pessoa” (Abelardo). “Tem irmão que é eletricitista, tem [outro] que precisa de um trabalho pra fazer na casa dele, de eletricidade, não pode pagar. O irmão vai lá e faz” (Sebastião), e; vii.) casamento (Raimundo; Ulisses). Os entrevistados citam experiências pessoais. Em uma, os fiéis falaram: “fiquei sabendo que vocês vão casar. Então, eu vou dar o armário. Aí, outros: vou dar a aliança, vou dar o convite, vou dar a roupa de cama. [...] Você vai vendo que a fé vai produzindo resultado” (Raimundo). “O pastor da igreja viu que eu não era casado. Falou: que (sic) te impede de casar? Eu falei: [...] não tenho condições. Ele falou: então, você pode [se] considerar um homem casado. Ele levantou duas ofertas” (Ulisses).

O segundo grupo é entre pastores e fiéis (Abelardo; Damião; Leonardo; Marcelo; Sebastião). “Eles me ajudam. Eu ajudo eles (sic)” (Leonardo). “Hoje é eu, amanhã é você [...]. Eu conto contigo e você conta comigo. Hoje você tá (sic) por baixo, [...] amanhã eu tô (sic) por cima (sic). A vida é uma roda gigante” (Damião). Dois exemplos evidenciam isto. “Eu mesmo já precisei. Eles se juntaram e abençoaram minha vida. Não é vergonha para um pastor falar isso. [...] Isso não desmerece ninguém. O fato de você precisar de

ajuda demonstra que você é humano também” (Abelardo). “Eu procurei um amigo. Deixa eu te falar [...] uma coisa: tem jeito de você tirar um carro pra mim? Eu tava (sic) desempregado. Não tinha salário. Ele tinha. Ele foi lá, fez a ficha, a ficha foi aprovada” (Leonardo).

Já pastores auxiliam fieis por meio dos recursos da igreja. “A igreja trabalha em prol pra ajudar” (Raimundo). “Essa responsabilidade cai mais sobre a sede. [...] Se alguém precisa de uma cesta, o pastor me liga. Eu falo: não! Pode liberar aí pra pessoa” (Marcelo). “A irmã precisou de dinheiro para ir no (sic) médico. Ela ligou: pastor, tô (sic) precisando de dinheiro pra ir no (sic) médico. O senhor me empresta? Não, emprestar não, irmã! Nós temos caixa aqui na igreja” (Damião). Em grandes ministérios, a exemplo da Getsêmani, o auxílio é institucionalizado. “A igreja é muito grande em termos de membresia (sic)” (Sebastião). São mais de 30 mil fieis em Minas Gerais. “Nós temos o departamento de Assistência Social. O assistente social da igreja [...] avalia. [...] Dá apoio aos irmãos. [...] Nossa igreja, graças a Deus, é próspera” (Sebastião). O entrevistado exemplifica. “Uma das coisas que o pastor Jorge, que é o nosso presidente, faz questão de sempre anunciar. Todos os domingos ele fala o seguinte: oh! Ninguém precisa passar um domingo sem ter um franguinho na mesa” (Sebastião).

A **Tabela 25**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 25

**Evidências sobre auxílio-mútuo como base estrutural, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Evangélicos constroem e sustentam estruturas sociais coesas baseadas no auxílio-mútuo;	(Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Napoleão; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira).

Continua

Tabela 25 (continuação)

Evidências Empíricas	Pastores
Dois atributos distintos caracterizam tais relacionamentos. O primeiro se associa a dimensão voluntariosa e incondicional. Evangélicos mobilizam amplo conjunto de recursos para ajudar pessoas. O segundo se relaciona ao público de interesse. Poucas pessoas podem usufruir dos diversos benefícios desta densa rede de solidariedade. Eles se destinam, principalmente, aos “irmãos de fé”;	(Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Wagner)
A relação de mútua-ajuda ocorre, de maneira espontânea, tácita, entre dois grupos de pessoas. O primeiro é entre os próprios fieis. O segundo é entre pastores e fieis.	(Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Marcelo; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira);

#### 4.2.2.1.3) auxílio-mútuo e sua manifestação assistencialista

Igrejas evangélicas atuam como instituições de múltiplo auxílio. Sua função assistencialista, amparadora, ultrapassa a busca limitada pelo atendimento às necessidades físicas e/ou econômicas dos fieis. Com efeito, elas procuram influenciar e interferir nas suas vidas em diversas outras esferas, assinalando presença, controlando-as em minúcias (ver, por exemplo: Abelardo; Damião; Edmundo; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Napoleão; Osvaldo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira). Disto resulta que “tudo que acontece na sua casa, você tem que correr na igreja. Por isso você tem que tá (sic) lá quarta, sexta e domingo” (Humberto). Dezesseis atribuições dos ministérios e pastores ganham, aí, destaque adicional. São elas: i.) aconselhamento conjugal (Sebastião). “Você brigou com sua esposa? Aí, [...] eu falo assim: oh! Irmão! Você precisa de aconselhamento. [...] A gente estimula o casal a se amar. Nós estimulamos o casal a fazer amor” (Sebastião). Para isso, pergunta-se de tudo. “Eu chego pro (sic) casal e falo: como tá (sic) a relação sexual suas? [...] Um casal tem que ter relação sexual. Um casal tem que fazer amor. [...] Você vai pegar sua mulher, vai beijar, vai abraçar” (Sebastião). E complementa: “oh! Meu irmão! Que tá (sic)

acontecendo que você não tá (sic) tendo apetite sexual pela sua esposa? Você tem esposa muito bonita. [...] Nós vamos te ajudar. No final, a gente vê um casal sorridente” (Sebastião);

ii.) orientação financeira (Sebastião). “Pastor Jorge fala: você tá (sic) em dificuldade? O primeiro a te ajudar é você mesmo. Desliga o celular. [...] Fica com seu fixo. Você come filé mignon? Vai comer músculo [...]. Músculo não mata. Ao contrário, é forte” (Sebastião). Isto é, “a gente vai ensinando ele a administrar aquela dificuldade até ele tomar pé de novo e seguir pra frente. Estruturar de novo” (Sebastião). Isto implica aconselhar nos mais detalhados aspectos. “Você tá (sic) pagando prestação de carro? Meu filho! Vende esse carro [...]. Se você não pode ficar sem cartão de crédito, [...] corta metade dele. A gente dá esse treinamento para os irmãos” (Sebastião); iii.) liderar fieis (Ulisses). “Têm pessoas que depende (sic) desse pastoreio. Têm pessoas que depende (sic) de ser liderada. Têm pessoas que depende (sic) de ser orientada. Têm pessoas que depende (sic) de uma palavra” (Ulisses);

iv.) salvar famílias (Napoleão; Teodoro; Valdomiro). “Algumas pessoas, psicologicamente, sabe (sic) que a família tá (sic) toda bagunçada. Relacionamento de casal, pais e filhos, escola, trabalho. A gente traz eles (sic) e trabalha com eles” (Napoleão). Um entrevistado exemplifica como. “Um irmão tava (sic) separado. Aí, comecei a trabalhar com ele, pra ver se curava as feridas. Um dia falei: fala com sua esposa que é pra ela vim (sic) que eu quero conhecê-la. [...] Deus quer assim” (Teodoro). Como resultado, “ela aceitou o convite e veio no domingo” (Teodoro). No mesmo dia, “confessou Jesus como Senhor. Os dois reconciliaram, tão (sic) uma benção. Ela tá (sic) firme aí. Deus a usa muito” (Teodoro); v.) ajuda psicológica (Teodoro). “Têm pessoas que precisam de aconselhamento psicológico. Aí, vai precisar da gente (sic) encontrar

mais vezes, conversar mais vezes, ouvir mais. O mais difícil é pessoas que querem ouvir” (Teodoro);

vi.) curar depressão (Edmundo; Napoleão). “Veio um rapaz [...] num estado profundo de depressão. [...] Convidei ele pra vir pra igreja. A depressão dele acabou” (Edmundo). “A gente oferece isso pra [pessoa]. Ela sai de depressão” (Napoleão); vii.) proporcionar apoio emocional (Humberto; Osvaldo). “As pessoas tão (sic) sempre precisando, sempre precisando, sempre precisando” (Humberto). “O pastor é pra isso aí. Ele tá (sic) sempre dando assistência aos membros. Se ele não puder fazer isso, ele não serve pra ser pastor” (Osvaldo); viii.) dar abrigo (Osvaldo). “Eu vejo a igreja como casa de refúgio. Todas as pessoas que vêm procurar igreja [...] têm necessidade, seja física, espiritual, emocional, financeira ou em todos os aspectos” (Osvaldo);

ix.) oferecer afeto, carinho e atenção (Damião; Kaio; Osvaldo; Zulmira). “A ovelha é carente. Ela tá (sic) lá porque tá (sic) buscando algo” (Damião). É preciso entender que “as pessoas estão vindo machucadas. Elas vão vim (sic) preocupadas. Elas vão vim (sic) com a vida, às vezes, destruída” (Kaio). Muitas vezes, “a família não lembra da (sic) data de aniversário daquela pessoa, não dá apoio para a pessoa, não visita ela” (Kaio). Logo, ela pode “tá (sic) precisando de um abraço. Aí, o Senhor vem, toca na gente pra abraçar aquela pessoa, pra pedir alguém pra abraçar aquela pessoa” (Wagner). “A gente chega, aperta a mão, abraça. Então, é aquele carinho, que me passa também. Às vezes, a gente fica até constrangido, porque [...] não tem como você dar atenção a todo mundo ao mesmo tempo” (Kaio). “Você tem que saber lidar com cada uma. Você tem que prestar atenção. Será que cumprimentei fulano? Porque a outra já percebe. A pastora nem olhou pra mim. A pastora nem me cumprimentou. Não é fácil” (Zulmira);

x.) prover espaço para desabafos (Teodoro; Wagner). “Às vezes, a pessoa chega aqui ferida. Tá (sic) precisando de uma oportunidade pra falar uma palavra, pra

desabafar. [...] Aí, a pessoa começa a pô (sic) aquela angústia pra fora e sai daqui renovada” (Wagner). “Muitas vezes, o problema da pessoa é por falta de ter alguém que ouça. Principalmente, quando elas tão (sic) com problemas” (Teodoro); xi.) cuidar dos fieis (Teodoro). “Se você vem (sic) pra aqui, eu vou cuidar de você. Eu vou cuidar de você, enquanto Deus permitir, eu vou tá (sic) cuidando de você [...]. Minha obrigação é fazer isso” (Teodoro); xii.) construir amizades. A igreja “absorve aquela sensação de amizade entre eles com você (sic), com o próprio irmão. Eu acho interessante ver isso” (Kaio);

xiii.) formar o ser humano, mudar sua cultura (Gilberto). “Esse é o nosso grande trabalho. É de mudança de cultura, de hábitos sociais, políticos e intelectuais [...]. Isso é de formação da pessoa [...]. Nossa grande expectativa não é temporal. É eterna” (Gilberto); xiv.) contribuir para o crescimento pessoal (Abelardo). “O pastor tem duas funções: ajudar a pessoa na fé e ajudar a pessoa a crescer enquanto ser humano. Sempre gostei de ver o ser humano bem” (Abelardo); xv.) salvar vidas (Humberto; Napoleão; Wagner). “O evangelho tem essa vantagem. As pessoas são curadas de fato” (Humberto). “Aqui é tipo uma restauração. [...] É tipo uma enfermaria. [...] A pessoa chega amargurada, a ponto de cometer suicídio. Deus vai nos (sic) dando a direção, a gente [...] vai libertando [a pessoa] daquela opressão” (Wagner), e;

xvi.) motivar fieis (Itamar; Kaio; Sebastião; Valdomiro). Insere-se, aí, dimensão de autoajuda. “O que se prega hoje é autoajuda. O que se [...] vende é autoajuda. [...] É o que as pessoas querem ouvir. Você nasceu pra ser feliz, e tal” (Itamar). Diversos exemplos evidenciam isto. Em um deles, fieis “dizem o seguinte: eu preciso de alguma coisa que fale o que eu quero ouvir” (Valdomiro). Por isso, “um grande líder tem que [...] saber falar coisas que vai (sic) mudar o quadro da vida da pessoa” (Kaio). De fato, “quando estão necessitadas, as pessoas querem ouvir alguma coisa que agrada, que

incentiva” (Edmundo). “O irmão vai [à igreja] para alimentar, para receber uma palavra de autoafirmação, uma palavra que vai levantar sua autoestima, uma palavra que vai criar nele aquele estímulo para continuar lutando” (Sebastião). Isto explica porque “a igreja é muito importante. Às vezes, as pessoas falam: por que ao invés de o crente tá (sic) num clube, ele tá (sic) na igreja? Porque isso satisfaz ele (sic). Muitos sentem um vazio muito grande fora [dela]” (Sebastião).

A **Tabela 26**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 26

**Evidências sobre auxílio-mútuo como assistência, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Igrejas evangélicas atuam como instituições de múltiplo auxílio. Sua função assistencialista, amparadora, ultrapassa a busca limitada pelo atendimento às necessidades físicas e/ou econômicas dos fieis. Elas procuram influenciar e interferir nas suas vidas em diversas outras esferas, assinalando presença, controlando-as em minúcias;	(Abelardo; Damião; Edmundo; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Napoleão; Osvaldo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira)
Dezesseis atribuições das igrejas e dos pastores ganham, aí, destaque adicional. São elas: i.) aconselhamento conjugal; ii.) orientação financeira; iii.) liderar fieis; iv.) salvar famílias; v.) ajuda psicológica; vi.) curar depressão; vii.) proporcionar apoio emocional; viii.) dar abrigo; ix.) oferecer afeto, carinho e atenção; x.) prover espaço para desabafos; xi.) cuidar dos fieis; xii.) construir amizades; xiii.) formar ser humano; xiv.) contribuir para o crescimento pessoal; xv.) salvar vidas, e; xvi.) motivar fieis.	(Abelardo; Damião; Edmundo; Gilberto; Humberto; Itamar; Kaio; Napoleão; Osvaldo; Sebastião; Teodoro; Ulisses; Valdomiro; Wagner; Zulmira)

4.2.2.1.4) auxílio-mútuo e os serviços aos fieis

Pastores criam e disponibilizam ampla gama de serviços e assistências (ver, por exemplo: Benedito; Cristiano; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses). A quantidade e extensão variam conforme a estrutura e o tamanho das igrejas. Grandes ministérios possuem maior volume se comparado aos

demais. Em todos, os benefícios se voltam, sobretudo, aos fieis (Benedito; Cristiano; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses). “O público que atendemos, vamos dizer, nossos clientes, [é] membros da igreja [...]. A princípio, focamos [em nossa] própria membresia (sic)” (Gilberto). Quatorze serviços se inserem aí. São eles: i.) oração por telefone (Benedito; Jeferson; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses). Chamados Tele-Oração (Benedito), Fono-Visita (Jeferson) ou Tele-Bênção (Sebastião), implica fornecer aos fieis assistência religiosa à distância. “Você liga [para] um número e vai ter um plantão para ajudá-lo” (Sebastião). “Algumas pessoas já me ligaram e me pediram para orar para eles” (Jeferson). “A gente ora por telefone” (Ulisses);

ii.) encaminhamento para empregos (Gilberto). “Nós temos uma agência de empregos. Aliás, não só uma. Temos três agências de empregos para usufruto da membresia da igreja” (Gilberto); iii.) visita aos fieis (Benedito; Cristiano; Edmundo; Jeferson). “A gente entrega o tempo. De 12 a 14 horas por dia. Precisou de oração, a gente está disposto a ir. A gente faz visita, muita visita” (Edmundo). “Eu vou nas (sic) casa (sic). Eu vejo se eles tão (sic) necessitado (sic) de alguma coisa” (Cristiano). “Às vezes, um membro solicita uma reunião. A gente se desloca” (Jeferson); iv.) cursos profissionalizantes (Edmundo). “Cursos de pintura, culinária, cestaria, bombom e vários outros. [...] Muitos se formaram. Muitos têm seu salão de beleza. Muitos montaram restaurantes. Estão com uma vida melhor” (Edmundo);

v.) apoio aos empresários (Gilberto). “A igreja também trabalha com o empresariado, dando suporte ao empreendedor. Há, hoje, consultoria forte dentro da nossa igreja” (Gilberto); vi.) assistência médica (Sebastião). Inserem-se, aí, fonoaudiólogos, nutricionistas, clínicos gerais, entre outras especialidades (Sebastião); vii.) suporte jurídico (Sebastião). “Temos consultoria na área advocatícia. O irmão [...]

não sabe se é de direito ou não, ele vem, o advogado orienta ele todinho” (Sebastião). Mais ainda, “se ele quiser abrir demanda judicial, [o] irmão que é advogado vai ajudar na causa [por] preço menor que o [praticado no] mercado” (Sebastião). Ele exemplifica. “Teve uma irmã que ia (sic) fazer inventário. Vários advogados cobraram 20 mil reais. [...] Ela veio aqui, o nosso advogado cobrou cinco mil” (Sebastião);

viii.) assistência psicológica (Gilberto; Sebastião). “Nós damos para o nosso membro apoio psicológico” (Gilberto). “Nós temos psicanalistas, psicólogos e psicopedagogos” (Sebastião). Através deles, os fiéis conseguem descontos nos serviços. “Hoje, um tratamento psicológico tá (sic), no mínimo, 20 mil reais. [...] O máximo que um psicólogo [da igreja] pode receber de oferta do irmão que tá (sic) sendo tratado é 70 reais” por sessão (Sebastião); ix.) creche (Edmundo). “Deus colocou no meu coração pra montar essa creche” (Edmundo). Inicialmente voltada aos filhos de fiéis, conta, atualmente, com 80 crianças, incluindo as da comunidade. “A gente cobra taxa de 100 reais [por mês]” (Edmundo); x.) escola (Edmundo; Gilberto). “A igreja conta com colégio. A estrutura educacional vai do berçário até a colocação do indivíduo na faculdade. Até o ensino médio completo” (Gilberto); xi.) repasse de informações (Napoleão). “A cidadania [...] vem pelo Estado. Ela não vem só pela igreja. Se tem alguma coisa que o Estado oferece, cabe à gente se informar e repassar. [...] Não adianta querer fazer uma coisa pra querer se mostrar” (Napoleão);

xii.) amparo juvenil (Gilberto). “Há um trabalho muito forte na área de adolescentes. [...] Eles recebem acompanhamento pastoral [visando] a prevenção do uso de drogas e a gravidez na adolescência. [...] A gente foca pra formar um cidadão com caráter” (Gilberto); xiii.) ensino bíblico (Gilberto). “Sabemos que os princípios e valores da palavra não são só de caráter religioso, mas, de caráter cível também. Pra mudança, de fato, da vida do indivíduo” (Gilberto); xiv.) apoios diversos (Kaio; Leonardo). Inserem-

se, aí, transportes aos fieis. “Se alguém passa mal, você tem que largar tudo que tá (sic) fazendo e auxiliar” (Leonardo). “Quantos vezes fui na casa da irmã levar criança para hospital” (Kaio). “Se morre alguém, é mesma coisa. [...] Você tomar conta de monte de gente não é fácil. Você tira a base pela liderança do nosso país. São várias pessoas, vários pensamentos” (Leonardo).

A **Tabela 27**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 27

**Evidências sobre auxílio-mutuo, serviços aos fieis, e pastores de interesse**

<b>Evidências Empíricas</b>	<b>Pastores</b>
Pastores criam e disponibilizam ampla gama de serviços e assistências. A quantidade e extensão variam conforme a estrutura e o tamanho das igrejas. Grandes ministérios possuem maior volume se comparado aos demais;	(Benedito; Cristiano; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses).
Os benefícios se voltam, principalmente, aos fieis;	(Benedito; Cristiano; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses).
Quatorze serviços se inserem aí. São eles: i.) oração por telefone; ii.) encaminhamento para empregos; iii.) visita aos fieis; iv.) cursos profissionalizantes; v.) apoio aos empresários; vi.) assistência médica; vii.) suporte jurídico; viii.) assistência psicológica; ix.) creche; x.) escola; xi.) repasse de informações; xii.) amparo juvenil; xiii.) ensino bíblico; xiv.) apoios diversos.	(Benedito; Cristiano; Edmundo; Gilberto; Jeferson; Leonardo; Napoleão; Sebastião; Teodoro; Ulisses).

*4.2.2.2) Igrejas como inibidoras de excessiva solidariedade*

Pastores atenuam dos aproveitadores solicitações capazes de prejudicarem a eficiência e racionalidade de suas igrejas. Dois grupos se inserem aí. A seção 4.2.1.2.1 descreve-nos e apresenta suas práticas invasivas, e detalha, ao mesmo tempo, nove estratégias empreendidas para inibi-las (Abelardo; Edmundo; Fernando; Gilberto; Itamar; Marcelo; Raimundo; Sebastião). Em seguida, na seção 4.2.1.2.2, apresenta-se como a estrutura social dos pastores e fieis se restringe, principalmente, aos integrantes da própria igreja, e

se evidencia, daí, quatro implicações sobre a natureza de seus relacionamentos com demais evangélicos, demonstrando suas limitações (Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Teodoro; Valdomiro).

#### 4.2.2.2.1) solidariedade descontrolada e as estratégias para impedi-la

Igrejas evangélicas sofrem influência da atuação de aproveitadores, pessoas que buscam usufruir de seus diversos benefícios sem contribuir (Abelardo; Edmundo; Fernando; Gilberto; Itamar; Marcelo; Raimundo; Sebastião). “Gente pilantra é o que mais tem, em todo lugar” (Abelardo). Eles ficam “de olho. [...] Acham que a igreja é fonte de lucro. [...] Tem gente que usa de malandragem” (Fernando). “Os enganadores, por saber (sic) da boa-fé evangélica, [vão] aos montes atrás de nós, procurando oferta, procurando doação, procurando mantimento” (Itamar). “Isso tem em todo canto. Vê (sic) a igreja grande, pensa que tem dinheiro” (Fernando). “A gente vê a safadeza da pessoa” (Abelardo). Dois grupos de usurpadores se inserem aí. O primeiro é formado por pessoas – evangélicas ou não – externas aos ministérios (Abelardo; Itamar; Raimundo).

Diferentes exemplos evidenciam sua abordagem. “Eles fazem de tudo. Pessoa chega na (sic) sua frente e chora. Fala que o filho perdeu dedo, que precisa comprar antibiótico. A pessoa é artista. Assim, na sua frente. [É] comum” (Itamar). “Aqui chega nego que a filha tá (sic) com câncer terminal e precisa de cinco reais pra poder pagar passagem pra ir lá ver ela. Isso, três horas da manhã. Aí, você vai ver...” (Abelardo). “Tem gente que é pilantra. [...] Pede ajuda em dez igrejas para poder vender alimento. Isso acontece na região” (Abelardo). “Uma moça [...] disse assim: pastor, [...] preciso ir pra João Monlevade. Minha mãe tá (sic) internada. Eu peguei o dinheiro da passagem,

entreguei na mão dela. [...] Dias depois, [...] ela parou aqui com umas contas na mão” (Raimundo). Ao vê-la, “falei: você não tá (sic) lembrada de mim? Sua safada, sem vergonha. Você contou uma história pra mim, que tava (sic) pra ajudar sua mãe, e você usou droga com o dinheiro. Não te ajudo mais” (Raimundo). “Uma mulher pegava cesta básica em quatro, cinco lugar (sic). Ela tinha prazer [em] deixar as cestas de baixo da cama para apodrecer e jogar no lixo. Não sei se era fetiche, um demônio que ela tinha” (Abelardo).

O segundo grupo é constituído por fieis, pelos próprios membros das igrejas (Fernando; Sebastião). “Infelizmente, as pessoas da igreja tão (sic) com fome de dinheiro. Tipo assim: a igreja tem dinheiro, ela pode me ajudar” (Fernando). Um exemplo ilustra a prática. “Oh! Doutor! Eu não tenho dinheiro pra ir embora. Me dá (sic) dinheiro pra mim (sic) pegar um ônibus? Às vezes, tá (sic) com dinheiro no bolso (Sebastião). “Acontece casos de vim (sic) pessoas de fora. Eles falam (sic): aqui posso amarrar meu jumento que o pasto é verde. Ele se converte pra poder ficar. Ele não quer compromisso com Deus. Quer só os benefícios da obra” (Sebastião). Com efeito, “já ouvi pessoas [dizerem]: se entrego dízimo, a igreja é obrigada a me ajudar. [...] Eles entregam dízimo pra isso. [Falam:] eu tô (sic) dando um valor, a igreja tem que pagar minha conta. Não é assim que funciona” (Fernando).

Diversas estratégias são empregadas pelos pastores para inibir práticas invasivas, exploradoras. “Nós fomos aprendendo quem a gente ajuda” (Abelardo). Nove delas se ressaltam. São elas: i.) investigar a necessidade (Fernando; Gilberto; Marcelo; Raimundo; Sebastião). Há “igrejas [...] que pra você arrancar um pacotinho de arroz de lá é difícil. É uma investigação muito profunda que faz (sic) na vida das pessoas pra ver se precisa mesmo ou não” (Marcelo). “É, por isso, que a gente tem obreiros [e] diáconos. Pra fazer como se fosse uma sindicância. Pra analisar [...] e levar pro (sic) pastor” (Fernando). “O

assistente social da igreja [...] avalia” (Sebastião). “Hoje, não vou pelo coração, vou pela razão” (Raimundo); ii.) ajudar, apenas, indivíduos indicados (Itamar). “A gente já [teve] tantas pessoas que nos enganaram, que [...] a gente ajudava se conhecesse ou se alguém indicasse. Pastor, meu vizinho tá (sic) desempregado, tal. Aí, é uma coisa mais segura” (Itamar);

iii.) adiar o momento do auxílio (Itamar; Raimundo). Isto é, não fornecê-lo quando da solicitação. “Nós chegamos numa regra. [...] Não ajudar quem nos pede num primeiro momento. Porque era tanta gente querendo e pedindo sem ter realmente motivo. Pedindo dinheiro sem, realmente, ter razões” (Itamar). “Se [a pessoa], de fato, quer ser ajudada, nós pedimos que ela sente (sic), assista uma reunião, e, depois dessa reunião, a gente conversa” (Raimundo). Ele exemplifica um caso. Uma “moça chegou [...] e falou: pastor, o senhor pode me dar uma bíblia? Eu falei: você vai sentar, assistir o (sic) culto, depois vou dar a bíblia. [...] A primeira coisa que nós testamos nessas pessoas é a paciência” (Raimundo); iv.) conversar com pastores da região (Abelardo). “De vez em quando, a gente se encontra para saber. Para a gente ir cortando as questões. Para a gente ajudar, de fato, quem precisa” (Abelardo). Um caso ilustra como. Uma mulher pediu auxílio. “O pastor dela me viu conversando com ela. Aí, perguntou: te pediu (sic) ajuda? Se te pedir, não dá, [por causa disso e daquilo]” (Abelardo);

v.) não dar dinheiro (Edmundo; Raimundo; Sebastião). “Dinheiro vivo a gente não põe na mão, a gente não faz isso” (Sebastião). “Hoje, [...] já falamos, de cara, que não ajudamos com dinheiro” (Raimundo). “Precisa de remédio? [A gente] pega a receita, consegue o remédio. Não pagou a energia elétrica? Me (sic) dá sua conta aqui. Aí, você vai e paga” (Sebastião). “Um dia passou um rapaz. [Disse] que a filha tava (sic) no Odilon Behrens, precisando disso e disso. Falei: vão (sic) lá agora. Vou colocar você no meu carro. [Ele disse:] não, pode deixar. Foi embora. É pura mentira” (Edmundo); vi.)

visitar a pessoa (Abelardo; Raimundo; Sebastião). Para isso, falam aos fieis. “Meu irmão! Vem cá (sic). Me (sic) dá seu endereço que eu quero fazer uma visita pra você” (Sebastião). “Nós vamos na (sic) sua casa. Onde você mora? Vamos fazer uma vistoria, saber direitinho se você, de fato, precisa mesmo. Se essa é a verdade” (Raimundo). “Aí, manda pastores pra [...] ver como é que tá (sic). Você descobre que o cara tem casa toda montada” (Sebastião);

vii.) cobrar pelos serviços da igreja (Sebastião). “O irmão contribui com uma taxa. Por que fazemos isso? Porque percebemos que se você dá gratuidade não tem resposta da pessoa. A pessoa agenda [e] o profissional fica aguardando. Ele não vem, não tem compromisso” (Sebastião). Cobra-se “não pelo valor, mas, sim, pela responsabilidade e valorização daquilo que ele tá (sic) pagando” (Sebastião); viii.) entregar ajuda nas residências dos solicitantes. “A gente já tem experiência nisso. Eu não dou aqui na porta. Eu ponho no meu carro e levo na casa dele. Eu vou e testifico” (Edmundo); viii.) justificar na bíblia a negação da ajuda. “A gente vai na (sic) base da instrução, colocando biblicamente. As pessoas, às vezes, não aceita (sic). Por isso, [...] saem” (Fernando); ix.) conversar com a família, mesmo para fieis comprovadamente necessitados (Gilberto). “A igreja não pode absorver pra si só. Aí, o trabalho [envolve] a família, pra que os filhos assumam (sic). [...] [Eles] são chamados [...] pelos nossos pastores, [...] [que falam:] olha! É preciso fazer isso, porque é digno” (Gilberto).

A **Tabela 28**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 28

**Evidências sobre solidariedade descontrolada, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Igrejas evangélicas sofrem influência da atuação de aproveitadores, pessoas que buscam usufruir de seus diversos benefícios sem contribuir;	(Abelardo; Edmundo; Fernando; Gilberto; Itamar; Marcelo; Raimundo; Sebastião).

Continua

**Tabela 28 (continuação)**

Evidências Empíricas	Pastores
Igrejas evangélicas sofrem influência da atuação de aproveitadores, pessoas que buscam usufruir de seus diversos benefícios sem contribuir;	(Abelardo; Edmundo; Fernando; Gilberto; Itamar; Marcelo; Raimundo; Sebastião).
Dois grupos de usurpadores se inserem aí. O primeiro é formado por pessoas, evangélicas ou não, externas aos ministérios. O segundo é constituído por fieis, pelos próprios membros das igrejas;	(Abelardo; Fernando; Itamar; Raimundo; Sebastião).
Diversas estratégias são empregadas pelos pastores para desestimular práticas invasivas, exploradoras. Nove se ressaltam. São elas: i.) investigar a necessidade; ii.) ajudar, apenas, indivíduos indicados; iii.) adiar o momento do auxílio; iv.) conversar com pastores da região; v.) não dar dinheiro; vi.) visitar a pessoa; vii.) cobrar pelos serviços da igreja; viii.) entregar ajuda nas residências dos solicitantes, e; ix.) conversar com a família, mesmo para fieis comprovadamente necessitados.	(Abelardo; Edmundo; Fernando; Gilberto; Itamar; Marcelo; Raimundo; Sebastião).

#### 4.2.2.2.2) Solidariedade descontrolada entre evangélicos: a influência da coesão social

Pastores e fieis interagem, quase exclusivamente, com integrantes da mesma igreja (Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Teodoro; Valdomiro). Eles se assemelham às “tribos urbanas, [cujos membros] só se relacionam entre si. [...] Só que isso é [ainda] mais nítido na igreja, porque dura [a] vida toda. [...] É natural você pensar [nela] como [...] uma família biológica” (Humberto). Tal delimitação pelos evangélicos possui diferentes implicações. Quatro delas se sobressaem. A primeira se refere a quase ausência de laços entre evangélicos de diferentes ministérios (Damião; Humberto; Kaio; Marcelo). “Eles não [se] misturam com ninguém. São grupos fechados, privados” (Damião). O entrevistado exemplifica. “Os Adventistas não misturam. Não são ecumênicos. Testemunha de Jeová só pode casar com Testemunha de Jeová [...]. Eles se unem naquele globo deles, e ficam naquele grupo seletivo de pessoas [...]. Não [se relacionam] com outras igrejas evangélicas” (Damião). Um pastor explica por quê. “Eles acham que você,

doutrinariamente, não é igual a eles. Eles são mais santos que você. Têm igrejas que, realmente, não consideram outros evangélicos salvos. Isso é muito sério. Acontece, mesmo” (Humberto).

Tal distanciamento se evidencia em distintas maneiras. A primeira através da própria concepção de cristão (Damião). Nem todos os evangélicos se encaixam nesta categoria (Damião). Constatação é vista na fala de um entrevistado (Damião). Ao comentar sobre a natureza circunscrita dos relacionamentos, ele se classificou como cristão, excluindo deste grupo membros de outras igrejas. “Eles ficam agregando pessoas que são da mesma família, criando aquela raiz. Nós, cristão (sic), não!” (Damião). A segunda na maneira como os evangélicos se tratam (Damião). A forma como se invocam delimita a contiguidade. “Nós, cristão (sic), nos damos paz do senhor e chamamos irmão de irmão. Eles[, isto é, integrantes de outras igrejas,] não chamam o irmão de irmão. Chamam o irmão de meu amigo, minha amiga” (Damião);

Finalmente, a terceira na ausência de eucaristia (Humberto; Kaio; Marcelo). “Não tem comunhão como se não tivesse com qualquer outro” (Humberto). Esta se manifesta, até mesmo, no ato de congratular. Membros de igrejas diferentes costumam não se cumprimentarem (Humberto; Kaio; Marcelo). “Nem olham pra você” (Humberto). “Têm pessoas que fazem isso” (Edmundo). “Você cruza com uma pessoa e ela não te saúda com a paz do Senhor. Tinham pessoas que não me cumprimentavam” (Kaio). “A gente tem mania de falar paz do senhor. Tem uns que você [fala:] paz do senhor, irmão! Ele não te fala” (Humberto).

Tal comportamento seletivo se torna possível pela identificação das características pessoais. Evangélicos desvendam as filiações ministeriais através de duas formas principais. São elas: i.) vestimentas (Humberto; Kaio). “Muitas vezes, o cara te olha, pela fisionomia sua, pelo trajar de roupa, ele bate o olho e não te cumprimenta” (Kaio).

Membros da “Deus é Amor, por exemplo, usa[m] paletó. Não importa a temperatura, abotoado. As irmãs, cabelo comprido e vestido. [...] Aqueles que não estão de terno, se morrer desse jeito, Jesus voltar, eles vão para o inferno” (Humberto), e; ii.) forma como carregam a bíblia (Humberto). Alguns exemplos ilustram as diferenças. Batistas tradicionais transportam-na abaixo do braço esquerdo. Batistas renovados, no contrapunho. Quadrangular, na mão, e, Deus é Amor, no peito, próximo ao coração (Humberto).

A segunda implicação é reflexo da primeira e se associa à impossibilidade das demais pessoas, mesmo evangélicas, usufruírem de recursos edificados pela estrutura ministerial (Humberto). Estes se voltam, sobretudo, aos membros das igrejas. “Muitas [...] acham que aquilo é só pra ela. Esse comportamento não mudou. É bem humano. Só pra ela. Só para o meu grupo. Meu grupo é mais importante que os outros. Isso provoca estratificação social” (Humberto). A terceira implicação se associa à carência de parcerias, de vínculos entre instituições evangélicas (Cristiano; Edmundo; Fernando; Napoleão; Osvaldo; Teodoro; Valdomiro). Com efeito, “você vê que igreja evangélica, infelizmente, não se une. Isto é de muito tempo. Isto é de anos. Ela não se une de jeito nenhum” (Fernando). “Cada qual com uma visão bem diferente do que é o reino de Deus” (Teodoro). Como resultado, “nós não somos unidos” (Fernando).

Quatro razões fundamentais ajudam a explicar esta incoerência (Cristiano; Edmundo; Fernando; Napoleão; Osvaldo; Valdomiro). São elas: i.) denominações diferentes (Cristiano). “Quando você fala em fazer intercâmbio, de você se aproximar, aí, já há retaliação. [Eles falam:] eu não me misturo. Não me envolvo porque nós temos um costume, um dogma. Vocês têm outro. Indiretamente, pode haver influência ou contaminação” (Cristiano); ii.) divergências doutrinárias (Edmundo). “O problema é o

seguinte: a gente é pentecostal. [...] Pentecostal já é chamado de mais doido. Têm muitos que são tradicionais, que rejeitam o pentecostal. Criticam” (Edmundo);

iii.) discordâncias de opiniões (Fernando; Napoleão; Valdomiro). “Existe (sic) vários segmentos. Várias pessoas que têm linhas [diferentes] de pensamentos. [...] A interpretação que eu tomo [da bíblia], outra pessoa pode tomar de maneira diferente” (Napoleão). “Você vai falar alguma coisa, eles falam: eu não concordo. Vai esbarrar naquilo que não concorda” (Fernando). “Talvez o pastor crê da forma dele e eu creio da minha” (Valdomiro). Ele busca na bíblia a justificativa do afastamento. “Quando Paulo andava com Barnabé, todos os dois eram homens de Deus. Mas, teve um momento que os dois [se] separaram, porque tinham pensamentos diferentes” (Valdomiro), e; iv.) maneiras distintas de conduzir o trabalho (Osvaldo). “Cada igreja tem sua forma, o seu jeito. Às vezes, pode ser bem diferente da gente (Raimundo). “Cada pastor tem uma forma de dirigir. Eu fico [...] com a forma [...] que a gente foi orientado, [como] a palavra de Deus nos orienta” (Osvaldo).

Por fim, a quarta implicação resulta da combinação das demais e se associa a uma dimensão não auxiliadora (Humberto). Pastores e fieis de dada igreja se encontram parcialmente afastados, desvinculados dos demais. Isto possibilitam-lhes suprimirem reivindicações advindas de evangélicos não imersos em suas estruturas. Com efeito, “se você quiser ajuda, você vem para a Assembleia”, exemplifica um entrevistado (Humberto). Se você vai para a Quadrangular, o pastor lá te ajuda. Eu não vou te ajudar” (Humberto). Eles falam “desse jeito. [...] Não há diálogo inter-religioso” (Humberto).

A **Tabela 29**, a seguir, condensa as evidências de interesse.

Tabela 29

**Evidências sobre solidariedade entre evangélicos, e pastores de interesse**

Evidências Empíricas	Pastores
Pastores e fiéis interagem, quase exclusivamente, com integrantes da mesma igreja;	(Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Teodoro; Valdomiro);
Tal delimitação pelos evangélicos possui diferentes implicações. Quatro se destacam. A primeira se refere a quase ausência de laços entre evangélicos de diferentes ministérios. A segunda é reflexo da primeira e se associa à impossibilidade das demais pessoas, mesmo evangélicas, usufruírem de recursos edificadas pela estrutura ministerial. A terceira se associa à carência de parcerias, de vínculos entre instituições evangélicas. Por fim, a quarta resulta da combinação das demais e se relaciona a dimensão não auxiliadora entre as instituições;	(Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Teodoro; Valdomiro);
A ausência de laços entre evangélicos de diferentes igrejas se evidencia em muitas formas. A primeira na concepção de cristão. A segunda na maneira como os evangélicos se tratam. A terceira na ausência de eucaristia entre eles;	(Damião; Humberto; Kaio; Marcelo)
Quatro razões fundamentais explicam a carência de parcerias entre instituições evangélicas. São elas: i.) denominações diferentes; ii.) divergências doutrinárias; iii.) discordâncias de opiniões, e; iv.) maneiras distintas de conduzir o trabalho.	(Cristiano; Edmundo; Fernando; Napoleão; Osvaldo; Valdomiro)

#### 4.3) Análise das igrejas como empreendimentos, dos pastores como empreendedores

Pastores neopentecostais podem ser considerados empreendedores. Por conseguinte, suas igrejas também. Tal como Lumpkin *and* Dess (1996), cujos argumentos salientam que comportamentos de indivíduos empreendedores podem ser avaliados como de suas empresas, evidências empíricas sustentam a proposição de que igrejas são, simplesmente, extensão dos pastores que estão no comando. Com efeito, eles influenciam e condicionam o desempenho de suas instituições com seu comportamento. Através dele, demonstram possuírem orientação empreendedora. Suas habilidades para combinarem, sob distintas intensidades, capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, assunção de riscos e autonomia evidenciam isto.

Uma importante constatação merece, aqui, antecipada ênfase. Todos os pastores investigados atribuíram a diversos comportamentos representativos da orientação

empreendedora conotação negativa. Fizeram isto ao salientarem, muitas vezes de maneira espontânea, as atuações de seus pares, criticando-as. Um dos próprios entrevistados reconheceu a dificuldade em se captar, em relação aos pastores analisados, e, portanto, a ele próprio, atributos de interesse (Humberto). Ao falar sobre como pastores demovem membros de outras igrejas evangélicas devido às vantagens – financeiras ou não – que estes podem trazer, afirmou que “ninguém gosta de comentar que faz” isto (Humberto). “Se você perguntar”, salientou Humberto, “vai encontrar pastor que fala assim: eu não faço isto, de jeito nenhum. Mas, alguns irmãos...” (Humberto).

Em outra oportunidade, ao destacar como pastores selecionam membros, evitando, por meio da atribuição de cargos de liderança, a egressão daqueles mais afortunados, Humberto disse ser esta prática “uma coisa muito séria. Está aí e não é falada. Você pode perceber isso” (Humberto). Com efeito, assim foram os casos. Nenhum dos entrevistados reconheceu, por exemplo, que explora financeiramente seus fieis, que os impede de irem a outras congregações, que deprecia pastores concorrentes ou que busca fieis de outras igrejas evangélicas, embora todos, em certo grau, tenham reconhecido serem estas e outras práticas e comportamentos comuns ao meio neopentecostal. Os 23 entrevistados se esforçaram para passar ao pesquisador uma imagem de “bons pastores”, cujos comportamentos considerados por eles antiéticos e inadequados ao contexto religioso somente são realizados por seus pares.

Se, por um lado, tal característica pode passar a eventual e ao pesquisador irreal percepção de que os comportamentos empreendedores aqui salientados não se apropriam total ou parcialmente aos pastores investigados, por outro, foi o único modo possível de se captar dos entrevistados argumentos que expressassem a natureza da conduta empreendedora de pastores neopentecostais. Isto significa que embora possuam notória orientação empreendedora, pastores aqui de interesse aparentam não gostarem serem

reconhecidos por tal atributo. Com efeito, atitudes associadas à capacidade de inovação, à proatividade, à agressividade competitiva, à assunção de riscos e à autonomia, compreensíveis e estimuladas no ambiente empresarial, parecem ilegítimas no contexto religioso. Neste sentido, pastores neopentecostais atuam como um tipo de “empreendedor incógnito”, quase “invisível”. Muitos de seus comportamentos empreendedores seriam praticados na mesma extensão que criticados.

A capacidade de inovação dos pastores pode ser observada em algumas ações. Elas possibilitaram a formatação de novos serviços e processos. Caracterizados por parcial ineditismo e criatividade, atenderam às necessidades dos consumidores, dos fieis, contribuindo para a manutenção e o crescimento das igrejas (Lyon *et al.*, 2000; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005). Sete deles podem ser destacados. O primeiro se relaciona aos benefícios disponibilizados gratuitamente (Humberto). Um deles é a oferta de empregos. Pastores oferecem-nos aos fieis e potenciais integrantes como forma de cativá-los. Aqueles bem-estruturados criam agências de empregos destinadas também a este fim. Voltadas principalmente aos fieis, estimulam-nos a frequentarem e permanecerem na igreja, desfrutando de seus benefícios. O segundo se associa à queda no percentual de dízimo solicitado aos fieis. Ainda pouco empregada pelos pastores, tal estratégia, inovadora no meio evangélico, atende aos anseios das pessoas que buscam pagar menos pelos serviços religiosos. “Se você [...] descobre que pode pagar dízimo de 9,5% e receber as mesmas bênçãos de quem paga 10%. Olha [...] o liberalismo capitalista implícito. Melhor oferta pelo mesmo serviço” (Humberto).

O terceiro se relaciona ao apoio aos empresários. Visando atendê-los, a igreja de Gilberto criou uma consultoria específica para eles. O quarto visa atendimento religioso à distância. Para isto, pastores criaram o que denominam tele-oração (Benedito), fono-

visita (Jeferson) ou tele-bênção (Sebastião), uma inovação no contexto religioso. O quinto é o repasse de informações aos fieis. “A cidadania [...] vem pelo Estado. Ela não vem só pela igreja” (Napoleão). Entre os entrevistados, o serviço é uma exclusividade oferecida pela igreja de Napoleão. O sexto se relaciona aos meios de comunicação. Pastores empregam-nos todos os possíveis para alcançar o máximo de pessoas. Estas, por sua vez, encontram na mídia um meio de atender às suas necessidades religiosas. “O trabalho facilita muito” (Gilberto). Há, nele, adoção de técnicas de mercado” (Valdomiro). O sétimo se refere às campanhas. Pastores criam-nas para conseguirem mais recursos e fieis. Certa dose de criatividade e inovação é necessária para isto. A da revelação é um exemplo disto. Visa “dizer para você o que vai acontecer na sua vida daqui um tempo” (Abelardo). Nela, pastores “manipulam o fiel de outra igreja para sair de lá” (Abelardo).

A proatividade dos pastores, o pioneirismo de suas ações (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2005), pode ser visualizada, por exemplo, na busca pela conversão dos indivíduos. Para isto, empregam estratégias à frente dos concorrentes, perseguindo com elas oportunidades emergentes e formando ambientes através da antecipação à demanda religiosa das pessoas (Lumpkin & Dess, 2001; Wang, 2008). Finke (1997), Iannaccone *et al.* (1997); Iannaccone *et al.* (1998) e Warner (1993), em outro contexto, já chamaram a atenção para a necessidade dos produtores religiosos, dos pastores aqui de interesse, em mobilizar e satisfazer públicos distintos. Esta se intensifica em economias religiosas, a exemplo da brasileira, abertas a participantes sem renda garantida. Com efeito, diferentes estratégias e comportamentos foram, também por isto, empregados pelos pastores. Inserem-se, aí: i.) convidar não evangélicos para os cultos, aplicando nestes diferentes técnicas coercitivas, utilitaristas e religiosas de conversão (ver, por exemplo: seção 4.1.1); ii.) evangelizar de porta em porta (Kaio; Osvaldo; Pedro); iii.)

ajudar católicos (Damião; Humberto; Kaio); iv.) promover encontros de casais e de jovens (Edmundo; Kaio; Marcelo; Osvaldo; Raimundo; Valdomiro; Zulmira); v.) criar eventos em praças públicas (Cristiano; Damião; Edmundo; Itamar; Raimundo; Ulisses); vi.) desenvolver atividades sociais (Napoleão; Osvaldo), entre outros.

A agressividade competitiva dos pastores neopentecostais, a “intensidade para superar [seus] competidores” (Lumpkin & Dess, 2001, p. 431, tradução nossa), evidencia-se em praticamente todas as suas ações. A forte concorrência entre eles estimula tal comportamento. Atualmente, pastores “costumam vigiar a igreja do irmão, se tem muito, se tem pouco, se a participação tá (sic) boa ou não” (Cristiano). Há “disputa como se fosse supermercado, propaganda” (Fernando). Isto se corrobora na intensidade de sua utilização. Com efeito, a agressividade competitiva demonstrou ser um dos comportamentos empreendedores mais manifestos. Pastores empregam-na, essencialmente, para dois objetivos fundamentais.

O primeiro é o crescimento das igrejas. Este aparenta ocorrer, em grande parte, devido táticas prosélicas utilizadas para tirar membros de outras congregações. Salienta Fernando como “é mais fácil buscar um crente já formado que pegar uma pessoa lá fora pra cuidar”. Inúmeras práticas são, aí, apropriadas pelos pastores. Oito delas se destacam (para detalhamento, ver seção 4.1.2). São elas: i.) visitar lideranças religiosas de outras igrejas, manipulando-as (Abelardo; Edmundo; Humberto); ii.) depreciar outros ministérios (Cristiano; Edmundo); iii.) divulgar a igreja para membros de diferentes congregações, salientando, aí, seus benefícios (Edmundo; Fernando); iv.) pregar em distintas instituições, vangloriando-se (Edmundo); v.) convidar evangélicos integrantes de outros ministérios, oferecendo-lhes vantagens (Fernando); vi.) enviar fieis a demais igrejas, aliciando seus integrantes (Edmundo); vii.) criar campanhas de revelação,

induzindo membros de diversas igrejas a se afastarem de lá (Abelardo), e; viii.) ajudar integrantes de outras congregações (Zulmira).

O segundo é assegurar a lealdade dos fieis, evitando sua egressão. De fato, evidências empíricas sugerem a constatação de que, no contexto religioso, superar competidores (Lumpkin & Dess, 2001) implica, também, não perdê-los para a concorrência. “O maior receio dos pastores [é o de] sua ovelha ir numa outra igreja [...], gostar do alimento que tem lá, [“se sentir melhor” (Humberto)], e ficar lá” (Ulisses). “Ninguém quer perder membro” (Valdomiro). Para isto, diversos comportamentos controladores e agressivos são empreendidos por eles (para detalhamento, ver seções 4.1.3, 4.1.4 e 4.1.5). Treze deles podem ser ressaltados: i.) exigir dos membros pedido de autorização para visitar outros ministérios (Abelardo; Fernando; Itamar; Kaio; Marcelo; Osvaldo; Valdomiro); ii.) proibir visitas externas, lançando opróbrio ou não dando bênçãos aos fieis que pretendem realiza-las (Damião; Edmundo; Kaio; Raimundo; Teodoro; Zulmira); iii.) punir severamente integrantes, sobretudo, líderes que visitam outras igrejas (Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Raimundo; Zulmira);

iv.) criar eventos simultâneos aos promovidos por congregações concorrentes, desestimulando nestes a participação de seus membros (Damião; Humberto; Osvaldo); v.) dar funções de liderança aos fieis (Edmundo; Humberto); vi.) lançar maldição sobre eles, amedrontando-lhes com as possíveis consequências de sua desvinculação (Edmundo); vii.) ameaçá-los, utilizando-se, para isto, tom agressivo (Fernando; Gilberto; Humberto; Marcelo); viii.) menosprezar outros pastores (Humberto); ix.) associar visitas externas a comportamento não religioso (Osvaldo); x.) desestimular integrantes de abrirem seus próprios ministérios (Kaio); xi.) salientar a igreja como espaço exclusivo para salvação (Humberto); xii.) não manter relações sociais visíveis com pastores geograficamente

próximos, e; xiii.) estimular a sujeição dos fieis, instigando-os a dependerem exclusivamente de seu pastor para “chegar a Jesus” (Humberto) (ver, também: Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Teodoro; Valdomiro).

A disposição “para assumir riscos” (Lumpkin & Dess, 1996; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Wang, 2008) se demonstra própria, inseparável à atuação dos pastores. Pode ser evidenciada em ações frequentes, cotidianas. Uma delas é a opção, arrojada, de contar com a contribuição de pastores auxiliares. Muitos deles assumem-na. Capazes de sustentar o crescimento das igrejas ao possibilitar maior atendimento aos fieis e às suas necessidades, pastores auxiliares estão, ao mesmo tempo, entre os principais motivos de seu fechamento (Cristiano; Edmundo; Fernando; Humberto; Marcelo; Raimundo; Teodoro; Zulmira). Com efeito, é de brigas entre pastores titulares e auxiliares, estas suscitadas por diferentes razões (ver seção 4.1.6), que ocorrem divisões ministeriais. “Já vi muitos casos assim. Vai bucado (sic) com os dissidente (sic) e o restante fica” (Edmundo). “Tem um pastor que o auxiliar dele saiu e levou toda a igreja [...]. Teve que começar tudo do zero” (Zulmira). “Às vezes, acontece caso de o pastor levar 100% da igreja” (Raimundo). Um dilema parece, portanto, sempre acometer os pastores. Delegam poder sob o risco de verem suas igrejas divididas, ou assumem todas as responsabilidades sob o risco de não conseguirem fazê-las crescerem. Em ambas as situações, os riscos, baixos ou altos, demonstram-se inerentes.

A capacidade dos pastores em assumirem riscos se evidencia, ainda, em diferentes outras práticas. Inserem-se, aí, aquelas prosélicas, caracterizadas por intensa agressividade e sujeitas a retaliações dos concorrentes, e aquelas cujos objetivos visam evitar a perda de fieis. De caráter, muitas vezes, coercitivo, controlador e hostil, dotam-se de ousadia por, muitas vezes, surtirem efeitos conhecidos e ao mesmo tempo adversos aos planejados pelos pastores. Com efeito, é justamente por causa delas que diversos fieis

se transferem de igrejas, ou, ainda, saem da “presença do Senhor. [...] É grande o número de pessoas que estão se desviando por causa” delas (Cristiano). Atualmente, pastor “sabe que se começar com muita exigência, [corre o iminente risco de] o cara não vai ficar” (Marcelo).

Finalmente, a autonomia dos pastores, a habilidade para tomarem decisões livres (Pearce *et al.*, 2010; Lumpkin & Dess, 1996), para serem independentes na busca de oportunidades (Lumpkin & Dess, 1996), pode ser evidenciada em praticamente todas as suas ações. Os próprios critérios de pesquisa aqui apropriados contribuíram para a seleção de indivíduos com tal atributo. Com efeito, buscou-se investigar, principalmente, pastores incólumes de restrições organizacionais. Isto é, independentes, responsáveis pela criação e condução de seus empreendimentos. Naturalmente, todos demonstraram possuir grande capacidade de autonomia. Esta se evidenciou nos métodos, práticas e comportamentos associados à manifestação de todos os demais predicados de sua orientação empreendedora.

Em síntese, nota-se como pastores neopentecostais parecem capazes de associarem, sob diferentes graus, competência para inovar, proatividade, agressividade competitiva, assunção de risco e autonomia. Tal propriedade, por sua vez, suscita a eclosão de importantes constatações. Doze delas se destacam. A primeira, condizente com proposições de Hugles *and* Morgan (2007), Lumpkin *and* Dess (1996, 2001) e Lyon *et al.* (2000), é a de que orientação empreendedora de pastores neopentecostais se demonstra um constructo multidimensional. Conquanto eles possuam habilidades para combinarem todas as suas dimensões, sugerindo, eventualmente, podê-las associarem em único fator (Covin *et al.*, 1994; Walter *et al.*, 2006; Wiklund & Shepherd, 2003), elas não aparentam desempenharem igual importância (Rauch *et al.*, 2009). Isto é, não

influenciam o desempenho organizacional de maneira semelhante, uniforme (Covin *et al.*, 1994; Rauch *et al.*, 2009).

De fato, comportamentos empreendedores de pastores neopentecostais apresentam efeitos diferenciados, característicos (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000). Variam independentemente uns dos outros (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000). Evidência pode ser vista na manifestação de sua proatividade e agressividade competitiva. Enquanto a primeira se volta, principalmente, à conversão de pessoas, à formação de novos evangélicos, a segunda se concentra, sobretudo, na disputa por eles. Cada uma exige práticas específicas e pode apresentar resultados distintos, característicos. Pastores podem se apropriar de apenas um atributo ou, mais comumente, como evidenciado, da combinação entre eles.

Deriva, daí, segunda constatação de interesse. Associada ao desempenho das igrejas, corrobora reflexões de Covin *and* Wales (2012), Hugles *and* Morgan (2007) e Lumpkin *and* Dess (1996). Ele pode estar associado à integração total ou parcial dos comportamentos empreendedores. Com efeito, embora capazes, igrejas e pastores neopentecostais podem, por diferentes razões, decidirem não apropriarem todos eles. Seu desempenho, positivo ou negativo, estar-se-ia, aí, relacionado a sua manifestação parcial. Assim foram com os entrevistados. Alguns (Cristiano, Damião, Edmundo, Fernando, entre outros) não demonstraram, por exemplo, possuírem destacada capacidade de inovação, embora comprovassem terem, sob distintas intensidades, proatividade, agressividade competitiva, disposição para assumir riscos e autonomia. Para estes, a trajetória de suas instituições aparenta se fundamentar na combinação de quatro atributos empreendedores. Para os demais, esta pode ser derivada, eventualmente, da associação de todos eles. A partir de todos, endossa-se a possibilidade da orientação empreendedora de pastores e igrejas se caracterizar por diferentes combinações (Lumpkin & Dess, 1996).

A terceira constatação se refere aos fatores que influenciam a adoção dos comportamentos empreendedores (Lumpkin & Dess, 1996). Dois conjuntos deles, salientados por Lumpkin *and* Dess (1996), corroboraram-se aqui. O primeiro é as metas almeçadas pelos empreendedores. De fato, elas condicionam e/ou interferem a seleção de suas práticas. Osvaldo, por exemplo, sonha em ter “a maior igreja de Contagem”. Para isto, promove encontros de casais, evangeliza de porta em porta, promove atividades sociais, forma líderes religiosos, converte pessoas, entre outras ações representativas de sua orientação empreendedora. Alguns são ainda mais ousados. Damião, por exemplo, busca em seus comportamentos “dois milhões de [fieis]”.

O segundo é os elementos internos e externos às instituições. A adoção de atributos pelos pastores se demonstra parcialmente dependente deles. É devido à competitividade congregacional, à atuação prosélita de pastores, por exemplo, que muitos deles, em defrontação, lançam mão de práticas agressivas tendendo manter seus membros, ou decidem contar com a ajuda a pastores auxiliares, assumindo riscos. Humberto, por exemplo, cria eventos simultâneos para desestimular seus membros de participarem de iniciativas alheias. Kaio, por sua vez, conta como pastores desestimulam fieis de abrirem igrejas, evitando, com isso, formação de concorrentes.

A quarta constatação se refere à inovação. Consolida reflexões anteriores de Pearce *et al.*, (2010). Como salientado pelos autores, organizações religiosas, mesmo as pequenas, podem ser inovadoras e criativas. Igrejas neopentecostais demonstraram serem capazes disto. Seus pastores criaram novas ideias e serviços, como a agência de empregos (Humberto), a diminuição do percentual do dízimo (Humberto; Kaio), a tele-oração (Benedito), o apoio aos empresários (Gilberto), entre outros, inovadores ao contexto religioso. Eles atenderam às necessidades de seus consumidores, fornecendo-lhes

novidades (Lyon *et al.*, 2000; Pearce *et al.*, 2010; Rauch *et al.*, 2009; Wang, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005).

A quinta constatação se refere à proatividade. Reinterpreta proposições de Pearce *et al.*, (2010), atribuindo-lhes novas compreensões. Diferentemente dos autores, que sustentam estar tal atributo negativamente associado ao desempenho das igrejas, evidências empíricas aqui obtidas sugerem o contrário. A proatividade dos pastores, expressa, sobretudo, em seus comportamentos voltados à formação de evangélicos-membros, demonstra isto. Ela pode contribuir para a elevação do número de fieis e da arrecadação da igreja. Além disso, sua manifestação não é interpretada como desrespeito, afronta ou ruptura à tradição das congregações, como destacado por Pearce *et al.*, (2010) em estudo delas nos Estados Unidos. Ao contrário, no Brasil secularizado, cuja destradicionalização só vem se endossando (Mariano, 2013; Pierucci, 2004a, 2006b), a proatividade dos pastores é encorajada e necessária. Demonstra-se fundamental ao crescimento das igrejas, dever do pastor. Salienta Damião como “o reino de Deus [...] tem que ser multiplicado. Se tem 50, tem que ter 100. Se tem 100, tem que ter 200. Se tem 200, tem que ter 400. É obrigação nossa gerar almas. Deus pede filhos”.

A sexta constatação se associa à agressividade competitiva. Tal como destacado por Pearce *et al.* (2010), igrejas adotam práticas desta natureza para crescer sua filiação. As neopentecostais são evidências claras disto. Elas adotam aquelas mais manifestas e invasivas. Importante observação deriva daí. Enquanto a literatura sobre orientação empreendedora sustenta o argumento de que agressividade competitiva se relaciona aos esforços voltados à expansão de mercado de dada instituição (Pearce *et al.*, 2010; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000), isto é, ao crescimento dela (Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Pearce *et al.*, 2010; Wang, 2008), evidências empíricas aqui obtidas sugerem a proposição, complementar à vigente, de que ela pode se referir, também, às

diligências desempenhadas à sua sustentação. Com efeito, igrejas neopentecostais buscam superar concorrentes, também, através de táticas agressivas e competitivas que visam impedir a perda de fieis aos competidores. Mesmo Pearce *et al.* (2010), conquanto tenham abeirado sutilmente esta temática, não enfatizaram-na em tal proposição. Inédita na literatura, sugere a necessidade de se ampliar argumentos sobre agressividade competitiva, incorporando ao conceito noções de comportamentos relacionados à manutenção das instituições. Neste sentido, tal como aqui proposto, agressividade competitiva referir-se-ia às condutas invasivas voltadas à sustentação e expansão dos empreendimentos, religiosos ou não.

A sétima constatação se refere à capacidade dos pastores em assumirem riscos e incertezas. Sustentam Nwankwo *and* Gbadamosi (2013) e Pearce *et al.* (2010) como ela pode ser encorajada pela crença na glória divina. Não foi este o encontrado nesta pesquisa. Conquanto pastores assumam riscos, baixos e altos, evidências empíricas sugerem ser este comportamento impulsionado por diferentes outros fatores. Inserem-se, aí, intensa competitividade congregacional, implicando-lhes a necessidade de adotarem práticas arriscadas para superar concorrentes, e o crescimento das igrejas, coagindo-as a dependerem de pastores auxiliares para suportá-lo. Além disso, embora dados de pesquisa sugiram ter a assunção de risco potencial para resultados senão excepcionais, tais como supostos por Nwankwo *and* Gbadamosi (2013) e Pearce *et al.* (2010), ao menos influenciadores do crescimento das igrejas, eles não parecem, como proposto pelos autores, potencializados por benefícios derivados de configurações previsíveis. Pelo contrário, o contexto neopentecostal brasileiro se demonstra altamente imprevisível e plural. Pastores atuam nele de modo muitas vezes inesperado, aleatório, necessário para obterem vantagens. Evidência é vista na fala de Humberto. Ao se referir sobre práticas prosélicas, afirmou sê-las, em certas ocasiões, “uma questão de oportunidade”, isto é, não

planejada. Ele exemplifica: Às vezes, se (sic) “encontra um irmão insatisfeito: oh irmão! Você não está satisfeito lá? Vem (sic) pra cá! [...] Como [...] você vai servir a Deus com tristeza no coração?” (Humberto).

A oitava constatação se associa à autonomia dos pastores. Tal como sustentado por Pearce *et al.* (2010), ela possibilita-lhes resposta aos imperativos ambientais, e permite-lhes identificar, desenvolver e iniciar mudanças em seus programas e atividades. Pastores aqui investigados aparentam demonstrar serem capazes disto. Suas autonomias permitem-lhes, por exemplo, serem agressivos na busca por evangélicos e/ou nas respostas às investidas dos competidores. As diversas práticas salientadas nas seções 4.1.2 a 4.1.5 evidenciam isto. Ao mesmo tempo, dá-lhes independência na formulação e modificação de estratégias que repercutem nas práticas e no desempenho congregacional. Modelos são obtidos nas táticas empregadas pelos pastores para crescer suas igrejas (seção 4.1.7). Sua autonomia permite-lhes liberdade para combinar diferentes ações visando este fim. Raimundo, por exemplo, salienta algumas delas como promover encontros de casais e eventos em praças públicas. Humberto, por sua vez, argumenta como pastores exploram comercialmente milagres religiosos, adotam proselitismo e ajudam não evangélicos.

A nona constatação se refere à repercussão da assunção de riscos, da proatividade e da agressividade competitiva dos pastores. Sustentam Pearce *et al.* (2010) como elas não fornecem contribuições para o desempenho das igrejas. Dados de pesquisa aqui obtidos sugerem o contrário. Pastores neopentecostais demonstraram se apropriarem de tais atributos. A associação entre eles aparenta gerar importantes benefícios ao desempenho e crescimento de suas igrejas. Com efeito, é através deles que pastores obtêm novos fieis, convertendo-os ou buscando-os de outras igrejas evangélicas, impedem a perda de membros aos concorrentes, evitando queda nos recursos que

possibilitam a sustentação de suas igrejas, e elevam a arrecadação financeira, possibilitando investimentos afiançadores do avanço congregacional. Tal observação projeta luzes para a décima constatação.

Complementar à proposta por Pearce *et al.* (2010), que defendem estarem a capacidade de inovação e a autonomia mais fortemente relacionadas ao desempenho das igrejas, evidências aqui obtidas aparentam sugerir serem as dimensões da proatividade, da agressividade competitiva, da assunção de riscos e da autonomia as mais contributivas para isto. De fato, foi principalmente da associação entre elas que pastores de pequenas e grandes igrejas neopentecostais fundamentaram seus mais utilizados comportamentos empreendedores, sua busca pelo crescimento. Destas, a agressividade competitiva e a autonomia se apresentaram, aqui, as mais evidentes. Isso não significa, contudo, ser a capacidade de inovação improdutiva. Pelo contrário. Pastores neopentecostais obtêm benefícios de sua utilização. Dados de pesquisa indicam, apenas, ser este atributo proporcionalmente menos empregado por eles. Não permitem inferir, contudo, os benefícios e repercussões de sua maior apropriação. Neste sentido, elementos episódiais acenam para a plausibilidade de que pastores mais inovadores e criativos, por exemplo, poderiam, possivelmente, obter resultados e desempenhos mais satisfatórios que os demais.

A décima primeira constatação contrapõe proposição de Pearce *et al.* (2010) sobre a desvalorização pelas congregações da competitividade interdenominacional ou intercongregacional. Achados de pesquisa evidenciam o contrário (ver seções 4.1.2 a 4.1.5). Insinuam serem justamente devido e para a concorrência entre elas que pastores neopentecostais empregam grande parte das estratégias que permitem a manutenção e o crescimento de suas igrejas. Isto é, pastores neopentecostais a valorizam-na, dão-na importância. Não há outra opção. Para os pastores, “igreja que tem outra placa é [...]

concorrente” (Benedito). O pluralismo religioso brasileiro e a intensa concorrência resultada dele (Corrêa & Vale, no prelo; Pierucci, 1999, 2006a, 2006b, 2008) os obrigaram a pensarem assim. Portanto, a competitividade, sobretudo, interdenominacional, aparenta conter em si os germes que impulsionam e obrigam nos pastores a adoção de comportamentos empreendedores que a expressa ao mesmo tempo em que a reforça, sem as quais suas igrejas não existiriam.

Tal reflexão acena para observações importantes e complementares. Três delas se destacam. A primeira se associa à sobrevivência das igrejas. Tal como sustentado por Finke (1997), Iannaccone *et al.* (1997), Iannaccone *et al.* (1998) e McCleary (2011), em ambientes secularizados, sem assistência financeira do Estado, grupos religiosos, igrejas neopentecostais, em evidência, dependem unicamente de suas capacidades em atender às necessidades de seus públicos para sobreviver. Com efeito, achados de pesquisas sustentam esta proposição. Seu desempenho, positivo ou negativo, está sujeito, unicamente, às contribuições – financeiras ou não – de seus membros. Em mercado religioso competitivo, aberto, como no Brasil, a diversos fornecedores religiosos, pastores cujas igrejas não atendem às suas demandas e expectativas tendem, portanto, a não permanecer. Pastores exemplificam algumas delas (seção 4.1.4). Inserem, aí: eventos sociais (Damião; Humberto; Osvaldo), oportunidade para exercer funções de liderança na igreja (Edmundo; Humberto), amizade, atenção e afeto de seus líderes religiosos (Itamar), além de pastores menos rigorosos (Marcelo). “Hoje, [...] pastor tem que falar baixo [...]. Pastor fala assim: você vai ficar 30 dias [...] sem oportunidade. [O fiel] não fica. [Vai para] outra igreja [onde] não tem disciplina nenhuma” (Marcelo).

O segundo se relaciona às forças de mercado. Tal como salientado por Iannaccone (1998) e Smith (2003), achados de pesquisa sustentam serem as igrejas constrangidas por elas. O terceiro, por sua vez, associa-se à repercussão da competitividade. Evidências

aqui obtidas reforçam reflexões de Finke (1997), Iannaccone (1995, 1997), Iannaccone *et al.* (1997) e Warner (1993). Salientam como a concorrência entre igrejas neopentecostais fortalece a economia religiosa e impulsiona o envolvimento dos indivíduos. O vigoroso crescimento da comunidade evangélica nos últimos anos pode ser apontado como possível evidência disto. Ao mesmo tempo, intensifica o ativismo dos pastores. Neste sentido, seus atributos empreendedores seriam, em grande parte, derivados e/ou impulsionados por ela. Com efeito, o robustecimento da competitividade congregacional seguramente obrigou os pastores a desenvolverem e aguçarem sua capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, assunção de riscos e autonomia.

Finalmente, a décima segunda constatação corrobora reflexões de Pearce *et al.* (2010). Tal como salientado pelos autores, investigar o comportamento empreendedor em congregações religiosas, em pastores neopentecostais, em particular, demonstrou-se, aqui, uma iniciativa valiosa. De fato, evidências obtidas parecem sustentar a proposição de que igrejas se beneficiam dos atributos empreendedores de seus pastores. Suas habilidades em combinarem, sob distintos graus e intensidades, capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, tomada de risco e autonomia, condicionando com estes parte do desempenho de seus empreendimentos, certamente consolida a proposição de Pearce *et al.* (2010) sobre se o comportamento empreendedor de pastores pode ser compreendido como fonte de vantagem competitiva das igrejas. O de neopentecostais, sim. Dados reforçam a plausibilidade teórica de que o comportamento empreendedor de tais pastores contribui e/ou influencia sua capacidade de mobilização e o desempenho de suas igrejas (Gracino Junior, 2008; Mariano, 2003, 2008, 2013). Neste sentido, pastores neopentecostais com maior orientação empreendedora distinguiriam seus empreendimentos em relação aos demais.

Diferentes reflexões adicionais, derivadas do atributo empreendedor dos pastores, inserem-se aí. Uma delas, de particular relevância, refere-se aos objetivos de seus comportamentos. A exemplo do sustentado por Hervieu-Léger (2008), Mariano (2003), Pierucci (2008) e Prandi (1996 1999), pastores aqui investigados buscam neles conseguir mais recursos e fieis. No entanto, achados de pesquisa demonstraram não serem estas suas únicas metas. Eles vão mais além. Procuram, ao mesmo tempo, manter seus membros, empregando, como já salientado, diferentes estratégias agressivas para isto. Tal proposição projeta luzes para nova compreensão da atuação dos pastores. Complementar à defendida pela literatura atual (Hervieu-Léger, 2008, Mariano, 2003, Pierucci, 2008 e Prandi 1996, 1999), salienta ser esta voltada à busca de três objetivos principais. São eles: i.) conseguir mais recursos financeiros; ii.) obter mais fieis, e; iii.) manter os membros.

Para conquistar o primeiro, salienta Prandi (1996, 2008) como pastores mudam a concepção a respeito do dinheiro e salientam aos fieis como o ato de dá-lo, com a certeza de que ele vai voltar, acrescido, é um gesto de investidor. Evidências empíricas aqui captadas reedificam e complementam tais reflexões (ver seções 4.1.9 e 4.1.10). Sugerem ser a atuação dos pastores muito mais sofisticada, detalhada e sutil que a identificada até o momento pela literatura. Com efeito, dados de pesquisa demonstram como pastores criam e empregam inúmeras táticas racionais e emocionais para extração de dinheiro dos fieis. Cinco delas, não exaustivas, podem ser, aqui, exemplificadas. Com elas, demonstra-se, em parte, como eles exploram dízimos, ofertas, campanhas e votos, criando serviços religiosos, alguns inovadores. A primeira se refere à própria concepção de dízimo. Sustenta Sebastião como pastores interpretam-na de diferentes formas para obterem mais dos fieis. A segunda no controle financeiro exercido sobre eles. Geralmente rigoroso, é

empregado, também, como forma de fazê-los se orgulharem. “Tem gente que tem 13 cartões de dízimos. Nunca faltou um mês. Ele mostra para o outro” (Humberto).

A terceira na definição de fiel. Somente aqueles dizimistas regulares se encaixam nesta categoria. Apenas estes podem assumir funções de liderança ou participar da santa ceia (Fernando; Marcelo). A quarta por meio das ofertas. Pastores estimulam-nas através da pressão social (Humberto; Jeferson) e de mensagens muitas vezes utilitaristas transmitidas aos membros (Wagner). “Deus põe semente nas mãos de quem semeia” (Wagner). A quinta através das campanhas. Realizadas semanalmente, visam, em parte, “aumentar a arrecadação da igreja [...]. Eu nunca vi uma [...] que não seja de dinheiro” (Humberto). Nelas, pessoas, evangélicas ou não, buscam a solução de seus problemas.

É possível observar, na essência destas e de outras práticas, certa dimensão utilitarista dos pastores e fieis. Outros autores já projetaram luzes sobre esta reflexão. Salientaram Corrêa e Vale (no prelo), Hamilton (2009), Iannaccone (1995, 1997), Iannaccone *et al.* (1997), Stark (1999) e Warner (1993) como seus comportamentos se demonstram racionais. Nos primeiros, através de seu caráter otimizador. Nos segundos, por meio de sua mobilidade. De fato, estes foram os encontrados nesta pesquisa. A racionalidade dos pastores se demonstrou, como destacado pela literatura, em sua capacidade para otimizar. Esta pode ser evidenciada, por exemplo, em sua habilidade distintiva para extrair recursos. Diversas estratégias são, por eles, aí aplicadas (seções 4.1.0 e 4.1.10). Já a racionalidade dos fieis se evidenciou, como salientado pelos autores, em sua mobilidade, expressa na facilidade, aqui suscitada, com que eles mudam para igrejas capazes de atenderem às suas necessidades. Eles ficam naquelas cujos benefícios satisfazem-lhes.

Ao mesmo tempo, dados de pesquisa sugerem ser a racionalidade dos fieis expressa, também, em outra possível e ainda não salientada dimensão: a da barganha com

Deus. Com efeito, fieis empregam dinheiro nos dízimos, ofertas, campanhas e votos com a intenção de receberem, em troca, benefícios divinos. “Os cara vai (sic) por causa da campanha, pra receber” (Damião). Exemplifica Fernando a fala de um fiel: “oh Deus! Tô (sic) entregando meu dízimo, mas, se o Senhor não mudar a minha situação, eu vou parar”. Nos votos, a permuta implica sacrifício e se volta, principalmente, aos bens materiais (Edmundo). “Eu tô (sic) dando para Deus tanto, e Deus tem a obrigação de me dar” (Itamar). Fundamenta-se na ideia de que se “você dá (sic) 10, Deus devolve 100” (Damião). Se “você dá (sic) cinco mil para Deus, Ele vai te dar 50 mil” (Abelardo).

Tais constatações sobre o utilitarismo e a racionalidade de pastores e fieis, algumas inovadoras, possuem duas implicações distintas. Por um lado, reelaboram reflexões de Hamilton (2009), Iannaccone (1995, 1997), Iannaccone *et al.* (1997), Stark (1999) e Warner (1993) sobre comportamento racional de frequentadores religiosos, ampliando a compreensão de argumentos teóricos que interferem sua manifestação. Neste sentido, além da mobilidade, já salientada pelos autores, este se evidenciaria, também, através da barganha religiosa, ainda não enfatizada. Por outro lado, corroboram proposições de Anderson (1988) e McCleary (2008) sobre condutas previsíveis, indicando serem as pessoas racionais nas respostas aos custos e benefícios religiosos. Elas demonstram escolherem racionalmente a igreja e seu grau de participação.

Para conseguir mais fieis, salientam Pierucci (1999, 2006a, 2011) e Prandi (1999, 2008) como pastores buscam-nos de outras religiões, principalmente a católica, subtraindo-nos. Neste sentido, segundo os autores, o crescimento das igrejas evangélicas se daria, principalmente, pela busca da conversão de cada novo indivíduo. De fato, pastores procuram converter novos fieis, empregando, para isto, diferentes estratégias. Muitas delas foram, aqui (seções 4.1.7 e 4.1.8), salientadas de maneira inédita, ampliando reflexões de diversos autores sobre táticas empreendidas pelos pastores para conversão

religiosa (ver, por exemplo: Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003, 2008; Pacheco *et al.*, 2007; Pearce *et al.*, 2010; Pierucci, 1999, 2008; Prandi, 2008). Insere-se, aí, por exemplo, a de mini-igrejas (seção 4.1.8), ainda não enfatizada por pesquisadores da área. No entanto, o crescimento das igrejas neopentecostais não se dá, unicamente, pela conversão de pessoas. Pelo contrário. Dados de pesquisa sugerem a proposição, original na literatura e complementar à sustentada por Pierucci (1999, 2006a, 2011) e Prandi (1999, 2008), de que a busca por fieis ocorre, em grande parte, por meio do proselitismo, da disputa concorrencial pelos próprios evangélicos. Esta é importante constatação adicional. É neste que se encontraria algumas das práticas mais evidentes, das mais empreendidas pelos pastores. Com efeito, são diversas estratégias para extração de fieis das igrejas concorrentes (ver seção 4.1.2). Entre pastores, é comum frases do tipo: “fulano [...] tá (sic) tirando [...] ovelha do meu aprisco. [...] Eles estão pescando no aquário do outro” (Valdomiro).

A **Tabela 30**, a seguir, condensa a análise desta seção. Apresenta, na primeira coluna, proposições teóricas de referência e os respectivos autores. Na última, delinea análises derivadas da comparação e extrapolação das evidências empíricas (seções 4.1 e 4.2) aos modelos analíticos da tese. Desta, corrobora, corrobora e amplia e refuta e reelabora, na segunda coluna, proposições teóricas de interesse, associadas às igrejas como empreendimentos, aos pastores como empreendedores.

Tabela 30

**Proposições, autores e análises sobre igrejas como empreendimentos**

<b>Proposições Teóricas   Autores de Interesse</b>		<b>Evidências   Análises Empíricas</b>
Comportamentos empreendedores variam independentemente uns dos outros. Podem apresentar efeitos diferenciados, característicos;  (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon <i>et al.</i> , 2000)	<b>Corroborada</b>	Comportamentos empreendedores dos pastores neopentecostais variam independentemente uns dos outros. Podem apresentar efeitos diferenciados, característicos;
Desempenho de empresas e empreendedores está associado à integração total ou parcial dos comportamentos empreendedores;  (Covin & Wales, 2012; Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996)	<b>Corroborada</b>	Desempenho de pastores e igrejas neopentecostais aparenta estar associado à integração total ou parcial dos comportamentos empreendedores;
Orientação empreendedora se caracteriza por várias combinações  (Lumpkin & Dess, 1996)	<b>Corroborada</b>	Orientação empreendedora de pastores neopentecostais pode se caracterizar por várias combinações;
Dois fatores influenciam a adoção dos comportamentos empreendedores: i.) oportunidades almejadas pelos empreendedores, e; ii.) contextos internos e externos de atuação;  (Lumpkin & Dess, 1996)	<b>Corroborada</b>	Dois fatores influenciam a adoção dos comportamentos empreendedores dos pastores: i.) suas oportunidades almejadas, e; ii.) contextos internos e externos de atuação;
Organizações religiosas podem ser inovadoras e criativas;  (Pearce <i>et al.</i> , 2010)	<b>Corroborada</b>	Igrejas neopentecostais, mesmo as pequenas, podem ser inovadoras e criativas.
Proatividade está negativamente associada ao desempenho das igrejas. Sua manifestação é interpretada como desrespeito, afronta e ruptura à tradição das congregações. Ela é desencorajada pelas instituições religiosas;  (Pearce <i>et al.</i> , 2010)	<b>Refutada</b> + <b>Reelaborada</b>	Proatividade está positivamente associada ao desempenho das igrejas neopentecostais. Sua manifestação não é interpretada como desrespeito, afronta e ruptura à tradição das congregações. Ela é estimulada/encorajada pelas instituições/pastores evangélicos.
Agressividade competitiva como comportamentos voltados à expansão da participação de mercado de dada instituição. Visa crescimento em mercados existentes;  (Pearce <i>et al.</i> , 2010; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon <i>et al.</i> , 2000; Pearce <i>et al.</i> , 2010; Wang, 2008).	<b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b>	Agressividade competitiva como comportamentos voltados à manutenção e, também, à expansão da participação de mercado de dada instituição. Visa sustentação e crescimento em mercados existentes;

Continua

Tabela 30 (continuação)

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
<p>Igrejas adotam práticas competitivas para manter e crescer sua filiação. Estas variam de sutis a manifestas;</p> <p>(Pearce <i>et al.</i>, 2010)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Igrejas neopentecostais adotam práticas competitivas para manter e crescer sua filiação. Estas variam de sutis a, sobretudo, manifestas;</p>
<p>Capacidade de assumir riscos e incertezas pode ser encorajada pela crença na glória divina. Possui potencial para resultados excepcionais, principalmente em configurações onde comportamentos previsíveis são tipicamente altos, como em igrejas;</p> <p>(Nwankwo &amp; Gbadamosi, 2013; Pearce <i>et al.</i>, 2010)</p>	<b>Refutada</b> + <b>Reelaborada</b>	<p>Capacidade de assumir riscos e incertezas de pastores neopentecostais não é encorajada pela crença na glória divina. Outros fatores impulsionadores, tais como competitividade congregacional e crescimento das igrejas, inserem-se aí. Embora capacidade de assumir riscos possua potencial para resultados eventualmente excepcionais, estes não derivam de configurações previsíveis;</p>
<p>Autonomia pode aumentar a capacidade de resposta das igrejas aos imperativos ambientais. Pode torná-las capazes de identificar, desenvolver e iniciar mudanças em seus programas e atividades;</p> <p>(Pearce <i>et al.</i>, 2010)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Autonomia pode aumentar a capacidade de resposta das igrejas neopentecostais aos imperativos ambientais. Pode torná-las capazes de identificar, desenvolver e iniciar mudanças em seus programas e atividades;</p>
<p>Assunção de riscos, proatividade e agressividade competitiva não fornecem contribuições para o desempenho das igrejas;</p> <p>(Pearce <i>et al.</i>, 2010)</p>	<b>Refutada</b> + <b>Reelaborada</b>	<p>Assunção de riscos, proatividade e agressividade competitiva fornecem contribuições para o desempenho das igrejas neopentecostais;</p>
<p>Capacidade de inovação e autonomia estão mais fortemente relacionadas ao desempenho das igrejas que proatividade, assunção de riscos e agressividade competitiva;</p> <p>(Pearce <i>et al.</i>, 2010)</p>	<b>Refutada</b> + <b>Reelaborada</b>	<p>Proatividade, Agressividade Competitiva, Assunção de Riscos e Autonomia aparentam estarem mais fortemente relacionadas ao desempenho das igrejas neopentecostais que Capacidade de Inovação. Destas, a Agressividade Competitiva e a Autonomia se demonstram as mais evidentes.</p>
<p>Congregações não valorizam a competitividade interdenominacional ou intercongregacional;</p> <p>(Pearce <i>et al.</i>, 2010)</p>	<b>Refutada</b> + <b>Reelaborada</b>	<p>Igrejas neopentecostais valorizam a competitividade interdenominacional ou intercongregacional. Dão-nas importância;</p>
<p>Grupos religiosos dependem de sua capacidade em atender às necessidades de seus públicos para sobreviver;</p> <p>(Finke, 1997; Frigerio, 2008; Gracino Junior, 2008; Iannaccone <i>et al.</i>, 1997; Iannaccone <i>et al.</i>, 1998; Mariano, 2003; McCleary, 2011)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Igrejas neopentecostais dependem unicamente de sua capacidade em atender às necessidades de seus públicos para sobreviver;</p>

Continua

Tabela 30 (continuação)

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
Forças de mercado constroem igrejas da mesma maneira que empresas seculares;  (Iannaccone, 1998; Smith, 2003)	<b>Corroborada</b>	Forças de mercado constroem igrejas neopentecostais;
Competividade/oferta: i.) fortalece a economia religiosa; ii.) intensifica o ativismo dos produtores. Implica-lhes mobilizarem e satisfazerem públicos distintos, e; iii.) impulsiona o envolvimento/engajamento dos indivíduos;  (Gracino Junior, 2008; Finke, 1997; Frigerio, 2008; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone <i>et al.</i> , 1997; Iannaccone <i>et al.</i> , 1998; Mariano, 2003, 2008; Pierucci, 1999; Warner, 1993)	<b>Corroborada</b>	Competividade/oferta: i.) fortalece a economia religiosa; ii.) intensifica o ativismo dos pastores neopentecostais. Implica-lhes mobilizarem e satisfazerem públicos distintos, e; iii.) impulsiona o envolvimento/engajamento dos indivíduos.
Investigar o comportamento empreendedor no contexto de congregações religiosas é uma iniciativa valiosa. Estas se beneficiam dos comportamentos empreendedores dos pastores;  (Pearce <i>et al.</i> , 2010)	<b>Corroborada</b>	Investigar o comportamento empreendedor no contexto de igrejas neopentecostais se demonstra uma iniciativa valiosa. Estas se beneficiam dos comportamentos empreendedores dos pastores;
Comportamento empreendedor dos pastores atua como fonte de vantagem competitiva ou de renovação estratégica das igrejas;  (Pearce <i>et al.</i> , 2010)	<b>Corroborada</b>	Comportamento empreendedor dos pastores neopentecostais pode ser compreendido como fonte de vantagem competitiva ou de renovação estratégica das igrejas;
Capacidade mobilizadora dos pastores determina o desempenho de suas igrejas;  (Gracino Junior, 2008; Mariano, 2003, 2008, 2013)	<b>Corroborada</b>	Capacidade mobilizadora dos pastores neopentecostais determina o desempenho de suas igrejas;
Pastores almejam em seu comportamento dois objetivos principais: i.) conseguir mais recursos, e; ii.) fiéis;  (Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 2008; Prandi, 1996, 1999)	<b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b>	Pastores neopentecostais almejam em seu comportamento três objetivos principais: i.) conseguir mais recursos financeiros; ii.) obter mais fiéis, e; iii.) manter os membros;
Para conseguir recursos, pastores: i.) mudam a concepção a respeito do dinheiro e dos bens materiais, e; ii.) salientam aos fiéis como o ato de dar dinheiro, com a certeza de que ele vai voltar, acrescido, é um gesto de investidor;  (Prandi, 1996, 2008)	<b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b>	Para conseguir recursos, pastores neopentecostais: i.) mudam a concepção a respeito do dinheiro e dos bens materiais; ii.) salientam aos fiéis como o ato de dar dinheiro, com a certeza de que ele vai voltar, acrescido, é um gesto de investidor, e; iii.) criam e empregam inúmeras táticas racionais e emocionais para extração de dinheiro dos fiéis;

Continua

Tabela 30 (continuação)

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
<p>Comportamento religioso é racional. Sinais são obtidos nos frequentadores e produtores da religião. Nos primeiros, por meio de sua mobilidade. No segundo, através de seu caráter otimizador;</p> <p>(Hamilton, 2009; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone <i>et al.</i>, 1997; Stark, 1999; Warner, 1993).</p>	<p><b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b></p>	<p>Comportamento religioso é racional. Sinais são obtidos nos fieis e pastores neopentecostais. Nos primeiros, por meio de sua: i.) mobilidade, e; ii.) prática de barganha com Deus. Nos segundos, através de seu caráter otimizador;</p>
<p>Pessoas respondem aos custos e benefícios religiosos de maneira previsível, observável, escolhendo racionalmente a religião e seu grau de participação e crença;</p> <p>(Anderson, 1988; McCleary, 2008, 2011; Smith, 2003)</p>	<p><b>Corroborada</b></p>	<p>Membros de igrejas neopentecostais respondem aos custos e benefícios religiosos de maneira previsível, observável, escolhendo racionalmente a religião e seu grau de participação e crença;</p>
<p>Para conseguir fieis, pastores subtraem-nos de outras religiões. O crescimento das igrejas neopentecostais se dá pela busca da conversão de cada indivíduo. O alvo imediato é os membros da igreja católica;</p> <p>(Pierucci, 1999, 2006a, 2011; Prandi, 1999, 2008)</p>	<p><b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b></p>	<p>Para conseguir fieis, pastores neopentecostais: i.) subtraem-nos de outras religiões, convertendo-os, principalmente, da católica, e; ii.) buscam, por meio de agressivo proselitismo, membros de outras igrejas evangélicas;</p>
<p>Diferentes técnicas de conversão são aplicadas pelos pastores. Seis são destacadas pela literatura. São elas: i.) atuar como ativos militantes religiosos; ii.) moldar produtos e serviços às necessidades dos fieis; iii.) solucionar dificuldades das pessoas; iv.) copiar bens de salvação; v.) adotar técnicas publicitárias e estratégias de marketing, e; vi.) prometer milagres religiosos.</p> <p>(Hamilton, 2009; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003, 2008; Pacheco <i>et al.</i>, 2007; Pearce <i>et al.</i>, 2010; Pierucci, 1999, 2008; Prandi, 2008)</p>	<p><b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b></p>	<p>Diferentes técnicas de conversão são aplicadas pelos pastores neopentecostais. Dezesesseis se demonstram evidentes. São elas: i.) atuar como ativos militantes religiosos; ii.) moldar produtos e serviços às necessidades dos fieis; iii.) ajudar não evangélicos; iv.) copiar bens de salvação; v.) adotar técnicas de comunicação e de marketing; vi.) prometer milagres religiosos, explorando-os comercialmente; vii.) enfatizar os benefícios da “família evangélica”; viii.) colocar-se como manifestação de Deus; ix.) incitar o desejo pela experiência da conversão; x.) demonstrar aos não evangélicos os benefícios da conversão; xi.) criar mini-igrejas; xii.) formar novas lideranças; xiii.) promover encontros de casais e de jovens; xiv.) Evangelizar de porta em porta; xv.) promover eventos em praças públicas, e; xvi.) Realizar atividades sociais;</p>

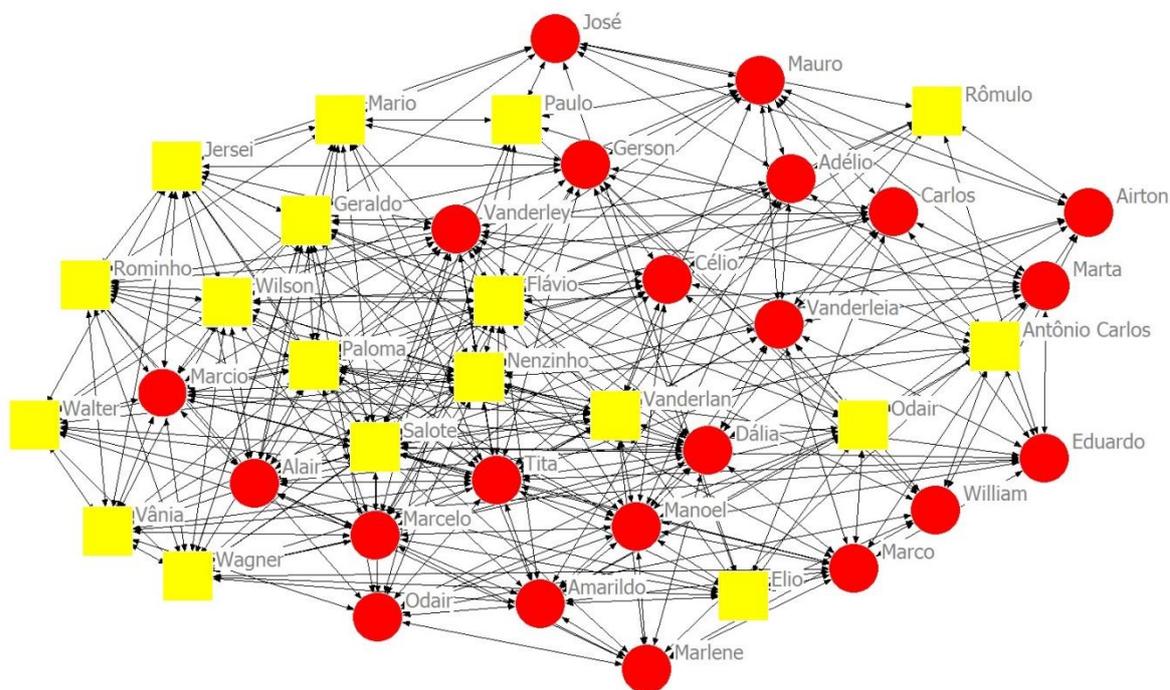
#### 4.4) Análise dos pastores e das igrejas como plataformas relacionais

Esta seção analisa os pastores e suas respectivas igrejas como arcabouços sociais. Subdivide-se em duas. A primeira (4.4.1), associada ao âmbito micro, avalia a estrutura relacional individual, as transformações nas redes sociais dos indivíduos após e devido suas conversões religiosas, em particular. Destacam-se, aí, o relativo afastamento dos e pelos laços adscritos, incluindo-se os familiares e os de amizade, e a respectiva dedicação dos entrevistados aos seus vínculos religioso-congregacionais, priorizando-os. A segunda (4.4.2), por sua vez, relaciona-se ao nível meso. Analisa as estruturas sociais das igrejas e, a partir daí, como suas capacidades distintivas em obterem adequado equilíbrio do *strictness* e do acoplamento e desacoplamento sociais proporcionam-lhes atributos fundamentais aos seus próprios desenvolvimentos.

#### ***4.4.1) Análise da estrutura relacional individual***

A análise das estruturas sociais dos indivíduos relativas aos períodos anterior, durante e posterior às suas conversões religiosas permite a obtenção de importantes constatações. Três delas podem ser destacadas. A primeira se relaciona às transformações no arcabouço social. Tal como sustentado por Pacheco *et al.* (2007), Pierucci (2006a, 2006b) e Prandi (2008), conversão religiosa implica, pelos indivíduos, parcial desvinculação de seus laços adscritos. Com efeito, salienta Edmundo, por exemplo, como “a mudança foi radical. Foi, verdadeiramente, de 360% (sic). Mudou tudo” (Edmundo). Ele teve que “começar do zero. Refizemos (sic) outro vínculo de amizade. [...] Aqueles que chegavam lá em casa com duas garrafas de cerveja na mão, passou (sic) a chegar com um litrinho (sic) de Coca-Cola” (Edmundo). De fato, dados empíricos aqui obtidos corroboram a natureza desta reflexão. Quando convertem, indivíduos desvinculam-se parcialmente de suas relações anteriores.

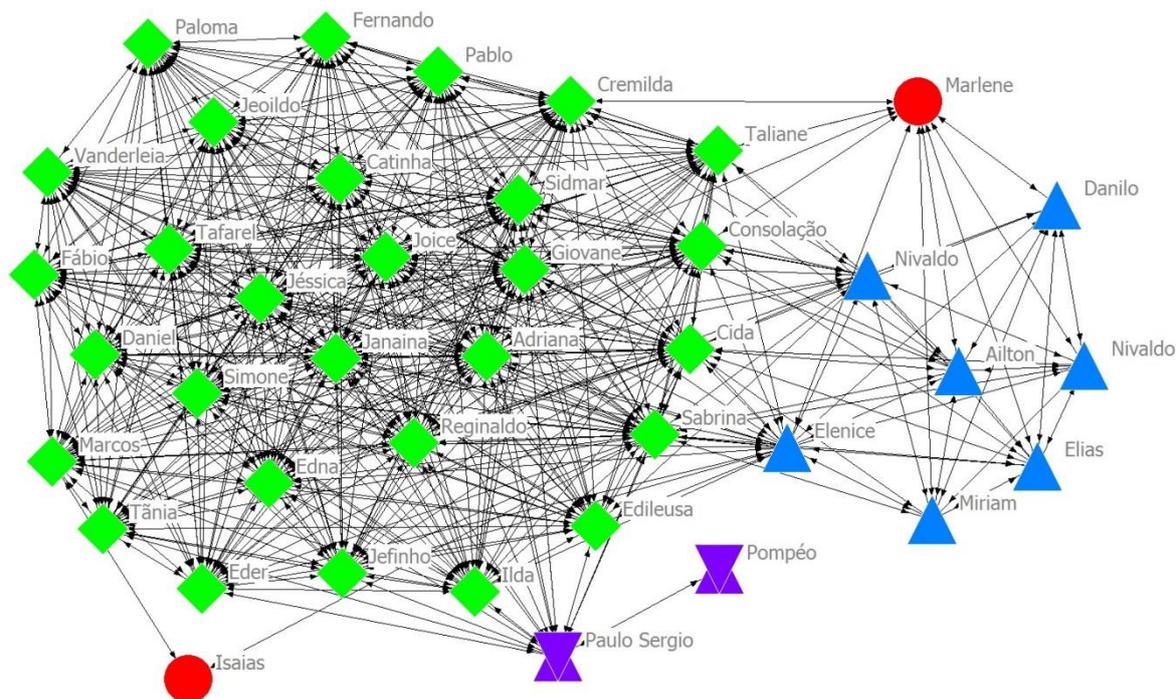
O pastor Abelardo é exemplo claro disto. A **Figura 3**, apresentada a seguir, ilustra, por meio de sociograma, sua estrutura social relativa ao período anterior à conversão.



**Figura 3.** Grafo representativo da estrutura social de Abelardo antes da conversão.

Na **Figura 3**, os nós identificam atributo de rede construído segundo “grupos de relacionamentos”, sendo: i.) amarelo e quadrado = amigos, e; ii.) vermelho e círculo = colegas de farra.

Note, a partir da **Figura 3**, como Abelardo, antes de se converter, relacionava-se, quase exclusivamente, com integrantes de dois grupos distintos: amigos e colegas de farra. Eram com eles, portanto, que Abelardo dedicava grande parte de suas interações diário-cotidianas. No entanto, sua estrutura social egocêntrica modificou-se radicalmente após a conversão, conforme pode ser observado a partir da **Figura 4**, apresentada a seguir.



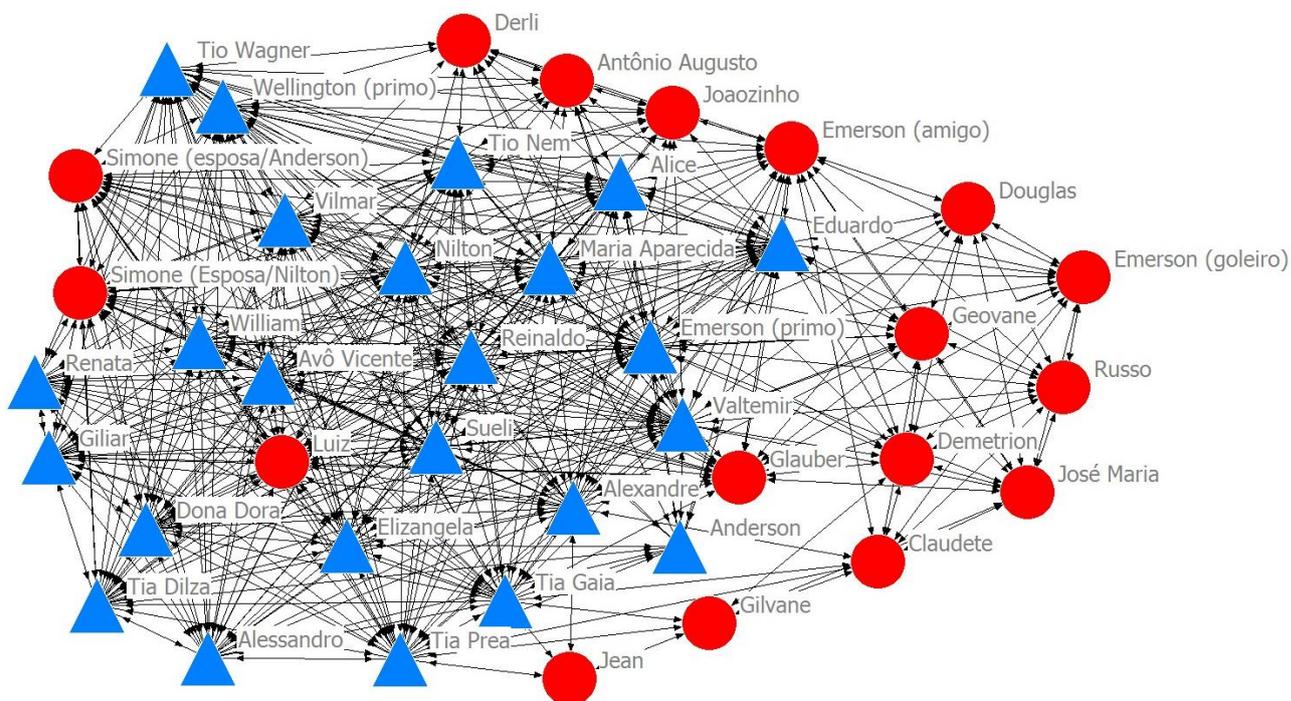
**Figura 4.** Grafo representativo da estrutura social de Abelardo após a conversão.

Na **Figura 4**, os nós identificam atributo de rede construído segundo “grupos de relacionamentos”, sendo: i.) vermelho e círculo = colegas de farra; ii.) verde e diamante = membros da igreja; iii.) azul e triângulo = integrantes da família, e; iv.) roxo e duplo triângulo = pastores.

Observe (**Figura 4**) como, à exceção de Marlene, cujo contato manteve-se desde antes da conversão, Abelardo deixou de relacionar-se com os antigos amigos e com os colegas de bagunça. Passou, após a mudança religiosa, a se interagir com integrantes da família, com pastores evangélicos e, sobretudo, com membros de sua igreja. De fato, atualmente, das 40 pessoas de maior contato, 29, 73% delas, são formadas por integrantes da igreja, indicando a relevância destacada desde grupo na estrutura social do pastor.

Movimento similar de modificação do arcabouço relacional pode ser observado com Jeferson. À exemplo de Abelardo, ele transformou quase completamente sua rede de relacionamentos após a conversão, valorizando, a partir dela, laços religiosos expressos nas interações com demais pastores e com os membros da igreja. No entanto, diferentemente de Abelardo, cujos relacionamentos anteriores à conversão se destinavam aos amigos e colegas de farra – em que nem todos eram fundamentalmente formados por laços fortes –, os de Jeferson derivavam de amigos e, principalmente, da estrutura

familiar, de tios e primos, como pode ser observado a partir da **Figura 5** apresentada a seguir.

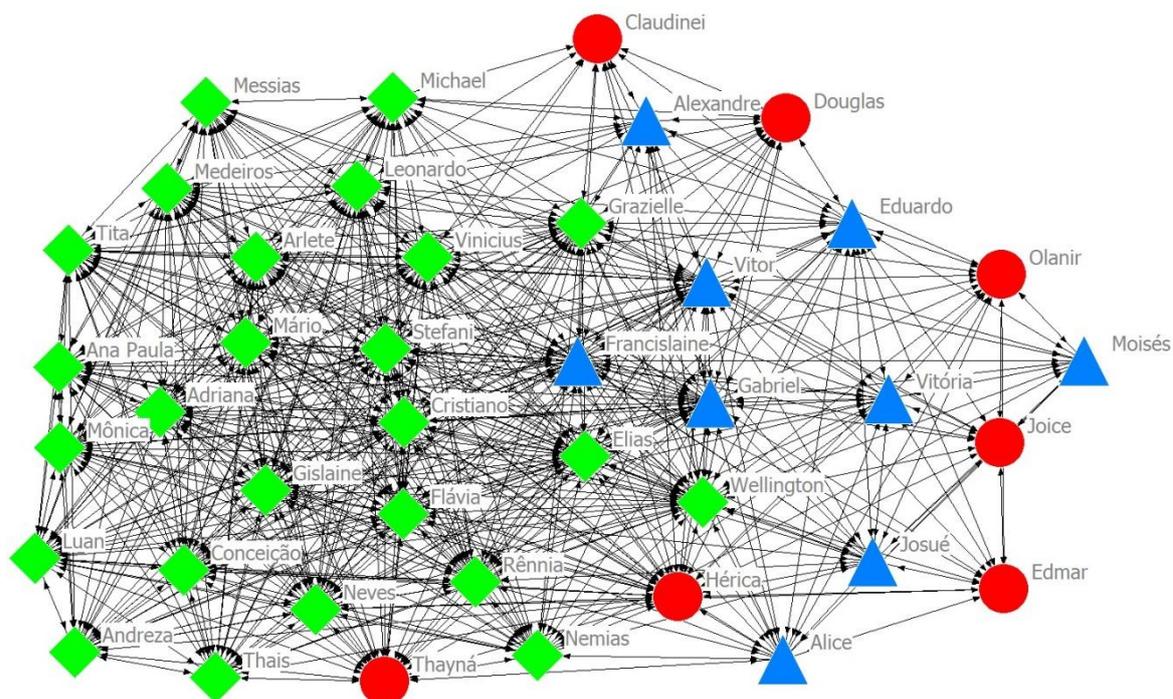


**Figura 5.** Grafo representativo da estrutura social de Jeferson antes da conversão.

Na **Figura 5**, os nós identificam atributo de rede construído segundo “grupos de relacionamentos”, sendo: i.) vermelho e círculo = colegas de farra, e; ii.) azul e triângulo = integrantes da família.

Note (**Figura 5**) como Jeferson, antes de se converter, relacionava-se, em grande medida, com integrantes da família e com amigos pessoais, formados, de maneira geral, por fortes interações. Sua estrutura social era relativamente densa<sup>20</sup> (0.741), facilitando a circulação de recursos e o controle social (Hanneman & Riddle, 2005). Ainda assim, depois da conversão, por motivações religiosas, ele desvinculou-se parcialmente dela, formando (**Figura 6**), principalmente com membros da igreja, novo arcabouço relacional, ainda mais denso (0.865). Atualmente, dos 40 relacionamentos sustentados pelo pastor, 25 deles, 63%, são com membros da igreja.

<sup>20</sup> “Se uma rede social consiste de  $n$  nós, como as pessoas, [...], a ‘densidade’ é a proporção de  $n(n-1)/2$  possíveis conexões entre esses nós que estão atualmente presentes” (Granovetter, 2005, p. 34, tradução nossa)



**Figura 6.** Grafo representativo da estrutura social de Jeferson após a conversão.

Na **Figura 6**, os nós identificam atributo de rede construído segundo “grupos de relacionamentos”, sendo: i.) vermelho e círculo = colegas de farra; ii.) verde e diamante = membros da igreja, e; iii.) azul e triângulo = integrantes da família.

A comparação entre as transformações das estruturas sociais de Abelardo e de Jeferson suscita, em caráter adicional, duas constatações importantes. Ambas se relacionam à parcial desvinculação de laços adstritos. A primeira é a de que ela independe da natureza dos indivíduos que compõem a rede original. Isto é, ocorre a partir de arcabouços relacionais originalmente diferenciados. Com efeito, enquanto o de Abelardo era constituído, sobretudo, por amigos e colegas de farra, o de Jeferson era formado por membros da família e amigos pessoais. A segunda é a de que ela não precisa advir de redes anteriormente pouco densas. De fato, o exemplo de Jeferson é evidência clara disto.

Em essência, todos os pastores cujos dados sociométricos foram coletados desvincularam-se, a exemplo de Abelardo e de Jeferson, de suas relações anteriores, de seus laços adstritos. A **Tabela 31**, a seguir, detalha a natureza deste argumento. Apresenta, com base em levantamento do número de pessoas referentes aos períodos

anterior e posterior à conversão, a distribuição percentual associada aos grupos de relacionamentos.

Tabela 31

**Distribuição percentual dos grupos de relacionamento de cada pastor**

GRUPOS	A_Abelardo	D_Abelardo	A_Benedito	D_Benedito	A_Jeferson	D_Jeferson	A_Kaio	D_Kaio
Família	0%	18%	38%	40%	60%	23%	48%	55%
Amigo	55%	5%	30%	30%	40%	18%	23%	8%
Colega de farra	45%	0%	33%	0%	0%	0%	25%	0%
Igreja	0%	73%	0%	25%	0%	60%	0%	30%
Pastor	0%	5%	0%	5%	0%	0%	0%	8%
Colega de trabalho	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
Colega de escola	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>CORRELAÇÃO Spearman;(p-valor)</b>	<b>-0,19</b>	p=0,69	<b>0,27</b>	p=0,48	<b>0,54</b>	p=0,21	<b>0,05</b>	p=0,91

**Continua**

Tabela 31 (continuação)

GRUPOS	A_Napoleão	D_Napoleão	A_Teodoro	D_Teodoro	A_Ulisses	D_Ulisses	A_PASTOR	D_PASTOR
Família	5%	38%	90%	43%	20%	13%	37%	33%
Amigo	75%	5%	10%	0%	80%	15%	45%	11%
Colega de farra	0%	0%	0%	0%	0%	0%	15%	0%
Igreja	0%	33%	0%	45%	0%	28%	0%	42%
Pastor	0%	25%	0%	10%	0%	45%	0%	14%
Colega de trabalho	20%	0%	0%	3%	0%	0%	3%	0%
Colega de escola	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>CORRELAÇÃO Spearman;(p-valor)</b>	<b>0,02</b>	p=0,96	<b>0,09</b>	p=0,84	<b>0,18</b>	p=0,68	<b>-0,08</b>	p=0,87

Nota. (A= antes ; D = Depois da conversão)

Observe (**Tabela 31**) como, antes da conversão, as interações dos entrevistados concentravam-se, fundamentalmente, com as pessoas da família (37%), com os amigos (45%) e com os colegas de farra (15%). Após ela, no entanto, introduziram-se membros

de dois novos agrupamentos – os da igreja (42%) e os pastores (14%) –, responsáveis, em conjunto, por mais de 50% do percentual de suas relações. Note, daí, a transformação das estruturas pós-conversão dos pastores em relação ao período anterior. Para evidenciá-la, além dos indicadores percentuais, já demonstrados, utilizou-se, também, em caráter adicional, o coeficiente de correlação de Spearman. Através dele, foi possível identificar a existência de associações entre postos, gerados em função da quantidade de membros imersos em cada grupo relacional. Os resultados demonstraram-se não significativos, com p-valor – isto é, probabilidade de erro ao rejeitar a hipótese nula<sup>21</sup> (Bisquerra, Sarriera, & Martínez, 2004) – superior a 5% (Siegel, 1975). Quanto menor for o valor de p, maior a probabilidade de a hipótese nula ser falsa (Bisquerra *et al.*, 2004).

Tal indicador sustenta não haver evidências para admitir correlações entre composições das estruturas apresentadas antes e depois da conversão. Isto é, não há associações e/ou semelhanças entre ambas as redes sociais. Disto resulta a comprovação de que os indivíduos, após suas conversões, transformam, quase completamente, seus arcabouços relacionais. Este efeito pode ser observado no conjunto dos pastores e, por conseguinte, em cada entrevistado. De fato, observe o caso do pastor Ulisses. A Tabela 32, a seguir, detalha os cálculos relativos às modificações de suas estruturais sociais.

Tabela 32

**Coefficiente de Spearman relativo à estrutura social do pastor Ulisses**

ANTES	DEPOIS	Postos_Antes	Postos_Depois	di	(di) <sup>2</sup>
0,20	0,13	6	4	2	4
0,80	0,15	7	5	2	4
0,0	0,0	3	2	1	1

**Continua**

<sup>21</sup> Neste estudo, a hipótese  $H_0$  = correlação = zero: a estrutura de relacionamento antes da conversão difere daquela referente ao período depois da conversão. Hipótese alternativa  $H_1$ : a estrutura de relacionamento antes da conversão não difere significativamente daquela relativa ao período depois da conversão.

Tabela 32 (continuação)

ANTES	DEPOIS	Postos_Antes	Postos_Depois	di	(di) <sup>2</sup>
0,0	0,28	3	6	-3	9
0,0	0,45	3	7	-4	16
0,0	0,0	3	2	1	1
0,0	0,0	3	2	1	1
Total					36

Observe como o número de empates “Antes da Conversão” foi de 5. Logo, o fator de correção(T) =  $(5^3 - 5)/12 = 10$ . Ao mesmo tempo, observou-se, apenas, uma sequência de postos empatados. Desta maneira,  $\sum T = 10$  (para o X). Já em relação à “Depois da Conversão”, o número de empates foi de 3. Fator de correção =  $(3^3 - 3)/12 = 2 \Rightarrow \sum T = 2$  (para o Y).

$$\sum x^2 = (7^3 - 7)/12 - 10 = 18$$

$$\sum x^2 = (7^3 - 7)/12 - 2 = 26$$

Logo, o coeficiente de correlação de Spearman será:

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

$$r_s = (18 + 26 - 36)/(2 * ((18 * 26))^{0,5}) = 0,1849$$

Para  $n > 10$ , salienta Siegel, o teste de  $r_s$  deve ser o  $t$  de *student*, apresentado na fórmula a seguir:

$$t = r_s \sqrt{\frac{N - 2}{1 - r_s^2}}$$

Ao se substituir os valores:

$$t = 0,1849 * \sqrt{((7 - 2)/(1 - 0,1849^2))} = 0,4207$$

$$\mathbf{P\text{-valor} = 0,69}$$

Esta modificação das estruturas, expressa, como aqui demonstrado, na desvinculação dos laços adstritos e no simultâneo acoplamento em redes religiosas, pode ser explicada por dinâmica composta por duas faces distintas e complementares. A primeira ultrapassa esfera intencional dos entrevistados. Refere-se a afastamento promovido pelos relacionamentos próximos. Com efeito, quando se converteram, amigos e familiares acabaram por distanciarem-se. “As pessoas se distanciam de você” (Napoleão). “Quando a gente [...] abraça a fé, [...] fica até chato falar, mas, as pessoas evitam a gente” (Ulisses). “Infelizmente, a gente sente isso. Aquela rejeição. [...] Esses amigos meus que tinha (sic) no mundão, todos se afastaram. [...] Fazer o quê?” (Ulisses). Salienta Humberto, por exemplo, como ficou “anos sem conversar com [o] irmão” (Humberto). Como, para Jeferson, “a família [foi] a mudança mais marcante [...]. Nem no meu casamento eles (sic) vieram” (Jeferson). Tal afastamento dos amigos e familiares possui aos entrevistados diferentes interpretações. Inserem-se, aí, a ideia de que a luz incomoda as trevas (Edmundo; Fernando; Leonardo). Segundo Edmundo, “têm pessoas que não querem aceitar essa luz”; opções religiosas divergentes (Edmundo). “Começou (sic) foi a chamar a gente de doido. Parou o convívio” (Edmundo); renegação (Jeferson). “Eles consideram que os evangélicos são chatos, que reivindicam a verdade” (Jeferson); manifestação demoníaca (Edmundo; Valdomiro). Sustenta Valdomiro como “o próprio diabo coloca a pessoa contra a outra. O inimigo leva as pessoas a se distanciarem da gente” (Valdomiro), entre outras motivações detalhadas na seção 4.2.1.3.1.

A segunda, por sua vez, relaciona-se a comportamento voluntário. Os próprios entrevistados, de maneira análoga, também afastaram-se dos amigos e familiares. “Na maioria das vezes, as pessoas jogam a culpa nos outros. Mas, o [distanciamento] foi, também, da minha parte” (Edmundo). As [...] que eu mais me afastei foi (sic) a família” (Humberto). “A gente vem prum (sic) lado, eles vão pro outro. [...] Nem eles vêm cá (sic), nem a gente vai lá” (Ulisses). “Eles não vêm na minha casa, e eu não vou também” (Zulmira). Diferentes motivações, detalhadas na seção 4.2.1.3.2, foram aí justificadas. Destacam-se a necessidade de seguir ensinamentos de Deus (Edmundo; Osvaldo). “Quando converte, a gente tem que tá (sic) dentro da palavra. Eu procurei seguir a palavra de Deus. [...] Eu mesmo comecei a me afastar” (Edmundo); evitar tentações (Damião; Raimundo). “Quando o cara converte ao cristianismo, automaticamente, ele vai afastar daquele povo [...]. A bíblia diz que um abismo chama outro” (Damião); bebida (Kaio; Osvaldo; Zulmira). “A maior parte dos meus colegas bebiam (sic). Então, o ambiente que eles vão (sic) passei a não ir mais. [...] Não é cabível dentro dos princípios que a palavra de Deus me orienta” (Osvaldo), entre outras.

Da reflexão sobre as implicações da conversão religiosa para a parcial desvinculação de laços adstritos deriva segunda constatação de interesse. Associada às relações pós-conversão, corrobora reflexão de Ciscon-Evangelista e Menandro (2011). Tal como sustentado pelos autores, evidências empíricas permitem constatar dedicarem os indivíduos seus vínculos sociais, sobretudo, aos integrantes de grupos evangélicos. “É natural. No almoço, por exemplo, você não convida mais a família. Você convida os irmãos, convida outros pastores” (Humberto). Com efeito, assim foram com os entrevistados. 56% do total de seus relacionamentos após suas conversões foram, em detrimento aos laços familiares, de coleguismo e de amizade, construídos com membros das igrejas e com demais pastores. Salienta Edmundo, por exemplo, como, após converter-se, começou “a fazer amizades com o pessoal da igreja, atraindo as pessoas da igreja, e sendo atraído pelas pessoas da igreja”

(Edmundo). “A gente vai adquirindo novos amigos na fé” (Abelardo). “Vieram centenas e centenas [deles]. Foi um conhecimento triplicado (sic)” (Marcelo). Seis razões, minudenciadas na seção 4.2.1.3.3, explicam a consideração privilegiada dos convertidos pelas interações religiosas.

A primeira é o ensinamento bíblico (Abelardo; Damião; Edmundo; Marcelo; Raimundo). Sustenta Abelardo como após tomar “atitude confessando Jesus, você precisa estar junto de pessoas pra te fazer crescer na fé, [...] para você aprender coisas novas” (Abelardo). “Para o cristianismo entrar na mente do ser humano, no coração, [o indivíduo] tem que andar com pessoas que dá (sic) bom exemplo” (Damião). A segunda é adquirir maturidade. A terceira é proximidade social. “Me relacionei (sic), sim, mais com os evangélicos. Comecei a ter mais contatos com eles” (Cristiano). A quarta é a necessidade da presença de Deus. “Pra mim, não importava, tava (sic) no meio da turma lá, eu queria tá (sic) na igreja” (Edmundo). A quinta se deve a mesma mentalidade cristã. “É mais agradável tá (sic) no meio de uma pessoa que tem a mesma mente que você” (Fernando). “O assunto é o mesmo” (Leonardo). Por isso, “procurei ter só amigos evangélicos. Precisava ter (sic) pessoas que tivessem a mesma maneira de pensar, a mesma fé, pra ter comunhão” (Itamar). Finalmente, a sexta se associa a análogo contexto de vida. “Se você está na igreja, você vai viver com pessoas que vivem Jesus” (Edmundo). “A convivência [...] tá (sic) dentro desse ciclo [evangélico], justamente porque a vivência está assim” (Napoleão). É reflexo do “estilo de vida que você tá (sic) levando” (Raimundo). Logo, dados de campo permitem corroborar reflexões de diversos autores (ver, por exemplo: Ciscon-Evangelista e Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Prandi, 2008; Scott & Cantarelli, 2004) sobre a capacidade distintiva das pertenças confessionais em determinar as redes de sociabilidade dos evangélicos. As das igrejas neopentecostais demonstraram isto.

No entanto, evidências empíricas permitem avançar ainda mais. Sugerem não apenas dedicarem os convertidos seus vínculos, principalmente, aos grupos evangélicos, como, acima de tudo, valorizarem-nos, dando-nos, em relação aos demais agrupamentos, incluindo, aí, os familiares, importância destacada. Isto é, há precedência das relações religiosa-congregacionais sobre as familiares e de outras naturezas. Sustenta Edmundo, por exemplo, como seu “compromisso principal é com Deus. Depois desse, [...] eu tenho outros compromissos” (Edmundo). As pessoas “não aceitam isso. Ah! Tem festa de família? Sim. Mas, eu tenho compromisso na igreja. Não posso trocar [ele] com festa. Sempre [a] prioridade [é] para as coisas de Deus” (Edmundo). “Às vezes, as filhas dos meus primos vão casar (sic), mas, [devido] à obra de Deus, não posso ir. Não tem como ir. Quando acontecem aniversários, muitas das vezes, não dá pra ir pelo compromisso que tenho na igreja” (Leonardo). Dois atributos de redes ajudam a endossar tal reflexão: centralidade de grau e cliques.

Considerado medida “efetiva da centralidade e poder” dos atores em dada rede (Hanneman & Riddle, 2005, s/p), o primeiro indicador apresenta o índice de centralidade dos nós, destacando àqueles que possuem mais laços suas capacidades distintivas em, de maneiras alternativas, isto é, menos dependente, acessar e mobilizar recursos em toda a estrutura (Hanneman & Riddle, 2005, s/p). Disto resulta estarem os atores mais centrais em posições vantajosas em relação aos demais. Na rede egocêntrica de Jeferson, por exemplo, são os membros da igreja os mais bem localizados, como pode ser observado a partir da **Tabela 33** apresentada a seguir.

Tabela 33

**Centralidade de grau da estrutura pós-conversão de Jeferson**

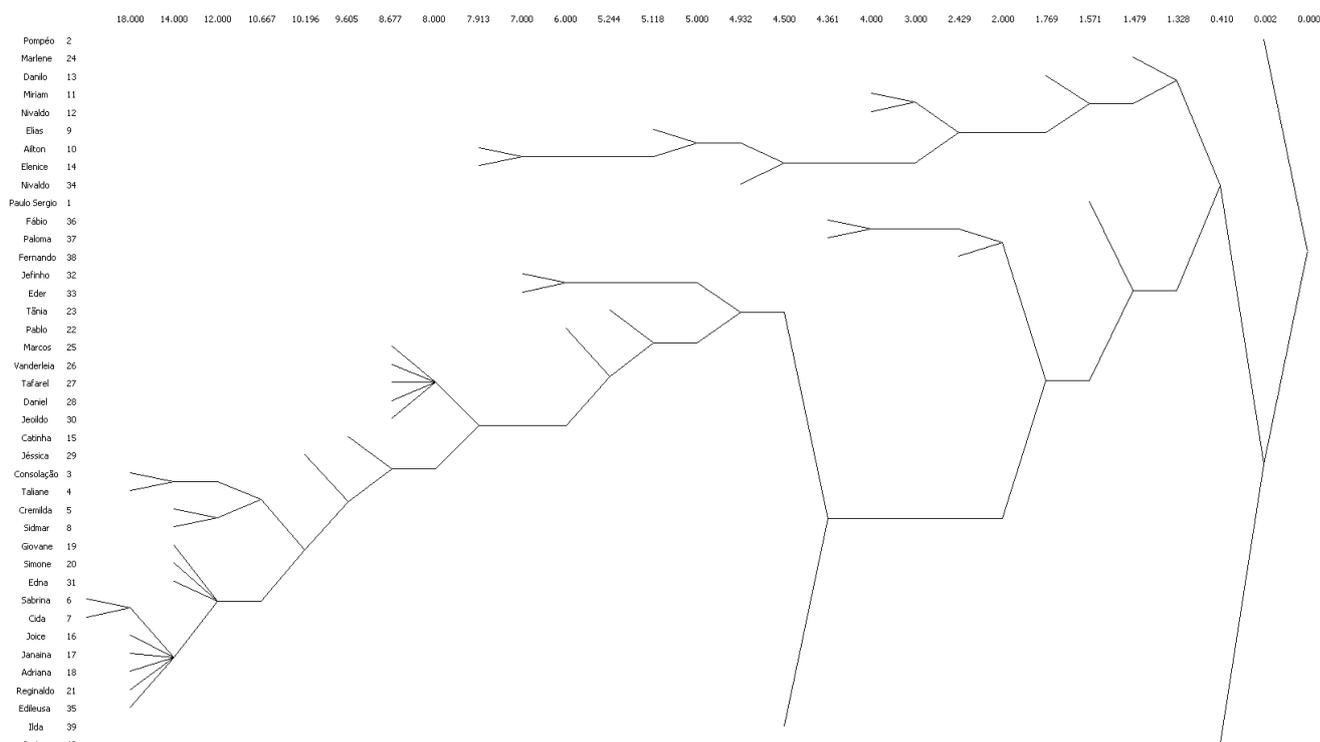
	1	2
Nome	Degree	nDegree
1 Nemias	52.000	1.300
2 Michael	52.000	1.300
3 Grazielle	50.000	1.250
4 Wellington	49.000	1.225
5 Vitor	46.000	1.150
6 Gabriel	45.000	1.125
7 Francis laine	44.000	1.100
8 Neves	42.000	1.050
9 Hérica	42.000	1.050
10 Messias	42.000	1.050
11 Cristiano	42.000	1.050
12 Elias	42.000	1.050
13 Flávia	41.000	1.025
14 Vinicius	40.000	1.000
15 Stefani	40.000	1.000
16 Leonardo	38.000	0.950
17 Rênnia	38.000	0.950
18 Mário	35.000	0.875
19 Medeiros	34.000	0.850
20 Arlete	34.000	0.850
21 Eduardo	34.000	0.850
22 Tita	33.000	0.825
23 Vitória	32.000	0.800
24 Alexandre	32.000	0.800
25 Luan	32.000	0.800
26 Adriana	32.000	0.800
27 Gis laine	32.000	0.800
28 Conceição	32.000	0.800
29 Mônica	32.000	0.800
30 Thayná	31.000	0.775
31 Josué	30.000	0.750
32 Ana Paula	30.000	0.750
33 Alice	28.000	0.700
34 Thais	26.000	0.650
35 Andreza	26.000	0.650
36 Douglas	25.000	0.625
37 Claudinei	20.000	0.500
38 Olanir	18.000	0.450
39 Moisés	15.000	0.375
40 Joice	15.000	0.375
41 Edmar	15.000	0.375

**Nota.:** centralização do gráfico como proporção, não percentagem

Note, a partir da **Tabela 33**, como dos 20 atores mais centrais, 16, sendo os três primeiros, são membros da igreja. Observe, a partir daí, como a natureza da estrutura social sustentada por Jeferson proporciona a estes, em detrimento aos laços familiares e de amizade, influência e vantagens distintas no acesso e na mobilização de importantes recursos. Com

efeito, por estarem proporcionalmente mais centrais, isto é, por possuírem mais laços sociais com diferentes atores do agrupamento egocêntrico, integrantes das igrejas possuem maior poder para influenciar seus contatos e, do mesmo modo, mais alternativas para, de maneira facilitada, obterem seus objetivos. Ao mesmo tempo, dotam-nos de habilidade diferenciada para atuarem como *brokers*, intermediando e, daí desfrutando, conforme seus interesses, das relações de rede.

Insera-se, aí, o atributo de cliques da rede, capaz de ampliar a natureza desta reflexão. Compreendido como “número máximo de atores que possuem todos os laços possíveis presentes entre eles” (Hanneman & Riddle, 2005, s/p), refere-se a subconjuntos de rede em que os atores encontram-se intensivamente conectados entre si, formando “panelinhas” (Hanneman & Riddle, 2005). O menor clique possível é a díade (Hanneman & Riddle, 2005). Ele pode ser ampliado para se tornar mais inclusivo, formando regiões intimamente conectadas (Hanneman & Riddle, 2005), tais como as representadas em dendograma relativo aos subgrupos da estrutura social pós-conversão de Abelardo, apresentada em **Figura 7** a seguir.



**Figura 7.** Dendrograma da estrutura social de Abelardo após a conversão.

Ao todo, foram encontrados 26 cliques. Destes, Sabrina (#6) e Cida (#7), membras da igreja, integram 18 deles, denotando, em relação aos demais, familiares e amigos, suas posições de destaque na estrutura de Abelardo. Por estarem imersas em maior número de subgrupos da rede, elas conseguem, de maneira privilegiada, intermediar, por critérios de interesse pessoal, interações entre pessoas cujos relacionamentos restringem-se aos cliques, estes separados entre si, criando pontes. Ao mesmo tempo, observe, a partir da **Figura 7**, a valorização de Abelardo pelas relações congregacionais, proporcionando-as, ainda que tacitamente, vantagens capazes de possibilitá-las desfrutarem de recursos derivados do posicionamento privilegiado e do poder de intermediação. De fato, são os membros da igreja que integram maior número de cliques, obrigando aos de fora deste grupo a dependerem deles para alcançarem os demais. Com efeito, ao se associarem à Sabrina e Cida os alters #3, #4, #16, #17, #18, #21 e #35 – Consolação, Taliane, Joice, Janina, Adriana, Reginaldo e Edileusa –, todos membros da igreja, respectivamente, eles passam a integrar, juntos, 14 cliques. Se,

ainda, a estes forem incluídos os alters #5, #8, #19, #20, e #31, também integrantes da congregação, passam a participar, em conjunto, de 12 cliques, 46% do total. Note, aí, o papel fundamental da comunidade religiosa na estrutura de Abelardo. Dela, alcançam-se todos os nós de sua rede social.

Em síntese, é possível observar como os convertidos valorizam os laços religioso-congregacionais, dando-lhes primazia sobre os tradicionais, adstritos. Cinco razões, detalhadas na seção 4.2.1.3.4, ajudam a explicar isto. A primeira se refere a ensinamento divino. Salienta Humberto, por exemplo, como a bíblia explica “porque [os evangélicos] são um pouco separados dos outros que não são da igreja, mesmo sendo parentes” (Humberto). A segunda se relaciona à natureza distintiva das relações evangélicas. Com efeito, “um irmão [de fé] é mais do que um parente. Muitas vezes, você faz mais por um irmão do que por um parente” (Humberto). A terceira se relaciona ao período da conversão. Muitos evangélicos suprem na interação congregacional a ausência deixada pelo afastamento familiar. “Tinha hora que sentia falta. Poxa! Numa hora dessa tava (sic) aqui um monte de gente. Agora, não tem ninguém. Eu vou mergulhar na palavra. Vou caçar uma igreja” (Edmundo). A quarta se associa a um desejo divino. Sustenta Napoleão como “fazer a vontade de Deus” implica às pessoas “renegar muita coisa. Renega-se casa, família e emprego” (Napoleão). Finalmente, a quinta se refere à natureza cooperativa das relações congregacionais. Convertidos obtêm nos evangélicos apoio e suporte não encontrados na própria família. “Na hora que eu tava (sic) mais precisando, não foi minha família que me ajudou. Foi a igreja. No momento que eu tava (sic) mais apertado, quem me estendeu a mão foi a igreja, foram os membros da igreja” (Kaio).

A **Tabela 34**, a seguir, condensa a análise desta seção. Apresenta, na primeira coluna, proposições de referência e os autores de interesse. Na última, proposição derivada da comparação e extrapolação analítica das evidências empíricas (seção 4.2.1)

aos modelos teóricos da tese. Desta, corrobora e corrobora e amplia, na segunda coluna, proposições teóricas associadas às estruturas relacionais individuais.

Tabela 34

### Proposições, autores e análises sobre estrutura relacional individual

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
Conversão religiosa implica, pelos indivíduos, parcial desvinculação de seus laços adstritos;  (Pacheco <i>et al.</i> , 2007; Pierucci, 2006a, 2006b; Prandi, 2008)	<b>Corroborada</b>	Conversão religiosa implica, pelos indivíduos, parcial desvinculação de seus laços familiares, adstritos;
Quando convertem, indivíduos passam a dedicar seus vínculos sociais, sobretudo, aos integrantes de grupos evangélicos;  (Ciscon-Evangelista & Menandro, 2011)	<b>Corroborada + Ampliada</b>	Quando convertem, indivíduos passam a dedicar seus vínculos sociais, sobretudo, aos integrantes das congregações evangélicas, priorizando-os;
Pertenças confessionais determinam as redes de sociabilidade dos evangélicos;  (Ciscon-Evangelista e Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Prandi, 2008; Scott & Cantarelli, 2004)	<b>Corroborada</b>	Pertenças confessionais determinam as redes de sociabilidade dos evangélicos;

#### 4.4.2) Análise da estrutura relacional institucional

Igrejas e pastores neopentecostais parecem capazes de combinarem diferentes atributos, considerados fundamentais aos seus próprios desenvolvimentos. Dois grupos deles são, aqui, de particular relevância. Ambos se associam à capacidade que possuem de obterem, ao mesmo tempo, adequado equilíbrio de fatores socioestruturais. O primeiro, do *strictness*. O segundo, do acoplamento e desacoplamento. Com efeito, evidências empíricas aparentam suportar tais constatações, inéditas na literatura. Esta seção se insere no contexto destas reflexões. Analisa as igrejas e os pastores neopentecostais à luz das concepções sobre *strictness* e acoplamento e desacoplamento sociais. Ao fazer isto, corrobora, amplia e reelabora proposições de interesse, relacionadas às temáticas.

Importantes constatações derivam da associação entre *strictness* e igrejas neopentecostais. Oito delas podem ser destacadas. A primeira se refere à atuação de *free-riders*. Corrobora reflexões de Finke (1997) e Iannacone, (1994). Tal como sustentado pelos autores, igrejas sujeitas à manifestação de *free-riders* se demonstram propensas a fracassarem. Evidências empíricas aqui obtidas aparentam sustentar tal proposição. Com efeito, por verem “a igreja [como] fonte de lucro” (Fernando), *free-riders* buscam nela usufruir, descomedidamente, de seus benefícios. Salienta Fernando como “as pessoas da igreja tão (sic) com fome de dinheiro. Tipo assim: a igreja tem dinheiro, ela pode me ajudar” (Fernando). Há “casos de vim (sic) pessoas de fora. Eles falam (sic): aqui posso amarrar meu jumento que o pasto é verde. Ele se converte pra poder ficar. Ele não quer compromisso com Deus. Quer só os benefícios da obra”. Logo, igrejas evangélicas incapazes de frear a atuação de aproveitadores tendem a não sobreviver. Suas racionalidade e eficiência econômicas, fundamentais aos seus próprios desenvolvimentos, demonstrar-se-iam, aí, suprimidas.

A segunda constatação se refere à própria concepção de *free-rider*. Confirma e amplia proposições de Finke (1997) e Iannacone (1994). Tal como salientado pelos autores, *free-riders* são intrusos, aproveitadores. Prejudicam a ação coletiva por compartilharem dos benefícios sem contribuir. Dados de pesquisa corroboram tal proposição. Permitem, ao mesmo tempo, irem ainda mais além, ampliando a atual compreensão de critérios associados a sua manifestação. Complementarmente a Finke (1997) e a Iannacone (1994), que aludem serem *free-riders*, apenas, pessoas integrantes de grupos religiosos, isto é, membros das igrejas, evidências aqui obtidas sugerem serem eles, também, indivíduos, evangélicos ou não, externos às suas estruturas. De fato, salientam Abelardo, Itamar e Raimundo como pessoas desconhecidas tentam, a exemplo de muitos membros, usufruir, sem colaborar, dos benefícios de suas igrejas. “Gente

pilantra é o que mais tem, em todo lugar” (Abelardo). “Eles fazem de tudo. Pessoa chega na (sic) sua frente e chora” (Itamar). “Tem gente que [...] pede ajuda em dez igrejas para poder vender alimento. Isso acontece na região” (Abelardo). Neste sentido, *free-riders* seriam, tal como aqui proposto, intrusos e/ou aproveitadores internos e externos às igrejas. Demonstrariam serem capazes de prejudicar a ação coletiva das igrejas por compartilharem dos benefícios sem contribuir.

A terceira constatação se associa à noção de *strictness*. Salientam Iannaccone (1994) e Stark (1999) como igrejas fundamentadas neste atributo possuem doutrina muitas vezes fechada, apresentam relativo repúdio ao contexto exterior, condenam o desvio de comportamento, contêm moralidade distinta e mantêm estilo de vida relativamente característico e separado. Dados de pesquisa sugerem serem as igrejas neopentecostais parcialmente baseadas em tais características. Em relação à doutrina fechada, por exemplo, ela se manifesta no ensinamento, dado pelos pastores aos fieis, das igrejas como espaços exclusivos de salvação. “A Assembleia de Deus diz que salvação é só na Assembleia de Deus. Se você sair, não vai para o céu. Não adianta ir para a Batista, nenhuma outra” (Humberto). A mesma linha de atuação é adotada por igrejas menores (Humberto). “Todas têm certa tentativa de manter as pessoas dentro da denominação” (Humberto). Ao mesmo tempo, evidencia-se na ausência de relacionamentos, resultada de diferenças doutrinárias, entre membros de diferentes igrejas evangélicas. “Eles acham que você, doutrinariamente, não é igual a eles. Eles são mais santos que você. Têm igrejas que, realmente, não consideram outros evangélicos salvos” (Humberto).

O relativo repúdio das igrejas neopentecostais ao contexto exterior pode ser observado, por exemplo, na proibição e repressão dos pastores aos fieis que visitam igrejas concorrentes (Gilberto; Humberto). “Ah! É errado? Não! É a forma que Deus deu ali pro pastor direcionar (sic)”, salienta Osvaldo. Ao mesmo tempo, evidencia-se no

ensinamento aos membros, estimulando-os a se afastarem de pessoas, inclusive familiares, que praticam, conforme suas doutrinas, coisas ilícitas, tais como prostituição, adultério, fornicação, bebida, entre outros (Cristiano; Kaio; Osvaldo; Zulmirab). “A maior parte dos meus colegas bebiam (sic). Então, o ambiente que eles vão (sic) passei a não ir mais. [...] Não é cabível dentro dos princípios que a palavra de Deus me orienta” (Osvaldo). “Isso faz a gente se distanciar, não querer relacionar por causa das coisas que eles fazem” (Kaio). Evidência de como a igreja repudia comportamentos exteriores, de como ela separa as pessoas (Humberto).

O condeno ao desvio de comportamento se manifesta, também, na censura e punição dos pastores às visitas externas. Salienta Osvaldo como, nestes casos, “você vai orientar. Vai sentar com [o fiel], aconselhar, tipo assim, você tá (sic) indo pra outro rumo. Não é esse o ensinamento que Jesus tá te (sic) ensinando”. Ainda assim, membros que visitam igrejas sem autorização do pastor podem sofrer retaliações, muitas vezes severas (Abelardo; Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Raimundo; Zulmira). O condeno ao comportamento desviante se comprova, do mesmo modo, em práticas cotidianas. Sustenta Marcelo como este pode se expressar, até mesmo, nas pessoas com as quais os evangélicos se relacionam. De fato, “se você andar com mau elemento, você é mau elemento. Se você andar com beberrum (sic), você gosta duma (sic) cana também. [...] A palavra de Deus não tem como fugir dela” (Marcelo). Mesmo entre membros da igreja, há, aos não fieis, isto é, aos que não pagam dízimos, condeno pela infidelidade financeira. A estes, implica-lhes a impossibilidade de participarem da santa ceia e de assumirem funções de liderança. “Por regra e regimento, a pessoa só pode assumir cargo de liderança se [...] for obediente [...]. Ela tem que ser dizimista. É questão de obediência” (Fernando). É preciso mostrar que se “tá (sic) em comunhão com Deus” (Marcelo).

A moralidade parcialmente distinta das igrejas neopentecostais se demonstra, por exemplo, na busca pela conduta irrepreensível de pastores e fieis. Para muitos, “tudo que você vê é pecado” (Fernando). “Se a pessoa acende um cigarro, você fala alguma coisa. Se a pessoa toma uma cerveja, você fala alguma coisa. Se alguém tá (sic) beijando no corredor, você fala alguma coisa” (Humberto). Eles procuram em seu comportamento a exatidão. “Eu sou espelho para [minha família], em todas as áreas. Do mais velho até o mais novo” (Damião). Já o estilo relativamente distintivo e separado se evidencia, até mesmo, nas vestimentas e na maneira como evangélicos conduzem as bíblias. Tratam-se de formas utilizadas por eles para identificarem sua filiação congregacional, restringindo àqueles da mesma igreja suas interações sociais. “Muitas vezes, o cara te olha, pela fisionomia sua, pelo trajar de roupa, ele bate o olho e não te cumprimenta” (Kaio).

A quarta constatação se refere ao *strictness*. Consolida proposição de Anderson (1988), Finke (1997), Iannaccone (1994), Iannaccone *et al.* (1995) e Stark (1999) sobre sua capacidade em barrar a atuação de *free-riders*. O de igrejas neopentecostais se demonstra capaz disso. Permite evitar atuação de exploradores internos e externos às filiações. O modo como isto se manifesta é geralmente sutil. Expresso, como evidenciado, em estilo de vida distintivo, em doutrina relativamente fechada, em parcial repúdio ao contexto exterior e no condeno ao desvio de comportamento, o *strictness* das igrejas neopentecostais, associado, inerentemente, à intensa competitividade intercongregacional – que o reforça do mesmo modo que o anuncia –, contribui, diretamente, para a formação de estruturas sociais religiosas dotadas de certas características. Duas delas, interdependentes entre si, destacam-se aí.

A primeira se refere à coesão estrutural. Fieis e pastores se relacionam, quase exclusivamente, com integrantes da mesma igreja (Cristiano; Damião; Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo; Raimundo; Teodoro;

Valdomiro). Salienta Humberto como eles se assemelham às “tribos urbanas, [cujos membros] só se relacionam entre si. [...] Só que isso é [ainda] mais nítido na igreja, porque dura [a] vida toda. [...] É natural você pensar [nela] como [...] uma família biológica” (Humberto). Os próprios pastores estimulam tal comportamento. Isto se evidencia em diferentes ocasiões. Por exemplo, quando: i.) impedem membros de visitarem igrejas concorrentes, incitando-lhes a limitarem à própria congregação suas redes de relacionamentos; ii.) instigam os fieis a buscarem, sobretudo, na igreja, a solução de seus problemas, encontrando nela, a qualquer momento e sob fácil acesso, amparo e solidariedade-mútua. “Se uma ovelha [...] necessita de [...] ajuda, aonde que ela vai? Ela vai para a igreja!” (Cristiano). “O que [a pessoa] não tem dentro da família, a gente proporciona para ela. [...] A gente quer proporcionar para a pessoa aquilo que a família não dá (sic), que é amor, carinho, uma ajuda, um apoio” (Kaio);

iii.) ensinam os fieis, baseando-se na bíblia, a procurarem nos “irmãos de fé” o auxílio econômico-financeiro necessário. “Os santos devem buscar os santos nas suas necessidades. [...] A gente orienta as pessoas evangélica (sic) pra caso (sic) de necessidade procurar a igreja, os irmãos da igreja” (Marcelo); iv.) salientam a primazia da família congregacional em detrimento à familiar (Edmundo; Fernando; Humberto; Kaio; Marcelo; Napoleão; Osvaldo). Salienta Humberto como “um irmão [de fé] é mais do um parente. Como, muitas vezes, fieis fazem mais por um irmão de fé do que por um parente (Humberto). É com os membros da mesma igreja que se “acaba criando laço familiar” (Kaio). “A pessoa cristã é como se fosse a família” (Fernando); v.) instigam a união dos fieis visando nela contribuições, financeiras ou não, necessárias à criação e ao crescimento das igrejas; vi.) buscam ultrapassar o atendimento limitado às necessidades físicas e/ou econômicas dos fieis, procurando influenciar e interferir em diversas outras esferas de suas vidas, assinalando presença, controlando-as em minúcias (ver seção 4.2.2.1.3), entre outras.

A segunda característica, por sua vez, associa-se às repercussões da coesão social. Fieis e pastores, integrantes de pequenas e mesmo de grandes congregações, interagem-se com frequência. Com efeito, são com os próprios integrantes das igrejas que os membros dedicam maior parte de seus relacionamentos, dividem angústias, constroem fortes laços de amizade, solicitam apoio nos momentos de dificuldade, buscam auxílio de toda sorte, investem tempo e recursos financeiros, entre outros. Resulta, daí, duas características fundamentais. A primeira é o conhecimento aprofundado por todos, fieis e pastores, das situações sociais, econômicas, financeiras e pessoais dos integrantes da igreja. “Todo mundo conhece todo mundo” (Humberto). A segunda é o auto monitoramento entre os próprios fieis. Este se evidencia em diferentes situações. Uma delas, por exemplo, é na doação financeira pelos membros. Realizada em gazofilácios, localizados, muitas vezes, ao lado do púlpito, em posição privilegiada na igreja, e cujos tamanhos se destacam, implica aos fieis “sair[em] do lugar e ir à frente”, resultando na ciência, por todos, de quem contribuiu. A outra, de particular relevância, é aquela que envolve pedido de ajuda por membros. Pastores e fieis conhecem, de fato, quais são suas necessidades. A intensa rede edificada entre eles possibilita e reforça isto. Além disso, pastores visitam-nos, testificando suas solicitações. “A gente faz visita, muita visita” (Edmundo).

Portanto, a coesão das estruturas congregacionais, associada, ao mesmo tempo, a visitas dos pastores aos membros e ao auto monitoramento existente entre eles acabam por desestimular e/ou impedir, entre os fieis, a possibilidade de comportamentos oportunistas. De fato, solapar a manifestação de tais atitudes é, justamente, um dos atributos das redes densas (Coleman, 1988, 1990). Este é o evidenciado nesta pesquisa. O *strictness* das igrejas neopentecostais, manifesto, parcialmente, em sua influência sobre a coesão das instituições, impede nelas a atuação de *free-riders* internos. No entanto, dados de pesquisa aparentam sugerir, ao mesmo tempo, ser o *strictness* das igrejas

neopentecostais capaz de solapar, também, a atuação de *free-riders* externos. Com efeito, a coesão das igrejas, inibidora de exploradores internos, é a mesma capaz de delimitar as fronteiras de sociabilidade e solidariedade, e evitar, através da restrição à coletividade congregacional os benefícios criados e distribuídos, a atuação de aproveitadores exteriores. De fato, tal como salientado por Ciscon-Evangelista e Menandro (2011) e Hervieu-Léger (2008), evidências empíricas aqui obtidas suportam a proposição de que a “dimensão comunitária” dos grupos religiosos, das igrejas neopentecostais, em particular, permite distinguir suas fronteiras sociais e econômicas. Disto resulta a improbabilidade e/ou impossibilidade de pessoas de fora das igrejas, mesmo evangélicas, usufruírem e/ou abusarem de seus recursos (Humberto). “Muitas [igrejas] acham que aquilo é só pra ela. Esse comportamento não mudou. É bem humano. Só pra ela. Só para o meu grupo. Meu grupo é mais importante que os outros. Isso provoca estratificação social” (Humberto). “Se você quiser ajuda”, exemplifica Humberto, “você vem para a Assembleia. Se você vai para a Quadrangular, o pastor lá te ajuda. Eu não vou te ajudar” (Humberto). Eles falam “desse jeito. [...] Não há diálogo inter-religioso” (Humberto).

Mas, evidências empíricas permitem ir ainda mais além. Sugerem ser o bloqueio à atuação de *free-riders* internos e externos possibilitado, também, por fatores, ainda não salientados pela literatura, que ultrapassam aqueles permitidos pelo *strictness* das igrejas neopentecostais. Com efeito, pastores empreendem, de maneira ativa, diferentes iniciativas visando impedir exploradores, fieis ou não. Inserem-se, aí, investigar a necessidade dos solicitantes (Fernando; Gilberto; Marcelo; Raimundo; Sebastião). Há “igrejas [...] que pra você arrancar um pacotinho de arroz de lá é difícil. É uma investigação muito profunda que faz (sic) na vida das pessoas pra ver se precisa mesmo ou não” (Marcelo); ii.) ajudar, apenas, indivíduos indicados (Itamar); iii.) adiar o momento do auxílio (Itamar; Raimundo); v.) não dar dinheiro (Edmundo; Raimundo;

Sebastião); iv.) cobrar pelos serviços da igreja (Sebastião), entre outros (para detalhamento, ver seção 4.2.2.2.1). Mesmo para fieis comprovadamente necessitados, pastores neopentecostais tentam evitar deles solicitações excessivas, mobilizando, nestes casos, os familiares para assumir suas necessidades. “A igreja não pode absorver pra si só. Aí, o trabalho [envolve] a família, pra que os filhos assumam (sic). [...] [Eles] são chamados [...] pelos pastores, [...] [que falam:] olha! É preciso fazer isso, porque é digno” (Gilberto).

A quinta constatação se associa às implicações do *strictness*. A exemplo do sustentado, em outro contexto, por Finke (1997) e Iannaccone (1994), o *strictness* das igrejas neopentecostais – expressa, sobretudo em sua influência sobre a coesão de sua estrutura social – aparenta demarcar traços distintivos e sectários, resultar na partilha de benefícios, gerar maior produção e consumo coletivos de bens religiosos e reforçar entre os fieis sentimentos de pertencimento, elevando seus níveis de participação e comprometimento. Com efeito, salienta Jeferson, por exemplo, como, após a conversão, fez “amizade muito grande com os irmãos da igreja”. A sexta constatação se refere às repercussões derivadas da falta e do excesso de *strictness*. Salienta Finke (1997) como sua ausência estimula a atuação de *free-riders*. Evidências empíricas aqui obtidas sugerem reforçar tal proposição. Dados aludem à ideia de que baixo *strictness* implicaria, por exemplo, em menor coesão das estruturas congregacionais, impulsionando-as a perderem suas fronteiras de sociabilidade e a enfraquecerem seus fatores relacionais – tais como auto monitoramento e profundo conhecimento-mútuo entre membros – que desestimulam e evitam a atuação de *free-rides* externos e internos, respectivamente.

Ao mesmo tempo, salienta Finke (1997) como excesso de *strictness* gera agrupamentos religiosos estruturalmente oclusos, desfavoráveis ao seu próprio crescimento. Achados de pesquisas parecem apoiar tal reflexão. Sugerem poder o excesso

de *strictness* implicar na formação de redes essencialmente densas. As igrejas Adventista do Sétimo Dia, Assembleia de Deus e Testemunhas de Jeová, entre outras, podem ser consideradas exemplos extremos disto (Damião). Caracterizadas por forte rigor sectário, doutrina fechada e moralidade distinta, seus membros, salienta Damião, “não [se] misturam com ninguém”. “São grupos fechados, privados [...]. Testemunha de Jeová só pode casar com Testemunha de Jeová [...]. Eles se unem naquele globo deles, e ficam naquele grupo seletivo de pessoas [...]. Não [se relacionam] com outras igrejas evangélicas” (Damião). Tal reflexão aparenta endossar estudos de Ciscon-Evangelista e Menandro (2011) e Scott e Cantarelli (2004) sobre jovens da Assembleia de Deus. Salientam os autores como seus limites estéticos e comportamentais desestimulam-nos de participarem de grupo maior do que aquele limitado pela própria igreja (Scott & Cantarelli, 2004). Eles evitam “amizades fora de seu grupo religioso, ao mesmo tempo em que [...] impedem a participação, em seu dia-a-dia, de quem não pertence a esta denominação” (Ciscon-Evangelista e Menandro, 2011, p. 199).

Dados de pesquisa permitem, no entanto, avançar ainda mais nas reflexões sobre as implicações do excesso de *strictness*. Complementarmente à proposição de Finke (1997), que sustenta ser a demasiada oclusão das redes e a derivada dificuldade de se crescer igrejas, isto é, de se acrescentar nelas novos integrantes, a principal repercussão de sua manifestação, evidências empíricas sugerem ser a perda de membros outra possível e ainda não salientada consequência do excesso de rigor sectário. De fato, achados de campo indicam que igrejas neopentecostais fundamentadas em excessivo *strictness*, ou em parte de suas diferentes dimensões, tendem a perder fieis. Pastores neopentecostais, intuitivamente, sabem disto. Por isto, buscam em seu comportamento empreendedor e na diminuição do rigor sectário de suas igrejas, seu adequado equilíbrio. Salienta Edmundo, por exemplo, como as congregações “estão relaxando um pouco [nos usos, nos costumes e nas regras de comportamento] porque

viu (sic) que tava (sic) perdendo membros. Na verdade, cortou (sic) muita coisa” (Edmundo). Atualmente, salienta Marcelo, “pastor tem que falar baixo [...]. Não tem como doutrinar mais a igreja. Pastor fala assim: você vai ficar 30 dias [...] sem oportunidade. [O fiel] não fica” (Marcelo).

Deriva, daí, sétima constatação de interesse. Associada a paradoxo do rigor sectário, corrobora reflexões de Finke (1997), Iannaccone (1994) e Iannaccone *et al.*, (1995). Sustentam os autores como o desenvolvimento de agrupamentos religiosos se associa a certo equilíbrio do *strictness*. Dados de pesquisa aqui obtidos aparentam corroborar tal proposição. Sugerem ser o crescimento das igrejas neopentecostais parcialmente relacionado às suas habilidades em obterem tal atributo. Elas demonstram obterem apropriado equilíbrio de seu rigor sectário. De fato, se, por um lado, pastores empregam inúmeras ações representativas da rigidez moral de suas igrejas – tais como proibir membros de visitarem congregações concorrentes, salientar a exclusividade de suas denominações para salvação eterna, estimular seus fieis a se afastarem de pessoas que não compartilham de mesmas crenças religiosas, instituir normas de conduta que diferenciem seus integrantes dos demais, etc. –, por outro, abrem mão do emprego de diferentes outras, evitando seu excesso. Salienta Edmundo, por exemplo, como um “pastor veio chamando [seus membros, afirmando que sua igreja é] light, que não tinha essas cobranças boba (sic) de consagração” (Edmundo). Note, portanto, o sutil equilíbrio entre aspereza e flexibilidade sectárias, isto é, o suave ajuste do *strictness*. É dele que pastores e igrejas neopentecostais conseguem, em parte, como evidenciado, evitar a manifestação de *free-riders* internos e externos, diminuir, em associação aos atributos empreendedores de pastores, a perda de fieis, e, ao mesmo tempo, impedir a excessiva oclusão de suas estruturas sociais, desobstruindo, com isto, seu próprio crescimento. Com efeito, igrejas neopentecostais aqui investigadas não aparentam serem totalmente oclusas. Pelo contrário. A própria orientação empreendedora dos pastores

neopentecostais (seção 4.3), e as inúmeras práticas e estratégias derivadas de seus comportamentos proativos e agressivos, impedem isto.

Finalmente, a oitava constatação deriva de reflexões anteriores. Relacionada aos requisitos necessários aos agrupamentos religiosos bem-sucedidos, corrobora proposição de Anderson (1988), Finke (1997), Iannaccone (1994) e Iannaccone *et al.* (1995). Salientam os autores como tais grupos sustentam fortes relações internas, ao mesmo tempo em que se mantêm como rede capaz de formar e apoiar laços exteriores. Igrejas neopentecostais parecem capazes disto. De fato, elas sustentam intensas conexões internas, do mesmo modo que se mantêm como estrutura social parcialmente aberta, capaz de acessar e incorporar novas vinculações. O primeiro, como já evidenciado, é parcialmente impulsionado pelo *strictness* e pela intensa competitividade intercongregacional. O segundo, por sua vez, é possibilitado por comportamentos empreendedores dos pastores, sobretudo, pela sua proatividade e agressividade competitiva. Com efeito, é principalmente através deles que pastores convertem pessoas e obtêm fieis de igrejas concorrentes, formando novos laços, crescendo suas congregações. Tal constatação confirma reflexões de Ciscon-evangelista e Menandro (2011), Hervieu-Léger (2008), Mariano (2008), Pierucci (2006b), Pierucci e Prandi (1987), Prandi (2008) e Scott e Cantarelli (2004) sobre a capacidade de grupos evangélicos em, de maneira simultânea, sustentar intensos laços internos e acessar vínculos exteriores. A de igrejas neopentecostais aparenta comprovar isto.

Outro conjunto de constatações, também de relevância para esta pesquisa, deriva de temáticas relacionadas ao acoplamento e desacoplamento sociais, e suas associações com evidências obtidas de igrejas neopentecostais. Quatro delas, de particulares importâncias, inserem-se aí. A primeira se relaciona às atividades empreendedoras bem-sucedidas. Corrobora proposição de Granovetter (2009) sobre o tema. Tal como sustentado pelo autor, evidências empíricas aqui obtidas sugerem serem elas baseadas em adequado equilíbrio entre

acoplamento e desacoplamento sociais. Com efeito, excessivo acoplamento de igrejas neopentecostais às suas comunidades locais – isto é, completa carência de desacoplamento – estimularia nestas a eclosão de solidariedade descontrolada, atalhando a racionalidade e eficiência econômicas das congregações e dos pastores. Por outro lado, sua completa ausência – isto é, seu total desacoplamento –, por sua vez, implicaria ruptura das relações entre integrantes das igrejas com membros das comunidades nas quais elas se inserem, resultando em redes religiosas essencialmente oclusas, impeditivas, como já salientado, de seu próprio crescimento. Logo, dados de campo sugerem a proposição, condizente com a de Granovetter (2009), de que presença e/ou ausência totais de acoplamento e/ou desacoplamento se demonstram prejudiciais ao desenvolvimento de empreendimentos produtivos, de igrejas neopentecostais, aqui de interesse. Para isto, elas necessitariam de relativo grau de fragmentação social, de parcial ajuste de sua vinculação relacional.

A segunda constatação, por sua vez, deriva de reflexão anterior. Complementarmente a Granovetter (2009), que sustenta serem somente empreendedores étnicos capazes de obterem adequado ajuste do acoplamento e desacoplamento sociais, evidências aqui obtidas sugerem serem os empreendedores religiosos, também, capazes disto. Com efeito, dados de campo indicam serem as igrejas e os pastores neopentecostais hábeis em obterem apropriado ajuste de suas estruturas sociais. Dois grupos de evidências demonstram isto. O primeiro se relaciona ao acoplamento. Pastores e fieis se encontram acoplados sob coletividade religiosa e, mais fortemente, congregacional. Principalmente sob esta, integrantes das igrejas edificam densas redes de sociabilidade e solidariedade, e compartilham, sobretudo entre os fieis e destes com os pastores (ver seção 4.2.2.1.2), ampla, voluntariosa e irrestrita gama de serviços e auxílio-mútuo, intensa solidariedade horizontal. “Eles fazem o que têm que fazer” (Cristiano). “Eles se unem e ajudam” (Kaio). Muitas vezes, sem perguntar o que tá (sic) acontecendo” (Humberto). “Muitos preferem [até] abençoar do que (sic) receber. Ficam

mais satisfeitos de ver a pessoa abençoada do que propriamente receber (sic)” (Edmundo).

De fato, pastores obtêm dos fieis, de maneira facilitada, recursos fundamentais ao alcance de objetivos em duas esferas distintas. A primeira se relaciona à criação e ao crescimento de suas congregações (ver seção 4.2.2.1.1). “Tudo que nós tamo (sic) conseguindo na igreja, adquirir as coisas, [é] através deles” (Kaio). Tal solidariedade é estimulada pelos próprios pastores. Eles ajudam “sabendo que quem vai abençoar [...] é o próprio Deus” (Kaio). Salienta Teodoro como “igreja não se faz assim: tenho dinheiro, vou construir. Não existe isso! Quem pensar em fazer isso, tá (sic) indo pro (sic) caminho errado. [...] Precisa haver participação de todos que estão enganados (sic) neste trabalho” (Teodoro). Deste apoio dos fieis, financeiro e de outras ordens, pastores compram objetos (Abelardo; Kaio; Teodoro; Ulisses; Wagner), constroem suas igrejas, equipam-nas (Damião; Kaio; Leonardo), mantêm-nas, reformam-nas e ampliam-nas (Edmundo; Marcelo; Raimundo; Teodoro; Ulisses; Wagner). Eles exemplificam: “nós aumentamos o espaço. Trocou o telhado. Os fieis ajudaram” (Wagner). “Um irmão doou a cerâmica. Ah! Pastor! Vou doar a cerâmica, vou doar a mão de obra. Vou doar isso, vou doar aquilo” (Ulisses), salientou Ulisses, cuja igreja funciona na própria casa. A segunda, por sua vez, associa-se ao âmbito pessoal. Pastores conseguem dos membros de suas igrejas apoio para suprir necessidades particulares. “Eu mesmo já precisei. Eles se juntaram e abençoaram minha vida. Não é vergonha para um pastor falar isso. [...] Isso não desmerece ninguém. O fato de você precisar de ajuda demonstra que você é humano também” (Abelardo). “Eu procurei um amigo. Deixa eu te falar [...] uma coisa: tem jeito de você tirar um carro pra mim? Eu tava (sic) desempregado. Não tinha salário. Ele tinha. Ele foi lá, fez a ficha, a ficha foi aprovada” (Leonardo).

Ao mesmo tempo, fieis buscam e obtêm, principalmente nas igrejas, em seus integrantes, o auxílio-mútuo, a solidariedade necessária à solução de suas debilidades. Dois grupos delas se inserem aí. O primeiro é econômico-financeiro. “Quando um está passando por momento de dificuldade, faz-se uma vaquinha entre eles” (Abelardo). “Os irmãos [...] se preocupam muito uns com os outros” (Jeferson). “Isso é ouro pra nós aqui. Você não passa aperto” (Fernando). “É um (sic) pelos outros” (Cristiano). Nela, conseguem recursos para comprar cestas básicas (Benedito; Damião; Itamar; Jeferson; Kaio; Marcelo; Wagner; Zulmira), pagar contas de consumo (Edmundo), fazer tratamentos toxicológicos (Jeferson), conseguir atendimentos médicos (Teodoro), reformar suas casas (Abelardo; Sebastião), entre outros benefícios (para detalhamento, ver seção 4.2.2.1.2). Tal constatação corrobora reflexões de diversos autores (ver, por exemplo: Almeida, 2006; Camargo, 1973; Martes & Rodriguez, 2004; Pacheco *et al.*, 2007; Pierucci & Prandi, 1987, 1996; Serafim *et al.*, 2012) sobre a capacidade de grupos evangélicos em atuarem como círculos coesos de trocas, que envolvem dinheiro, utensílios, informações, entre outros. A das igrejas neopentecostais é evidência clara disto.

O segundo, por sua vez, é de natureza diversa. Fieis procuram nas igrejas, nos pastores e demais integrantes, amparo, assistência em inúmeras outras esferas não econômico-financeiras de suas vidas. Inserem-se, aí, aquelas emocionais, afetivas, psicológicas, culturais, conjugais, sexuais, entre outras (para detalhamento, ver seção 4.2.2.1.3). Os próprios pastores açodam os fieis a buscarem nelas seus acolhimentos. Disto resultam duas observações adicionais. A primeira é o conhecimento e controle pela igreja da vida de seus fieis, incluindo, aí, seus mais íntimos e pessoais aspectos. A segunda, consequência da anterior, por sua vez, é a dependência dos fieis do auxílio mútuo, da solidariedade horizontal encontrada nas igrejas. Isso explica porque “tudo que acontece na sua casa, você tem que correr na igreja. Por isso você tem que tá (sic) lá

quarta, sexta e domingo” (Humberto). “Às vezes, as pessoas falam: por que ao invés de o crente tá (sic) num clube, ele tá (sic) na igreja? Porque isso satisfaz ele (sic). Muitos sentem um vazio muito grande fora [dela]” (Sebastião).

Note, portanto, como pastores e fieis constroem e sustentam entre si densas estruturas sociais de ajuda-mútua, de solidariedade horizontal. Edificadas sob os limites do acoplamento congregacional, elas se demonstram capazes de fornecerem-lhes, de maneira facilitada, recursos considerados em muitos aspectos fundamentais. Aos primeiros, à criação e ao desenvolvimento de suas igrejas. Aos segundos, ao atendimento de suas mais diferentes necessidades. “A gente procura ser uma família” (Napoleão). “Todo mundo luta a luta do outro” (Teodoro). “A gente ajuda muito um ao outro” (Leonardo). Com efeito, salientam Coleman (1988, 1990) e Granovetter (2009) os atributos das redes coesas, acopladas. Elas estimulam entre os integrantes sentimentos de confiança, fornecendo-lhes, de forma privilegiada, acesso a recursos imersos. Este foi o encontrado nesta pesquisa. Foi justamente da confiança entre pastores e fieis, esta possibilitada pelo acoplamento e pela coesão social derivados de suas coletividades congregacionais, que pastores conseguiram recursos – financeiros ou não – fundamentais à trajetória de suas congregações. Ou, mais especificamente, que Leonardo, mesmo desempregado, obteve de um de seus fieis a retirada, em seu nome, de um carro novo. Dificilmente eles conseguiriam, de maneira facilitada, tais benefícios de seus fieis, não fosse a natureza densa e ao mesmo tempo acoplada que sustentam com eles suas estruturas sociais<sup>22</sup>.

Outro grupo de evidências, também de interesse, relaciona-se ao desacoplamento. A coletividade congregacional, responsável por acoplar pastores e fieis em coesas redes de

---

<sup>22</sup> Sobre recursos – “quais sejam [...] culturais/simbólicos, espaços de formação, informação e apoio espiritual/motivacional” (Serafim, 2008, p.9) – tornados possíveis pela oclusão de arcabouços religiosos, ver, também, em acréscimo, Serafim *et al.* (2012) e Serafim (2008). Os autores apropriaram-se do conceito de “Capital espiritual (KE)” ou “KS religioso”, compreendido como “o grau de diversidade de recursos imersos em uma rede ou grupo religioso que os atores [...] podem ter acesso para alcançar seus interesses” (Serafim, 2008, p.62, grifo nosso).

auxílio-mútuo, é a mesma a limitar-lhes, também, suas fronteiras de sociabilidade e solidariedade. Dados de pesquisas sugerem serem pastores e fieis desacoplados, desvinculados de pessoas não imersas em suas igrejas. Inserem-se, aí, familiares e demais evangélicos. Disto resultam três constatações adicionais. A primeira é a de que o desacoplamento é parcial, não completo. Pastores e fieis mantêm interações, ainda que restritivas, com indivíduos externos às suas estruturas congregacionais. A segunda é a de que os serviços religiosos disponibilizados pelas igrejas (para detalhamento, ver seção 4.2.2.1.4) e a intensa solidariedade horizontal dos pastores e fieis são circunscritos. Destinam-se, quase exclusivamente, aos integrantes das igrejas. Com efeito, salientam diferentes pastores (Abelardo; Benedito; Cristiano; Damião; Itamar; Jeferson; Kaio; Leonardo; Raimundo; Sebastião; Teodoro; Wagner) como a densa rede de solidariedade e sociabilidade, e os diferentes benefícios dela derivados, destinam-se, principalmente, aos “irmãos de fé”, aos frequentadores do mesmo templo. “O foco central é os fieis” (Cristiano). “A prioridade, sempre, são os da casa” (Jeferson). “Temos que ajudar primeiro os membros” (Itamar). “A própria bíblia pede para a gente ajudar os domésticos da fé” (Abelardo). “É um mandamento bíblico” (Benedito). “Essa é a instrução de Jesus. Jesus tá (sic) falando exatamente isso. [...] Socorra os de casa” (Teodoro). Salienta Jeferson como não se “pode deixar de auxiliar o seu filho para auxiliar os filhos dos outros. Primeiro, você tem que auxiliar o seu filho”, compreendido pelo pastor como os fieis de suas igrejas, “para, depois, auxiliar os outros”, complementa. “Tem que ser suprida a necessidade do membro que é fiel. [...] Depois, dessas pessoas aí” (Raimundo).

A terceira constatação é consequência da anterior. Pessoas não acopladas sob mesma coletividade religiosa-congregacional, incluindo, aí, familiares e demais indivíduos, evangélicos ou não, demonstram-se incapazes de usufruir, de maneira abusiva, dos recursos e benefícios edificados pelas estruturas ministeriais. Com efeito,

pastores e fieis se encontram parcialmente desacoplados das demais pessoas. Tal desvinculação, por sua vez, impede destas solicitações descontroladas, reivindicações sociais e econômicas capazes de inibir a racionalização e/ou eficiência de suas igrejas. Esta reflexão amplia proposição Hervieu-Léger (2008) e de Prandi (2008). Complementarmente aos autores, que sustentam possuir a religião dupla função identificadora, interna e externa, evidências empíricas sugerem, sob dimensão mais específica, serem as igrejas neopentecostais também capazes disto. Em relação ao primeiro, por acoplarem nelas indivíduos que compartilham mesma coletividade congregacional. Em relação ao segundo, por separarem delas aqueles que não a pertencem.

Note, a partir do conjunto destas reflexões, como igrejas neopentecostais, pastores e fieis, em particular, parecem capazes de obterem, devido à coletividade religiosa-congregacional que compartilham entre si, adequado equilíbrio de sua estrutura social, de seu acoplamento e desacoplamento sociais. Com efeito, eles geram, internamente, solidariedade horizontal, capaz de proporcionar-lhes, de maneira exclusiva e facilitada, benefícios diferenciados, fundamentais para diferentes fins. Ao mesmo tempo, conseguem evitar a solidariedade descontrolada, solapando de indivíduos não endogenamente acoplados reivindicações excessivas impeditivas da racionalidade de suas congregações. Tal constatação, por sua vez, expande proposição de Granovetter (2009) sobre os requisitos necessários aos empreendedores para obterem apropriado equilíbrio do acoplamento e desacoplamento. Salienta o autor como eles devem combinar dois atributos distintos: etnia e origem geográfica comuns. Evidências empíricas sugerem, complementarmente, serem empreendedores que compartilham de mesma coletividade religiosa-congregacional, também, capazes disto. Esta é importante constatação adicional. O adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento, fundamental ao desenvolvimento de empreendimentos produtivos, religiosos ou não, demonstra-se

passível de ser obtido, tal como sustentado por Granovetter (2009), por empreendedores emigrantes, e, também, tal como evidenciado neste estudo, por empreendedores religiosos, por pastores neopentecostais.

A terceira constatação deriva da reflexão anterior. Amplia proposição de Granovetter (2009) sobre as vantagens de determinado grupo em se obter adequado equilíbrio do acoplamento e desacoplamento. Complementarmente ao autor, que salienta a prerrogativa de empreendedores emigrantes, em relação aos nativos, em conseguirem tal atributo, dados de pesquisa indicam serem os empreendedores religiosos oriundos de comunidades não evangélicas, também, capazes de obterem, com maior facilidade em relação aos demais, benefícios do apropriado ajuste de suas estruturas sociais. Mas, há algo mais aí, projetando-se luzes, ainda, para quarta constatação de considerável relevância teórica. Relacionada aos requisitos necessários à obtenção do ajuste entre acoplamento e desacoplamento, reinterpreta concepção de Granovetter (2009) sobre o tema. Enquanto o autor sustenta a necessidade de deslocamento de indivíduos de suas comunidades nativas para, somente em outro país, poderem desfrutar de benefícios derivados do adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento, evidências empíricas aqui obtidas evidenciam não ser fundamentalmente necessário aos empreendedores mover-se de seus locais de origem para isto. Ou seja, não é preciso promover mudanças espaciais, geográficas.

Com efeito, empreendedores religiosos, pastores neopentecostais são evidências claras disto. Eles conseguem, sem realizarem alterações espaciais, adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento. Fazem isto ao se converterem, desacoplando-se parcialmente de seus laços adscritos, incluindo, aí, os familiares e os religiosos, e se acoplando, em seguida, em densas e minoritárias estruturas neopentecostais, antepondo-as (ver seção 4.4.1). Nelas, tornam-se pastores-empreendedores, e desfrutam, a exemplo dos empreendedores étnico-geográficos, salientados por Granovetter (2009), de posição singular no que se refere à

natureza do acoplamento e desacoplamento de suas estruturas sociais. Esta é importante constatação teórica. Incorpora à literatura sobre acoplamento e desacoplamento interpretação totalmente inédita.

A **Tabela 35**, a seguir, condensa a análise desta seção. Apresenta, na primeira coluna, proposições teóricas de referência e os respectivos autores. Na última, delinea análises derivadas da comparação e extrapolação das evidências empíricas (seção 4.2.2) aos modelos analíticos da tese. Desta, corrobora, corrobora e amplia, amplia, e refuta e reelabora, na segunda coluna, proposições teóricas de interesse, associadas às igrejas como estruturas de relações institucionais.

Tabela 35

### Proposições, autores e análises sobre estrutura relacional institucional

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
Grupos religiosos propensos à atuação de <i>free-riders</i> tendem a fracassar;  (Finke, 1997; Iannaccone, 1994)	<b>Corroborada</b>	Igrejas neopentecostais propensas à atuação de <i>free-riders</i> tendem a fracassar;
<i>Free-riders</i> são intrusos, aproveitadores. Prejudicam a ação coletiva por compartilharem dos benefícios sem contribuir;  (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Mariano, 2008)	<b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b>	<i>Free-riders</i> são intrusos, aproveitadores internos e, também, externos às igrejas. Prejudicam a ação coletiva por compartilharem dos benefícios sem contribuir;
<i>Strictness</i> se refere aos grupos religiosos que: i.) mantêm estilo de vida distintivo e separado; ii.) possuem doutrina fechada; iii.) apresentam relativo repúdio ao contexto exterior; iv.) condenam o desvio de comportamento; v.) contêm moralidade distinta;  (Iannaccone, 1994; Mariano, 2008; Stark, 1999)	<b>Corroborada</b>	<i>Strictness</i> representa igrejas neopentecostais que: i.) mantêm estilo de vida distintivo e separado; ii.) possuem doutrina fechada; iii.) apresentam relativo repúdio ao contexto exterior; iv.) condenam o desvio de comportamento; v.) contêm moralidade distinta;
<i>Strictness</i> possibilita aos grupos barrarem a atuação de <i>free-riders</i> ;  (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone <i>et al.</i> , 1995; Mariano, 2008; Prandi, 1991; Stark, 1999)	<b>Corroborada</b> + <b>Ampliada</b>	<i>Strictness</i> possibilita às igrejas neopentecostais barrarem a atuação de <i>free-riders</i> internos e externos. Estes são possibilitados, ainda, por fatores que ultrapassam aqueles permitidos pelo <i>strictness</i> das igrejas neopentecostais. Pastores empreendem, de maneira ativa, diferentes iniciativas visando impedir exploradores, fiéis ou não.

Continua

Tabela 35 (continuação)

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
<p>“Dimensão comunitária” dos grupos religiosos permite distinguir suas fronteiras sociais e econômicas;</p> <p>(Ciscon-Evangelista &amp; Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>“Dimensão comunitária” dos grupos religiosos permite distinguir suas fronteiras sociais e econômicas;</p>
<p><i>Strictness</i>: i.) demarca traços distintivos e sectários; ii.) reforça entre fieis sentimentos de pertencimento, elevando seus níveis de participação e comprometimento; iii.) resulta na partilha de benefícios e na maior produção e consumo coletivos de bens religiosos;</p> <p>(Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Mariano, 2008)</p>	<b>Corroborada</b>	<p><i>Strictness</i> de igrejas neopentecostais: i.) demarca traços distintivos e sectários; ii.) reforça entre fieis sentimentos de pertencimento, elevando seus níveis de participação e comprometimento; iii.) resulta na partilha de benefícios e na maior produção e consumo coletivos de bens religiosos;</p>
<p>Falta de <i>strictness</i> estimula a atuação de <i>free-riders</i>. Seu excesso, por sua vez, implica a formação de agrupamentos estruturalmente oclusos, desfavoráveis ao seu próprio crescimento;</p> <p>(Finke, 1997)</p>	<b>Corroborada + Ampliada</b>	<p>Falta de <i>strictness</i> estimula, nas igrejas neopentecostais, a atuação de <i>free-riders</i> internos e externos. Seu excesso, por sua vez, sugere a formação de agrupamentos essencialmente oclusos, dificultando seu próprio crescimento, e implica, ao mesmo tempo, possível perda de integrantes/fieis;</p>
<p>Há paradoxo na dinâmica do <i>strictness</i>. Desenvolvimento dos agrupamentos religiosos se associa ao seu certo equilíbrio;</p> <p>(Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone <i>et al.</i>, 1995; Mariano, 2008)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Há paradoxo na dinâmica do <i>strictness</i>. Desenvolvimento de igrejas neopentecostais parece estar associado ao seu certo equilíbrio;</p>
<p>Grupos religiosos “bem-sucedidos” sustentam fortes relações internas e, ao mesmo tempo, mantêm-se como rede social capaz de formar e apoiar laços exteriores;</p> <p>(Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone <i>et al.</i>, 1995; Mariano, 2008).</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Igrejas neopentecostais “bem-sucedidos” sustentam fortes relações internas e, ao mesmo tempo, mantêm-se como rede social capaz de formar e apoiar laços exteriores;</p>
<p>Grupos evangélicos aparentam: i.) sustentar fortes laços internos, e; ii.) acessar laços exteriores;</p> <p>(Ciscon-evangelista &amp; Menandro, 2011; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2008; Pierucci, 2006b; Pierucci &amp; Prandi, 1987; Prandi, 2008; Scott &amp; Cantarelli, 2004)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Igrejas neopentecostais aparentam: i.) sustentam fortes laços internos, e; ii.) acessam laços exteriores;</p>
<p>Atividades empreendedoras bem-sucedidas exigem adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento;</p> <p>(Granovetter, 2009)</p>	<b>Corroborada</b>	<p>Igrejas neopentecostais bem-sucedidas demandam adequado equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento;</p>

Continua

Tabela 35 (continuação)

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
Nível excessivo de acoplamento pode ser prejudicial a certos empreendimentos, assim como sua escassez;  (Granovetter, 2009)	<b>Corroborada</b>	Nível excessivo de acoplamento pode ser prejudicial às igrejas neopentecostais, assim como sua completa escassez;
Empreendedorismo bem-sucedido exige relativo grau de fragmentação social;  (Granovetter, 2009)	<b>Corroborada</b>	Igrejas neopentecostais bem-sucedidas exigem relativo grau de fragmentação social;
Adequado ajuste entre acoplamento e desacoplamento é obtido por empreendedores emigrantes identificados por mesma coletividade, sendo esta delimitada através da combinação de dois fatores: etnia e origem geográfica comum;  (Granovetter, 2009)	<b>Ampliada</b>	Adequado ajuste entre acoplamento e desacoplamento é obtido por empreendedores neopentecostais identificados por mesma coletividade, sendo esta delimitada por coletividade religiosa-congregacional;
Desacoplamento dos empreendedores às comunidades receptoras não implica ruptura de suas relações sociais e comerciais;  (Granovetter, 2009)	<b>Corroborada</b>	Desacoplamento dos empreendedores religiosos às comunidades receptoras não implica ruptura de suas relações sociais e comerciais;
Nível apropriado de acoplamento proporciona desenvolvimento da solidariedade horizontal;  (Granovetter, 2009)	<b>Corroborada</b>	Nível apropriado de acoplamento proporciona desenvolvimento da solidariedade horizontal;
Nível apropriado de desacoplamento desestimula surgimento da solidariedade descontrolada;  (Granovetter, 2009)	<b>Corroborada</b>	Nível apropriado de desacoplamento desestimula surgimento da solidariedade descontrolada;
Desacoplamento evita a “solidariedade descontrolada”, o excesso de reivindicações de natureza social e não econômica;  (Granovetter, 2009)	<b>Corroborada</b>	Desacoplamento evita a “solidariedade descontrolada”, o excesso de reivindicações de natureza social e não econômica;
Empreendedores emigrantes possuem vantagens sobre os nativos em alcançar o equilíbrio correto entre acoplamento e desacoplamento;  (Granovetter, 2009)	<b>Ampliada</b>	Empreendedores religiosos, pastores neopentecostais, em particular, possuem vantagens sobre os demais em alcançar o equilíbrio correto entre acoplamento e desacoplamento;
Empreendedores necessitam mover de seus países de origem para obterem adequado equilíbrio do acoplamento/desacoplamento sociais;  (Granovetter, 2009)	<b>Refutada + Reelaborada</b>	Empreendedores não necessitam mover de seus países de origem para obterem adequado equilíbrio do acoplamento/desacoplamento sociais. Para isto, basta se converter, desacoplando-se de laços adscritos e se acoplando, em seguida, em densas redes neopentecostais, valorizando-as;

Continua

Tabela 35 (continuação)

Proposições Teóricas   Autores de Interesse		Evidências   Análises Empíricas
Redes coesas proporcionam benefícios exclusivos, tais como confiança, normas coletivas e acesso facilitado aos recursos imersos;  Coleman (1988, 1990)	<b>Corroborada</b>	Redes coesas neopentecostais proporcionam benefícios exclusivos, tais como confiança, normas coletivas e acesso facilitado aos recursos imersos;
Quanto mais denso o agrupamento, maior será: i.) o sentimento de confiança ; ii.) a probabilidade de que as obrigações e a solidariedade serão estimuladas e sustentadas;  Coleman (1988, 1990)	<b>Corroborada</b>	Quanto mais denso as redes neopentecostais, maior será: i.) o sentimento de confiança ; ii.) a probabilidade de que as obrigações e a solidariedade serão estimuladas e sustentadas;
Redes coesas impedem comportamentos oportunistas. Estimulam atitudes baseadas no interesse comum;  Coleman (1988, 1990)	<b>Corroborada</b>	Redes coesas neopentecostais impedem comportamentos oportunistas. Estimulam atitudes baseadas no interesse comum;
Religião possui dupla função de identificação social: interna, porque incorpora os que creem em determinada comunidade; externa, porque separa daqueles que não a pertencem;  (Hervieu-Léger, 2008; Prandi, 2008)	<b>Ampliada</b>	Religião e, também, igrejas neopentecostais possuem dupla função de identificação social: interna, porque incorpora os que compartilham de mesma coletividade. Externa, porque separa daqueles que não a pertencem;
Grupos evangélicos estimulam entre os fieis a coesão, a confiança e a solidariedade mútua. Atuam como círculos de trocas que envolvem dinheiro, comida, utensílios, informações, recomendações de trabalho, entre outros;  (Almeida, 2006; Camargo, 1973; Martes & Rodriguez, 2004; Pacheco <i>et al.</i> , 2007; Pierucci & Prandi, 1987, 1996; Serafim <i>et al.</i> , 2012).	<b>Corroborada</b>	Igrejas neopentecostais estimulam entre os fieis a coesão, a confiança e a solidariedade mútua. Atuam como círculos de trocas que envolvem dinheiro, comida, utensílios, informações, recomendações de trabalho, entre outros;
Evangélicos ajudam, primeiro, os “irmãos de fé”, os frequentadores do mesmo templo;  (Almeida, 2006)	<b>Corroborada</b>	Igrejas e pastores neopentecostais ajudam, primeiro, os “irmãos de fé”, os frequentadores do mesmo templo;

É possível observar, sob análises adicionais, complementares, importantes sintonias teóricas entre os argumentos de *strictness*, por um lado, e os de acoplamento e desacoplamento sociais, por outro. Com efeito, embora derivados de abordagens distintas, o primeiro da Escolha Racional da Religião (Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1997; Iannaccone *et al.*, 1995; Finke, 1997; Stark, 1999; Stark *et al.*, 1996), o segundo da literatura sobre Redes Sociais (Granovetter, 2009), ambos os conceitos: i.) salientam a importância de

os empreendedores combinarem, para o desenvolvimento de seus empreendimentos, adequado equilíbrio de fatores sócio-estruturais; ii.) evidenciam benefícios das estruturas de rede parcialmente coesas. De fato, elas estimulam laços de confiança e de auxílio mútuo, ao mesmo tempo em que deprimem comportamentos oportunistas; iii.) sustentam como solicitações excessivas impedem o desenvolvimento bem-sucedido de empreendimentos produtivos; iv.) indicam a importância destes possuírem características, sejam estas permitidas pelo rigor sectário ou pela coletividade distintiva, que os diferenciem em relação à comunidade na qual estão imersos; v.) refletem sobre malefícios da excessiva oclusão estrutural, impeditiva de seu próprio crescimento; vi.) pressupõem serem os empreendimentos bem-sucedidos caracterizados por relativa fragmentação social, e; vii.) destacam a relevância de os empreendimentos sustentarem fortes relações internas, ao mesmo tempo em que se mantêm como rede social capaz de formar e apoiar laços exteriores;

Note, portanto, como os conceitos de *strictness* e os de acoplamento e desacoplamento sociais se assemelham fortemente entre si. Tais similaridades ainda não foram salientadas pela literatura. Elas podem ser associadas em modelo analítico integrado, totalmente inédito. Capaz de ampliar a compreensão de fatores relacionados ao desenvolvimento de empreendimentos religiosos, ele possibilita, ao mesmo tempo, refletir sobre proposições teóricas relacionadas a cada um dos conceitos, ampliando-os. A **Figura 8**, a seguir, detalha a natureza da reflexão. Apresenta as implicações da ausência e da presença totais de *strictness*, de acoplamento e desacoplamento, expondo suas associações. Além disso, destaca as vantagens dos empreendimentos religiosos que obtêm, ao mesmo tempo, adequado equilíbrio entre ambas as dimensões.

	AUSÊNCIA TOTAL		ADEQUADO AJUSTE	PRESENÇA TOTAL	
	Em relação à comunidade na qual se insere a igreja	Em relação à própria igreja neopentecostal	Strictness + Acoplamento   Desacoplamento	Em relação à comunidade na qual se insere a igreja	Em relação à própria igreja neopentecostal
<b>Strictness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula a atuação de free-riders externos;</li> <li>* Impulsiona a manifestação da solidariedade descontrolada;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula a atuação de free-riders internos;</li> <li>* Impulsiona a solidariedade descontrolada;</li> <li>* Impede sua racionalidade e eficiência econômicas;</li> <li>* Nula coesão social;</li> <li>* Perda de fronteiras de sociabilidade e solidariedade;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Barra a atuação de free-riders internos e externos;</li> <li>* Impede a manifestação da solidariedade descontrolada;</li> <li>* Impulsiona coesão social entre os fieis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implica ruptura completa de relações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gera redes religiosas excessivamente coesas;</li> <li>* Impede o crescimento das igrejas;</li> <li>* Impulsiona, devido o excessivo rigor, a perda de de seus integrantes;</li> </ul>
<b>Acoplamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implica ruptura completa de relações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gera redes religiosas excessivamente coesas;</li> <li>* Impede o crescimento das igrejas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula entre os fieis, intensa estrutura de auxílio-mútuo, de solidariedade horizontal;</li> <li>* Cria fronteiras de sociabilidade e solidariedade, impedindo de pessoas externas solicitações excessivas;</li> <li>* Impulsiona a racionalidade e eficiência das igrejas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula a atuação de free-riders externos;</li> <li>* Impulsiona a manifestação da solidariedade descontrolada;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula a atuação de free-riders internos;</li> <li>* Impulsiona a solidariedade descontrolada;</li> <li>* Impede sua racionalidade e eficiência econômicas;</li> <li>* Nula coesão social;</li> <li>* Perda de fronteiras de sociabilidade e solidariedade;</li> </ul>
<b>Desacoplamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula a atuação de free-riders externos;</li> <li>* Impulsiona a manifestação da solidariedade descontrolada;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estimula a atuação de free-riders internos;</li> <li>* Impulsiona a solidariedade descontrolada;</li> <li>* Impede sua racionalidade e eficiência econômicas;</li> <li>* Nula coesão social;</li> <li>* Perda de fronteiras de sociabilidade e solidariedade;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Não gera estruturas sociais totalmente oclusas;</li> <li>* Possibilita às igrejas, ao acessar o contexto exterior, o seu crescimento;</li> <li>* Não implica perda de fieis;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implica ruptura completa de relações;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gera redes religiosas excessivamente coesas;</li> <li>* Impede o crescimento das igrejas;</li> </ul>

**Figura 8.** Vantagens e desvantagens da ausência e da presença totais de *strictness* e acoplamento/desacoplamento sociais.

É possível, a partir da **Figura 8**, observar, sob análise de empreendimentos religiosos, a presença de distintas semelhanças teóricas entre as implicações derivadas das ausências e das presenças totais de *strictness* e de acoplamento/desacoplamento, estes últimos fundamentalmente interconectados entre si. De fato, como já evidenciado, ausência total de acoplamento significa, ao mesmo tempo, presença completa de desacoplamento, e vice-versa. Com efeito, uma estrutura religiosa totalmente acoplada à comunidade local, por exemplo, implica, em relação a esta, carência de desacoplamento, ainda que parcial. Duas analogias fundamentais entre os conceitos se inserem aí. A primeira se relaciona à carência absoluta de *strictness*. Capaz de impedir a racionalidade econômica dos empreendimentos, de estimular a atuação de *free-riders*, impulsionando-lhes à eclosão da solidariedade descontrolada, entre outros malefícios, suas repercussões se identificam àquelas derivadas da total ausência de desacoplamento e da completa presença de acoplamento. A segunda, por sua vez, é análoga à primeira. Isto é, excessivo *strictness* implica, à exemplo do suscitado pela ausência de acoplamento e pelo excesso de desacoplamento, ruptura total de relações, e geração de estruturas religiosas fundamentalmente oclusas, impeditivas de seu próprio crescimento.

Note, portanto, como as completas ausências e presenças de *strictness* e de acoplamento/desacoplamento implicam em repercussões semelhantes entre si. Disto resultam duas constatações adicionais. A primeira se associa às maneiras de se evitar os malefícios gerados/derivados da polaridade dos conceitos. Complementarmente à ambas as abordagens, que sustentam, isoladamente, ser isto possível através do adequado equilíbrio do rigor sectário (*strictness*) ou da coletividade distintiva (acoplamento/desacoplamento), respectivamente, reflexões teóricas e evidências empíricas aqui edificadas sugerem ser isto possível, também, através da combinação de ambos os atributos. De fato, igrejas neopentecostais demonstram isto. Elas conseguem benefícios de suas distintivas capacidades em obterem, ao mesmo tempo, adequados equilíbrios do rigor sectário e de sua coletividade distintiva.

Tal constatação, por sua vez, permite associar ambos os conceitos, ampliando, a partir daí, reflexões advindas das literaturas sobre *strictness* e acoplamento/desacoplamento. Em relação à primeira, ao acrescentar ao conceito de *strictness* a noção, inédita, de coletividade distintiva e suas implicações. Parcial rigor sectário impulsiona nas igrejas neopentecostais a formatação/criação de coletividade, capaz de diferenciarem-nas na comunidade, e de evitar dela, como aqui demonstrado, *free-riders* externos, solidariedade descontrolada. Neste sentido, *strictness* permite solapar *free-riders* internos, como já defendido pelo argumento, e, ao mesmo tempo, externos, tal como aqui demonstrado, de maneira complementar, teórico-empiricamente. Em relação à segunda, ao evidenciar que solicitações excessivas e suas danosas repercussões podem, como já sustentado pela literatura da área, advir de pessoas externas às suas estruturas sociais, e, ao mesmo tempo, de forma inédita, internas a estas, através da figura do *free-rider*. Ao mesmo tempo, ao ampliar a reflexão sobre acoplamento e desacoplamento, salientando, de modo original, fatores, derivados do *strictness*, capazes de contribuir para seu adequado equilíbrio.

## 5) CONCLUSÕES

Esta tese teve o objetivo de investigar como ocorre o desenvolvimento de igrejas neopentecostais enquanto empreendimentos independentes criados por pastores previamente acoplados em comunidades não evangélicas. Para isto, coletaram-se e analisaram-se dados de 23 pastores e de suas respectivas igrejas, localizadas na região metropolitana de Belo Horizonte. De natureza qualitativa e quantitativa, eles associaram-se a duas dimensões distintas e complementares. A primeira se relacionou à orientação empreendedora dos pastores, a capacidade/habilidade que eles possuem em atuarem como empreendedores, isto é, em combinarem, sob distintas intensidades, capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, assunção de riscos e autonomia. A segunda, por sua vez, referiu-se à estrutura social dos pastores e sua influência sobre o desempenho de seus empreendimentos. Inseriram-se, aí, evidências relacionadas aos períodos anterior, durante e posterior às suas conversões religiosas. Importantes conclusões de pesquisa advêm daí, da análise de cada uma das duas dimensões, e, sobretudo, da associação entre elas.

A primeira é a de que o comportamento empreendedor de pastores neopentecostais contribui para o crescimento de suas igrejas. Com efeito, este estudo demonstrou isto. Suas capacidades em combinarem, sob distintos graus e intensidades, capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, assunção de risco e autonomia influenciam o desempenho de seus empreendimentos. Através delas, pastores conseguem novos membros – seja pela conversão de pessoas, seja por meio de práticas prosélicas expressas na disputa concorrencial pelos já convertidos –, impedem a egressão de fieis, atalhando o crescimento de igrejas concorrentes e contribuindo para a sustentação de seus ministérios, e conseguem, ao mesmo tempo, recursos, financeiros e de outras ordens,

fundamentais à criação, manutenção, reforma e ampliação de seus empreendimentos. Logo, pastores mais empreendedores, com maiores habilidades em associarem atributos da orientação empreendedora, possuem, em relação aos demais, capacidade destacada em influenciar positivamente o crescimento de suas igrejas. Pastores empreendedores permitem maior desenvolvimento de seus empreendimentos. Tal conclusão endossa e ao mesmo tempo amplia reflexões da área. O primeiro ao reforçar proposição de Pearce *et al.* (2010) de que orientação empreendedora atua como “fonte de vantagem competitiva ou de renovação estratégica” das denominações religiosas (Pearce *et al.*, 2010, p. 240, tradução nossa). O segundo ao projetar luzes, de maneira inédita na literatura, sobre, em relação aos empreendimentos religiosos, o papel discriminador da orientação empreendedora. O nível de sua apropriação pelos pastores diferencia a performance de suas igrejas.

A segunda conclusão se associa à estrutura social dos pastores e de suas congregações. Seu adequado equilíbrio contribui para o desenvolvimento dos empreendimentos religiosos. De fato, a análise dos dados evidenciou isto. Igrejas e pastores neopentecostais conseguem, ao mesmo tempo, apropriados ajustes do *strictness* e do acoplamento e desacoplamentos sociais. Obtêm importantes benefícios disto. Através deles, barram *free-riders* internos e externos, impedem a solidariedade descontrolada, impulsionam a coesão social das igrejas, estimulando, entre seus membros, intensa estrutura de auxílio-mútuo, de solidariedade horizontal, criam fronteiras de sociabilidade e solidariedade, solapando de pessoas externas solicitações excessivas, estimulam a racionalidade e eficiência das congregações, previnem a exagerada oclusão das redes religiosas, possibilitando-as acesso ao contexto exterior, entre outros. Desta maneira, igrejas e pastores que obtêm harmoniosa estabilidade de suas estruturas sociais conseguem, em relação aos demais, atributos diferenciados capazes de

contribuir para seu próprio crescimento. Isto é, aqueles sócio e estruturalmente equilibrados tendem a se desenvolver mais que os outros. Tal conclusão, obtida da associação ainda não explorada por pesquisadores da área entre duas literaturas distintas, a de acoplamento e desacoplamento, por um lado, e a de *strictness*, por outro, amplia em importantes pontos o arcabouço teórico sobre redes sociais e sobre empreendimentos religiosos compreendidos a partir de vertente econômica, respectivamente. Em primeiro lugar, ao salientar, de maneira inédita, diferentes similaridades teóricas entre os conceitos, possibilitando, da cooptação entre eles, robustecê-los e ampliá-los isoladamente. Em segundo lugar, ao projetar luzes, ainda não enfatizadas, sobre dimensões, advindas do *strictness*, capazes de contribuir para o adequado equilíbrio do acoplamento e desacoplamento sociais. Em terceiro lugar, ao enfatizar, de forma original, a importância de se incorporar à Teoria da Escolha Racional da Religião (TER), à literatura sobre *strictness*, em particular, fatores sócioestruturais relacionados ao desenvolvimento de empreendimentos religiosos.

A terceira conclusão advém da associação entre as duas anteriores. O crescimento de igrejas não aparenta se manifestar, tal como aludido pela literatura da Orientação Empreendedora (Pearce *et al.*, 2010), essencialmente pela capacidade de os pastores atuarem como empreendedores, de combinarem capacidade de inovação, proatividade, agressividade competitiva, assunção de risco e autonomia. Ao mesmo tempo, este não aparenta ocorrer, a exemplo do sugerido pela literatura do *strictness* associada àquela do acoplamento e desacoplamento (Finke, 1997; Iannaccone, 1994; Iannaccone *et al.*, 1995; Stark, 1999; Granovetter, 2009), principalmente pela estrutura social de pastores e igrejas, capaz de se equilibrar. Com efeito, o processo de desenvolvimento das igrejas neopentecostais se demonstrou, em relação às abordagens isoladas da orientação empreendedora ou das redes sociais associadas à do *strictness*, mais complexo, dinâmico

e fluido. Dados de pesquisa permitem concluir ser ele o resultado de combinação positiva entre a atuação empreendedora dos pastores e o apropriado ajuste da estrutura social de suas igrejas. Seu crescimento se encontraria, portanto, condicionado pelos benefícios derivados da associação de ambos os fatores. Neste sentido, ele será maior na medida em que mais empreendedor for o pastor, isto é, mais atributos empreendedores ele conseguir combinar, e, ao mesmo tempo, mais socialmente equilibrado for o arcabouço estrutural de suas igrejas. Esta é importante conclusão de pesquisa. Inédita, acrescenta à literatura inovação teórica. Apresenta relevantes implicações. Inicialmente, amplia a atual compreensão dos fatores necessários ao desenvolvimento de empreendimentos religiosos, incorporando à literatura da orientação empreendedora dimensões relacionais e à abordagem das redes/*strictness* fatores pessoais. Ao mesmo tempo, projeta luzes para a necessidade, até então inexplorada, de se associar à compreensão sobre o desenvolvimento de empreendimentos religiosos, de igrejas neopentecostais, em particular, fatores socioestruturais e pessoais/comportamentais. Tal constatação merece destaque. De fato, nenhum estudo, nacional e internacional, havia, até o momento, chamado à atenção para os benefícios, aqui constatados, da agregação de ambas as literaturas para a compreensão do fenômeno empreendedor religioso.

A quarta conclusão se relaciona à influência da dimensão social sobre a comportamental. Análises de pesquisa permitem concluir ter a estrutura social das igrejas capacidade para influenciar a orientação, a conduta empreendedora dos pastores. Com efeito, diversas evidências comprovam isto. Quatro delas podem ser destacadas. A primeira se relaciona ao rigor sectário (*strictness*). Uma de suas dimensões, a associada ao parcial repúdio das igrejas ao contexto exterior, por exemplo, impulsiona os pastores a lançarem mão de iniciativas agressivas – tais como a proibição e repreensão aos fieis que visitam igrejas concorrentes –, representativas de parte de sua orientação empreendedora.

A segunda refere-se à excessiva oclusão estrutural. Capaz de impedir o crescimento congregacional, pastores evitam-na através da busca pelo crescimento de suas igrejas. Para isto, empregam estratégias, sobretudo, proativas e agressivas, convertendo pessoas, buscando evangélicos de ministérios concorrentes, respectivamente. A terceira se refere às consequências do excesso de *strictness*. Por possibilitar perda de fiéis, pastores procuram, através de iniciativas, muitas delas inovadoras e proativas, seu adequado equilíbrio. Inserem-se, aí, a diminuição do percentual do dízimo, a queda na exigência dos usos e costumes, das regras de comportamento, a redução das cobranças de consagração, entre outros. A quarta se associa ao crescimento das igrejas. Para suportá-lo, pastores assumem riscos. Muitos deles decidem contar com a contribuição de pastores auxiliares, reconhecidos pelos entrevistados como um dos principais responsáveis pelas divisões ministeriais. Note, portanto, como o arcabouço social das igrejas condiciona, em parte, a natureza do comportamento empreendedor dos pastores neopentecostais. Esta é importante conclusão de pesquisa. Incorpora à literatura sobre orientação empreendedora fatores socioestruturais – acoplamento/desacoplamento e *strictness* –, ainda não enfatizados por pesquisadores da área, responsáveis por induzir/forçar nos indivíduos atributos empreendedores, influenciando sua manifestação. Neste sentido, esta conclusão fornece interpretação inédita. A orientação empreendedora ultrapassa a dimensão, hoje realçada por estudiosos do campo (Covin & Wales, 2012; Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996, 2001), fundamentalmente manipulativa, intencional, planejada e voluntariosa dos indivíduos, dos pastores neopentecostais, em especial.

Deriva daí quinta conclusão de pesquisa. Relacionada às motivações impulsionadoras da orientação empreendedora, fornece compreensão complementar à literatura da área. Diversos autores (ver, por exemplo: Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996; Lyon *et al.*, 2000; Rauch *et al.*, 2009; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005;

Wang, 2008) aludem implicitamente ser a orientação empreendedora fruto de comportamentos deliberados, projetados e, sobretudo, proativos. Isto é, indivíduos empregariam e associariam seus atributos de maneira calculada, conjecturada, visando objetivos previstos. Lumpkin and Dess (1996), por exemplo, sustentam como ela deriva da busca por oportunidades. Estas condicionariam os comportamentos mais adequados. Hugles *and* Morgan (2007), por sua vez, salientam como os empreendedores não precisam perseguir todas as dimensões da orientação empreendedora, somente aquelas, antevistas, que adicionam valor (Hugles & Morgan, 2007, p. 658, tradução). A própria definição de parte dos atributos sugere sua natureza planejada. Capacidade de inovação, por exemplo, “reflete a tendência para engajar e suportar novas ideias” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 142, tradução nossa). Proatividade, por sua vez, refere-se ao ato de antecipar futuros problemas, necessidades ou mudanças. Já autonomia associa-se à “disposição para ser autônomo na busca de oportunidades” (Lumpkin & Dess, 1996, p. 140, tradução nossa).

Análises de pesquisa permitem, no entanto, edificar nova interpretação teórica. Comportamentos empreendedores podem ser suscitados/eclodidos por necessidade, por fatores passivos que ultrapassam aqueles planejados, controlados e/ou previstos pelos indivíduos. Isto é, estes podem empregar e combinar elementos de inovação, proatividade, agressividade competitiva, tomada de risco e/ou autonomia em reação, passiva, a diversos fatores impulsionadores, dentre os quais se inserem os socioestruturais. Com efeito, foi assim com os pastores. Devido razões religiosas/doutrinárias, constituidoras do *strictness*, eles implementaram ações agressivas alusivas de sua orientação empreendedora. Ou, para evitar a perda de fieis, capaz de fechar suas igrejas, foram forçados a serem igualmente hostis, e, também, a diminuir o rigor sectário de suas igrejas, lançando mão de ações muitas delas inovadoras e proativas

ao contexto religioso. Ou, ainda, para suportar o crescimento, viram-se obrigados, muitos deles, a contarem com a ajuda de pastores auxiliares, assumindo riscos. Neste sentido, tal como aqui concluído, orientação empreendedora dos indivíduos pode ser suscitada, simultaneamente, por dois fatores fundamentais. O primeiro, já salientado tacitamente pela literatura (Hugles & Morgan, 2007; Lumpkin & Dess, 1996; Lyon *et al.*, 2000; Rauch *et al.*, 2009; Wiklund & Shepherd, 2003, 2005; Wang, 2008, entre outros), é de natureza ativa, empregada pelos empreendedores de maneira planejada, estruturada. O segundo, por sua vez, é inédito. Sustenta ser o comportamento empreendedor passivo, eclodido/manifesto em resposta aos imperativos socioestruturais, ambientais. Esta é importante contribuição teórica. Incorpora à literatura sobre orientação empreendedora noção de que a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a assunção de risco e a autonomia derivam da busca de oportunidades e/ou, alternativamente, da necessidade de sobrevivência dos empreendedores e de seus empreendimentos. De que eles podem ser puxados pelos, e/ou empurrados aos indivíduos. Que estes, por sua vez, podem decidir serem empreendedores e/ou serem-nos impelidos a isto. Tal reflexão guarda forte sintonia com a literatura derivada das motivações empreendedoras (para revisão recente, ver: Corrêa & Vale, 2013; Vale, Corrêa, & Reis, 2014).

A sexta conclusão se relaciona às duas anteriores. Análises de pesquisa permitem concluir, em analogia à constatação de que a estrutura social das igrejas influencia a orientação empreendedora dos pastores, ser, do mesmo modo, seu ativo comportamento empreendedor também capaz de influenciar o arcabouço relacional de suas congregações. Com efeito, dois exemplos evidenciam isto. O primeiro se associa à combinação da capacidade de inovação, da proatividade e da agressividade competitiva. É através dela que pastores-empreendedores conseguem, da conversão e do proselitismo, novos

membros às suas igrejas, aumentando sua estrutural social, evitando sua excessiva oclusão. Práticas tais como a diminuição do percentual do dízimo, a criação de campanhas inovadoras, a evangelização de porta em porta e o aliciamento de membros de igrejas evangélicas contribuem para isto. O segundo se relaciona à capacidade de inovação e à agressividade competitiva. De sua combinação, pastores evitam/desestimulam a egressão de fieis, ao mesmo tempo em que açodam o desenvolvimento financeiro-estrutural suas igrejas e o adensamento de suas redes congregacionais, impulsionam-nos a restringirem nestas suas interações sociais. Fazem isto ao, inovadora e, sobretudo, agressivamente, instigarem-nos a buscarem principalmente na igreja a solução de suas diferentes necessidades; ao ensinarem-nos a procurarem nos “irmãos de fé” o auxílio necessário; ao salientarem a primazia da família congregacional em detrimento à familiar; ao estimularem a união dos fieis visando nela apoio necessário ao crescimento de suas igrejas; ao impedirem membros de visitarem igrejas concorrentes; ao buscarem, através de diversos serviços e atendimentos inovadores, ultrapassar o atendimento limitado às suas necessidades físicas e/ou econômicas, entre outros.

Note, portanto, como pastores neopentecostais conseguem, por meio de seu comportamento empreendedor, influenciar, direta e indiretamente, a estrutura social de suas congregações. Isto possui, inclusive, implicações sobre os adequados equilíbrios do *strictness* e do acoplamento e desacoplamentos sociais. De fato, os comportamentos empreendedores que impulsionam, em parte, a coesão das igrejas, restringindo à coletividade congregacional ampla e irrestrita gama de serviços e auxílio-mútuo, são os mesmos que, devido esta, delimitam seus alcances de sociabilidade, evitando a atuação de *free-riders* externos, a manifestação da solidariedade descontrolada. Esta é importante contribuição teórica. Com efeito, poucos são os estudos (ver, por exemplo: Hoang &

Antoncic, 2003; Slotte-Kock & Coviello, 2010) que salientam as redes como variáveis dependentes (Hoang & Antoncic, 2003), projetando luzes, como aqui realizado, sobre a influência dos processos e atributos empreendedores para sua criação/modificação/aperfeiçoamento. Esta conclusão inseriu-se justamente neste contexto.

A **Figura 9**, a seguir, ilustra e expande a natureza das conclusões. Apresenta, em relação aos pastores e às suas igrejas, associações, aqui concluídas, entre, por um lado, a orientação empreendedora, e, por outro, a estrutura social, bem como suas influências sobre o desempenho de suas congregações.



**Figura 9.** Orientação empreendedora e estrutura social para o crescimento das igrejas.

Observe, a partir da **Figura 9**, em síntese, como o processo de desenvolvimento das igrejas neopentecostais se demonstra complexo e dinâmico. O comportamento

empreendedor dos pastores influencia a estrutura social de suas igrejas, incluindo, aí, fatores que repercutem nos adequados equilíbrios do *strictness* e do acoplamento e desacoplamento. Esta, por sua vez, interfere na orientação dos pastores, implicando-os à, de maneira passiva, responderem por meio da associação de atributos empreendedores aos imperativos socioestruturais, ambientais. Ambos, em conjunto e de maneira cíclica, condicionam o desempenho das igrejas. Logo, recursivamente, análises de pesquisa permitem concluir ser o desenvolvimento das congregações neopentecostais o resultado de associação positiva entre as duas dimensões. Neste sentido, ele deverá ser maior quanto mais empreendedor forem os pastores e, ao mesmo tempo, mais equilibradas nas dimensões do *strictness* e do acoplamento e desacoplamento sociais forem as estruturas de suas congregações.

No entanto, há algo além. Análises complementares permitem avançar ainda mais, projetando luzes para sétima conclusão de considerável relevância teórica. Inédita na literatura, amplia proposição de diversos autores sobre os atributos constituintes da orientação empreendedora (ver, por exemplo: Covin & Slevin, 1989; Covin *et al.*, 2006; Covin *et al.*, 1994; Covin & Wales, 2012; Dawson, 1998; Finke, 1990, 1997; Finke *et al.*, 1996; Finke & Stark, 1988, 1992; Hugles & Morgan, 2007, e outros). Complementarmente aos pesquisadores, que sustentam ser esta “conjunto de [métodos, práticas (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2005)] e comportamentos que possuem como qualidades a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a tomada de risco e a autonomia, análises aqui obtidas parecem permitir, de maneira original, poder incluir ao construto da orientação empreendedora atributo adicional: a habilidade para construir e otimizar estruturas sociais equilibradas. Com efeito, como aqui evidenciado, redes sociais ajustadas – caracterizadas pelos adequados equilíbrios do *strictness* e do acoplamento e desacoplamento – contribuem para o

desenvolvimento de igrejas neopentecostais e, de maneira geral, de empreendimentos produtivos. Ao mesmo tempo, pastores conseguem, ativamente, por meio de seus comportamentos empreendedores, influencia-las. Logo, equilibrar estruturas sociais pode, tal como os demais atributos da orientação empreendedora, colaborar para melhorar a competitividade dos empreendimentos (Pearce *et al.*, 2010), religiosos ou não, caracterizando e distinguindo empreendedores dos demais. Portanto, tal como aqui inferido, orientação empreendedora pode ser conceituada como conjunto de métodos, práticas e comportamentos distintos, mas, relacionados, que possuem como qualidades a capacidade de inovação, a proatividade, a agressividade competitiva, a assunção de risco, autonomia e, também, a habilidade para equilibrar estruturas sociais. Esta é importante inovação. Acrescenta à literatura sobre a temática interpretação inédita.

Esta tese permitiu, para além das conclusões, diversas contribuições de natureza teórica e metodológica, incluindo, aí, implicações para o contexto prático. No âmbito teórico, vinte e uma se destacaram. Foram elas: i.) constatar a relevância da proatividade dos pastores para o desempenho de suas igrejas, reinterpretando proposição de Pearce *et al.*, (2010) sobre o tema; ii.) ampliar a interpretação teórica sobre agressividade competitiva, incorporando ao conceito, inicialmente centrado ao crescimento de dada instituição (Pearce *et al.*, 2010; Lumpkin & Dess, 1996, 2001; Lyon *et al.*, 2000; Pearce *et al.*, 2010; Wang, 2008), noção de ações voltadas, também, à sua manutenção/sustentação no mercado; iii.) Demonstrar novos fatores propulsores da assunção de riscos dos pastores, tais como competitividade e crescimento congregacionais, expandindo concepção limitada de Nwankwo *and* Gbadamosi (2013) e de Pearce *et al.* (2010) sobre sua manifestação; iv.) revelar a importância da assunção de riscos, da proatividade e da agressividade competitiva para o desempenho de empreendimentos religiosos, reedificando entendimento de Pearce *et al.*, (2010) sobre o

tema; v.) salientar a repercussão destacada da combinação entre proatividade, agressividade competitiva, assunção de riscos e autonomia para o desempenho de igrejas, reinterpretando proposição de Pearce *et al.*, (2010) de que este resulta da associação entre capacidade de inovação e autonomia;

vi.) comprovar, em oposição ao entendimento de Pearce *et al.*, (2010), de que igrejas valorizam a competitividade interdenominacional, projetando luzes, ao mesmo tempo, sobre a dinâmica e as repercussões de sua ocorrência; vii.) incorporar à proposição de que pastores visam conseguir mais recursos e fieis (Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003; Pierucci, 2008; Prandi, 1996, 1999), a noção, inédita, de que eles buscam, também, manter seus membros, seus clientes; viii.) acrescentar à reflexão de Prandi (1996, 2008) sobre estratégias utilizadas pelos pastores para extração de recursos dos fieis a proposição, ainda não enfatizada, de que eles criam e empregam inúmeras táticas racionais e emocionais para isto, detalhando-as; ix.) sobrepor à compreensão de que a mobilidade religiosa dos fieis denota seu comportamento racional (Hamilton, 2009; Iannaccone, 1995, 1997; Iannaccone *et al.*, 1997; Stark, 1999; Warner, 1993), a interpretação, inovadora, que sua prática de barganha com Deus também anuncia-o; x.) adicionar às reflexões de Pierucci (1999, 2006a, 2011) e de Prandi (1999, 2008) a concepção, ainda não salientada, de que pastores conseguem fieis através de agressivo proselitismo realizado em igrejas evangélicas concorrentes; xi.) vincular às técnicas de conversão ressaltadas por diferentes autores (ver, por exemplo: Hamilton, 2009; Hervieu-Léger, 2008; Mariano, 2003, 2008; Pacheco *et al.*, 2007; Pearce *et al.*, 2010; Pierucci, 1999, 2008; Prandi, 2008), dez outras, minudenciando-as;

xii.) incorporar ao conceito de *free-rider* (Finke, 1997; Iannaccone, 1994) a interpretação, inédita, de que eles podem ser atores externos às estruturas religiosas; xiii.) expandir a abordagem sobre *strictness* (Anderson, 1988; Finke, 1997; Iannaccone, 1994;

Iannaccone *et al.*, 1995 Mariano, 2008; Prandi, 1991; Stark, 1999), salientando atributos comportamentais, ainda não enfatizados, capazes de barrarem a atuação de *free-riders*, internos e externos; xiv.) dilatar a literatura sobre os efeitos danosos da falta e do excesso de *strictness* (Finke, 1997), acrescentando-a noção, original, sobre perda de fieis; xv.) alargar a atual compreensão sobre acoplamento e desacoplamento sociais (Granovetter, 2009), projetando luzes, ainda não ressaltadas, sobre critérios necessários ao seu apropriado ajuste; xvi.) apor à proposição de Granovetter (2009) de que empreendedores emigrantes possuem vantagens sobre os nativos em alcançar equilíbrio entre acoplamento e desacoplamento o entendimento, incomum, de que empreendedores religiosos também detêm-nas; xvii.) evidenciar, em aversão à conjectura de Granovetter (2009), não ser fundamentalmente necessário aos empreendedores moverem-se de seus países de origem para alcançarem adequado equilíbrio do acoplamento e desacoplamento sociais. Para isto, é preciso se converter, desacoplando-se de laços adscritos e se acoplando, em seguida, em redes neopentecostais, valorizando-as; xviii.) acrescentar à suposição de Hervieu-Léger (2008) de que a religião contém dupla função de identificação social, interna e externa, a percepção, mais estreita, de que as igrejas neopentecostais também possui-a; xix.) somar ao conceito de *strictness* a ideia de coletividade distintiva; xx.) descobrir serem as solicitações excessivas possíveis de serem advindas de pessoas internas às estruturas sociais, e; xxi.) adicionar ao arcabouço teórico sobre acoplamento e desacoplamento fatores, derivados do *strictness*, capazes de contribuir para seu adequado ajuste.

No domínio metodológico, esta pesquisa inovou ao apropriar o coeficiente de correlação de postos de Spearman para a análise das redes sociais, para – fundamentado em levantamento sociométrico relativo a dois períodos distintos – investigar transformações na estrutura social dos indivíduos, em particular. Ao fazer isto, salientou-

se sua relevância e apropriação, ainda não enfatizadas, para estudos desta natureza. No campo prático, por sua vez, esta tese gera importantes implicações. Primeiro, evidencia-se a necessidade de se incorporar em programas de iniciação empresarial temáticas relacionadas à orientação empreendedora e às estruturas sociais, enfocando suas associações, e, delas, repercussões, aqui identificadas, sobre o desempenho organizacional. Segundo, projeta-se luzes para a importância de os administradores compreenderem igrejas como empreendimentos produtivos, criando e formatando, especificamente para elas, estratégias de implementação e desenvolvimento. Terceiro, reforça-se aos investigadores da administração a proeminência do contexto religioso brasileiro como campo fértil de pesquisas e de novas descobertas. Finalmente, espera-se que os resultados aqui obtidos forneçam insumos capazes de, aos pastores, contribuir – por meio de elementos da orientação empreendedora e da estrutura social – para o desenvolvimento de suas igrejas, e, aos seus fieis, ampliarem seus conhecimentos sobre os fatores, impulsos e motivações que condicionam o funcionamento de suas congregações.

Embora forneça importantes subsídios, esta pesquisa apresenta limitações. Quatro delas podem ser destacadas. A primeira se refere à ausência de dados sobre membros das igrejas, capazes de robustecer as análises, e ampliar, através da triangulação, a validade e a confiabilidade dos construtos. Duas razões fundamentais impossibilitaram-nos. Enquanto alguns pastores condicionaram a indicação de membros à oportunidade de participarem de sua coleta de dados, filtrando-a, outros, a maioria, por sua vez, proibiram entrevistas dos fieis, negando seus contatos. A segunda se associa à impossibilidade de obter dados comprovativos do desempenho bem-sucedido dos empreendedores e de seus empreendimentos. Inserem-se, aí, por exemplo, a evolução no número de fieis, com indicadores de sua variação periódica, e a arrecadação financeira mensal/anual das

igrejas. Com efeito, nenhum dos pastores entrevistados, de pequenas e de grandes igrejas, quis passar tais informações. Alguns, segundo eles, por não manterem registros formais. Outros, por julgarem-nas confidenciais, destinadas, apenas, a alguns membros-fieis. Tal como este estudo demonstrou, o pesquisador encontrava-se desacoplado da estrutura religiosa, incapaz, portanto, de acessar seus recursos. Deriva, daí, terceira limitação de pesquisa. Associa-se a não definição, precisa e uniforme, isto é, válida a todos, do conceito de igrejas bem-sucedidas. Desta maneira, conquanto a agregação de atributos pessoais e relacionais contribua, como aqui comprovado, para o crescimento das igrejas, não se pode afirmar ser este “bem-sucedido”. Duas razões fundamentais explicam isto. A primeira, já detalhada, refere-se à ausência de dados dedutivos. A segunda, por sua vez, alude-se a uma natureza subjetiva do conceito. Com efeito, sua definição é altamente variável, mesmo entre os pastores. Para alguns, sê-lo é ter muitos membros na igreja, seja pequena ou grande. “Muitos [querem é] ver a igreja cheia, [...] lotada” (Zulmira). Para outros, é crescê-la em número de fieis. Ainda assim, a definição de crescimento não é consensual. Osvaldo, por exemplo, sonha ter “a maior igreja de Contagem” (Osvaldo), Cristiano, “mil membros”, Damião, dois milhões deles. Além disso, diferentes fatores, tais como tornar-se rico, ajudar espiritualmente os fieis, formando-os, salvar vidas, promover apoio emocional, entre outros, podem, também, inserir-se aí. Salienta Abelardo, por exemplo, como “o pastor tem duas funções: ajudar a pessoa na fé e ajudar a pessoa a crescer enquanto ser humano”. A quarta limitação se relaciona à apropriação de método retrospectivo para coleta sociométrica de dados longitudinais (Elliott, 2005). Conquanto elimine “a necessidade de voltar a contatar mesmo grupo de indivíduos durante período de tempo” (Elliott, 2005, p. 62, tradução nossa), tal método dificulta-lhes, em relação a distantes momentos do passado, recordações sobre relações egocêntricas sustentadas.

Novas pesquisas poderiam avançar em tais obstáculos, debelando-os. Ao mesmo tempo, deveriam investigar proposições teóricas aqui edificadas, averiguando-as. Neste sentido, sugere-se aos pesquisadores: i.) aprofundar o conhecimento sobre empreendimentos religiosos, definindo métricas objetivas/padronizadas capazes de determinar seus desempenhos mal e/ou bem-sucedidos; ii.) ampliar a compreensão sobre a influência das redes sociais para a formação e consolidação de atributos empreendedores em pastores; iii.) comparar a orientação empreendedora de pastores neopentecostais e tradicionais, relacionando-a à trajetória de suas instituições; iv.) investigar, longitudinalmente, o desempenho de igrejas conduzidas por pastores empreendedores e não empreendedores, projetando luzes sobre as repercussões isoladas de suas manifestações; v.) delimitar, designadamente para o contexto religioso, critérios referenciais dos comportamentos empreendedores, facilitando, aos pastores e demais agentes, suas atribuições. Isto é, capacidade de inovação, por exemplo, pode, no ambiente congregacional, apresentar outros significados/implicações, ainda não identificados; vi.) pesquisar, sob metodologia etnográfica, a atuação empreendedora dos pastores, salientando dimensões eventualmente simbólicas, pouco utilitaristas, associadas às suas atuações; vii.) analisar, aos pastores originários de comunidades não evangélicas, sua propensão empreendedora antes e depois da conversão, identificando, daí, a capacidade distintiva das religiões e/ou das igrejas em formar empreendedores; viii.) inquirir as redes religiosas sob variável dependente, expandindo e endossando fatores pessoais/comportamentais que interferem em sua estrutura; ix.) indagar, para além do adequado equilíbrio dos arcabouços sociais, demais fatores relacionais capazes de contribuir para desenvolvimento de empreendimentos religiosos; x.) examinar, longitudinalmente, a trajetória de igrejas malsucedidas, expandindo, da associação de

atributos comportamentais e relacionais, a compreensão de suas motivações; xi.) investigar, sob perspectivas comportamental e relacional, a propensão empreendedora de pastoras evangélicas, comparando-a, ao mesmo tempo, a atuação de pastores-empREENDEDORES, e; xii.) pesquisar o fenômeno empreendedor neopentecostal em outros países, sobretudo da América Latina e da África, confrontando-o à realidade brasileira. Estas e outras pesquisas ampliariam sensivelmente o atual entendimento da administração sobre empreendimentos religiosos. Em essência, o campo demonstra-se altamente fértil. Há, certamente, oportunidades para novas descobertas e instigantes conclusões.

**REFERÊNCIAS**

Aaboen, L., Dubois, A., & Lind, F. (2012). Capturing processes in longitudinal multiple case studies. *Industrial Marketing Management*, 41(2), 235-246. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850112000107>. doi:

10.1016/j.indmarman.2012.01.009

Adami, M. F., & Kiger, A. (2005). The use of triangulation for completeness purposes. *Nurse Researcher*, 12(4), 19-29. Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16045044>

Ahuja, G., Soda, G., & Zaheer, A. (2012). The Genesis and Dynamics of Organizational Networks. *Organization Science*, 23(2), 434-448. Retrieved from <http://orgsci.highwire.org/content/early/2011/10/19/orsc.1110.0695.abstract>. doi:

10.1287/orsc.1110.0695

Almeida, R. (2006). A expansão pentecostal: circulação e flexibilidade. In F. Teixeira & R. Menezes (Orgs.), *As religiões no Brasil: continuidades e rupturas* (Cap. 7, pp. 111-122). Petrópolis: Vozes.

Anderson, G. M. (1988). Mr. Smith and the Preachers: The Economics of Religion in the Wealth of Nations. *Journal of Political Economy*, 96(5), 1066-1088. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/1837247>

Audretsch, D. B., Boente, W., & Tamvada, J. P. (2007). Religion and Entrepreneurship. *Jena economic research papers*, 75, 1-27. Retrieved from <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/25667/1/559546769.PDF>

Audretsch, D. B., Boente, W., & Tamvada, J. P. (2013). Religion, social class, and entrepreneurial choice. *Journal of Business Venturing*, 28, 774-789. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000554>. doi: 10.1016/j.jbusvent.2013.06.002

Awang, A., Ahmad, Z. A., Asghar, A. R. S., Subari, K. A., & Kassim, S. A. (2011). Firm entrepreneurial orientation and knowledge/networking of agro-based enterprises in Malaysia: The role of technology and strategy. *African Journal of Business Management*, 5(22), 9684-9704. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=10](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=10). doi: 10.1007/s11365-014-0302-y

Baechler, J. (1995). Religião. In R. Boundon (Org.), *Tratado de Sociologia* (pp. 449-488). Rio de Janeiro: Jorge Zahar

Balestrin, A., & Vargas, L. M. (2004). A dimensão estratégica das redes horizontais de PMEs: teorizações e evidências. *Revista de Administração Contemporânea (Impresso)*, 8, 203-227. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v8nspe/v8nespa11.pdf>

Balog, A. M., Baker, L., & Walker, A. G. (2014). Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda. *Journal of Management, Spirituality &*

*Religion*, 11(2), 159-186. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14766086.2013.836127#.Va7I6fIVhBc>. doi: 10.1080/14766086.2013.836127

Barbastefano, R. G., Souza, C., Costa, J. M. S. de., & Teixeira, P. M. (2015). Influência da ambiguidade de nomes na centralidade de redes de coautoria. *Transinformação*, 27(3), 189-198. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/tinf/v27n3/0103-3786-tinf-27-03-00189.pdf>. doi: 10.1590/0103-37862015000300001

Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo* (1a ed.). Lisboa: Edições 70

Barro, R. J., & McCleary, R. M. (2003). Religion and Economic Growth across Countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760-781. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/1519761>

Bauer, M. (2002). Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In M. Bauer., & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático* (pp. 189-219). Petrópolis: Vozes

Bauer, M., Gaskell, G., & Allum, N. C. (2002). Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In M. Bauer., & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático* (pp. 17-36). Petrópolis: Vozes.

Bendix, R. (1986a). *Max Weber, um perfil Intelectual* (Cap. 3, pp. 67-86). Brasília: Editora da UNB

Bendix, R. (1986b). *Max Weber, um perfil Intelectual* (Cap. 4, pp. 89-99). Brasília: Editora da UNB

Berten, A. (2011). *Modernidade e desencantamento: Nietzsche, Weber e Foucault* (Cap. 3, pp. 83-130). São Paulo: Saraiva

Bisquerra, R., Sarriera, J. C., & Martínez, F. (2004). Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS. Porto Alegre: Artmed

Bonoma, T. V. (1985). Case Research in Marketing: Opportunities, Problems, and a Process. *Journal of Marketing Research*, 22(2), 199-208. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/3151365?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102553458237>

Booth, W. C., Colomb, G. G., & Williams, J. M. (2000). *A arte da pesquisa*. São Paulo: Martins Fontes

Borges, A. F., Enoque, A. G., Borges, J. F., & Almeida, L. L. S. de. (2015). Empreendedorismo Religiosos: um estudo sobre empresas que exploram o nicho da religiosidade. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(5), 565-583. Recuperado de [http://www.anpad.org.br/periodicos/arq\\_pdf/a\\_1629.pdf](http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_1629.pdf). doi: 10.1590/1982-7849rac20151626

Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=7](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=7). doi:

10.1016/j.jbusvent.2013.04.001

Burrell, G., & Morgan, G. (1993). *Sociological paradigms and organizational analysis*. Arena: Hampshire

Burt, R. S. (1980). Models of Network Structure. *Annual Review of Sociology*, 6, 79-141. Retrieved from <http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.so.06.080180.000455>. doi:

10.1146/annurev.so.06.080180.000455

Burt, R. S. (1997). The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339-365. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2393923>

Burt, R. S. (1999). The Social Capital of Opinion Leaders. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 566(1), 37-54. Retrieved from <http://faculty.chicagobooth.edu/ronald.Burt/research/files/SCOL.pdf>. doi:

10.1177/000271629956600104

Burt, R. S. (2000a). Structural holes versus network closure as social capital. In N. Lin, K. Cook, & R. S. Burt (Eds.), *Social capital: theory and Research* (pp. 31-56). Sociology and Economics: Controversy and Integration series

Burt, R. S. (2000b). The Network Structure of Social Capital. *Research in Organizational Behavior*, 22, 345-423. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191308500220091>. doi: 10.1016/S0191-3085(00)22009-1

Burt, R. S. (2001). The social capital of structural holes. In M. F. Guillén (Ed.), *The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field* (pp. 201-247). Russell Sage Foundation: New York

Burt, R. S. (2004). Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*, 110(2), 349-399. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/10.1086/421787>

Burt, R. S. (2008). Information and structural holes: comment on Reagans and Zuckerman. *Industrial and Corporate Change*, 17(5), 953-969. Retrieved from <http://icc.oxfordjournals.org/content/17/5/953.short>. doi: 10.1093/icc/dtn033

Burt, R. S. (2009). The Network Entrepreneur. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: the social science view* (pp. 281-307). Oxford University Press: New York

Camargo, C. P. F. (1973). *Católicos, Protestantes, Espíritas*. Petrópolis: Vozes.

Campos, C. J. G. (2004). Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 57(5), 611-614.

Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en&nrm=iso&tlng=pt). doi: 10.1590/S0034-71672004000500019

Carswell, P. & Rolland, D. (2007). Religion and entrepreneurship in New Zealand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), 162-174.

Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17506200710752584>. doi: [10.1108/17506200710752584](http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17506200710752584)

Castilla, E. J., Hwang, H., Granovetter, E., & Granovetter, M. (2000). Social Networks in Silicon Valley. In C. M. Lee, W. Miller, M. Hancock, & H. Rowen (Eds.), *The Silicon Valley Edge* (pp. 218-247). Stanford: Stanford Business Books

Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Rio de Janeiro: Vozes

Ciscon-Evangelista, M. R., & Menandro, P. R. M. (2011). Transito religiosos e construções identitárias: mobilidade social e evangélicos neopentecostais. *Psico-USF*, 16(2), 193-202.

Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-82712011000200008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-82712011000200008&script=sci_arttext). doi: 10.1590/S1413-82712011000200008

Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120. Retrieved from

<http://www.jstor.org/discover/10.2307/2780243?uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101127988721>

Coleman, J. S. (1990). *Social Capital* (pp. 300-321). The Belknap Press of Harvard University Press: Cambridge

Corrêa, V. S., & Vale, G. M. V. (2013). A dinâmica das motivações empreendedoras: uma investigação retrospectiva. *Pretexto*, 14(4), 11-28. Recuperado de <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/1441/Artigo%201>

Corrêa, V. S., & Vale, G. M. V. (no prelo). Ação econômica e religião: igrejas como empreendimentos no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*.

Covin, J. G., & Covin, T. (1990). Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 14(4), 35-50

Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 57-81. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00110.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1540-6520.2006.00110.x

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250100107/abstract>. doi: 10.1002/smj.4250100107

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 16(1), 7–24. Retrieved from <http://kisi.deu.edu.tr//ethem.duygulu/covin%20ve%20slevin.pdf>

Covin, J. G., Slevin, D. P., & Schultz, R. L. (1994). Implementing strategic missions: Effective strategic, structural, and tactical choices. *Journal of Management Studies*, 31(4), 481–503. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6486.1994.tb00627.x/abstract>

Covin, J. G., & Wales, W. J. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 677-702. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2010.00432.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00432.x

Creswell, J. W. (2007). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto* (pp. 184-210). Porto Alegre: Artmed

Dana, L. (2010). *Entrepreneurship and Religion* (Cap. 1, pp. 1-26). Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.

Dawson, L. L. (1998). The cultural significance of new religious movements and globalization: A theoretical prolegomenon. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 37(4), 580–595. Retrieved from [http://www.jstor.org/stable/1388142?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1388142?seq=1#page_scan_tab_contents). doi: 10.2307/1388142

Dodd, S. D., & Gotsis, G. (2007). *An Examination of the Inter-relationships between Entrepreneurship and Religion*. Retrieved from [https://www.academia.edu/1056558/The\\_interrelationships\\_between\\_entrepreneurship\\_and\\_religion](https://www.academia.edu/1056558/The_interrelationships_between_entrepreneurship_and_religion)

Dodd, S. D., & Seaman, P. T. (1998). Religion and enterprise: an introductory exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(1). Retrieved from <http://www.questia.com/article/1G1-55330105/religion-and-enterprise-an-introductory-exploration>

Dougherty, K. D., Griebel, J., Neubert, M. J., & Park, J. Z. (2013). A Religious Profile of American Entrepreneurs. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 52(2), 401-409. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jssr.12026/abstract>. doi: 10.1111/jssr.12026

Duarte, R. (2002). Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. *Cadernos de Pesquisa*, 115, 139-154. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742002000100005&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742002000100005&script=sci_abstract&tlng=pt). doi: 10.1590/S0100-15742002000100005

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/258557>

Elliott, J. (2005). *Using narrative in social research: qualitative and quantitative approaches*. London: Sage Publication.

Fazito, D., & Soares, W. (2010). Capital social, análise de redes e os mecanismos intermediários do sistema migratório Brasil/EUA. *Geografias*, 6(1), 27-41. Recuperado de <http://www.cantacantos.com.br/revista/index.php/geografias/article/view/101>

Finke, R. (1990). Religious deregulation: Origins and consequences. *Journal of Church and State*, 32, 609–626. Retrieved from <http://jcs.oxfordjournals.org/content/32/3/609.short?rss=1&ssource=mfc>. doi: 10.1093/jcs/32.3.609

Finke, R. (1997). The Consequences of Religious Competition: supply-side explanations for religious change. In L. A. Young (Ed.), *Rational Choice Theory and Religion* (Cap. 3, pp. 45-63). Routledge. Retrieved from [http://books.google.ca/books?id=4dMzunjcz4QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](http://books.google.ca/books?id=4dMzunjcz4QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)

Finke, R., Guest, A.M., & Stark, R. (1996). Mobilizing local religious markets: Religious pluralism in the empire state, 1855 to 1865. *American Sociological Review*, 61(1), 203–218. Retrieved from [http://www.jstor.org/stable/2096331?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/2096331?seq=1#page_scan_tab_contents)

Finke, R., & Stark, R. (1988). Religious economies and sacred canopies: religious mobilization in American cities, 1906. *American Sociological Review*, 53(1), 41-49. Retrieved from [http://www.jstor.org/stable/2095731?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/2095731?seq=1#page_scan_tab_contents)

Finke, R., & Stark, R. (1992). *The churching of America: Winners and losers in our religious economy*. New Brunswick: Rutgers University Press

Freitas, L. Q. de. (2010). Medidas de centralidade em grafos (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Recuperado de [http://objdig.ufrj.br/60/teses/coppe\\_m/LeandroQuintanilhaDeFreitas.pdf](http://objdig.ufrj.br/60/teses/coppe_m/LeandroQuintanilhaDeFreitas.pdf)

Freund, J. (1983, novembro 05). Max Weber e a Ética Protestante e o Espírito de Capitalismo. *O Estado de São Paulo*, Caderno de Programas e Leituras

Freund, J. (1987a). *Sociologia de Max Weber* (Cap. 4, pp. 100-158). Rio de Janeiro: Forense Universitária

Freund, J. (1987b). *Sociologia de Max Weber* (Cap. 1, pp. 09-31). Rio de Janeiro: Forense Universitária

Frigerio, A. (2008). O paradigma da escolha racional: mercado regulado e pluralismo religioso. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, 20(2), 17-39. Recuperado de <http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12577>

Galbraith, C. S., & Galbraith, D. M. (2007). An empirical note on entrepreneurial activity, intrinsic religiosity and economic growth. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), 188-201. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/17506200710752601>. doi:

10.1108/17506200710752601

Gaskell, G. (2002). Entrevistas individuais e grupais. In M. Bauer, & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático* (pp. 64-83). Petrópolis: Vozes

Geertz, C. A. (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC

Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas

Ginting, G. (2015). Open Innovation Model: Empowering Entrepreneurial Orientation and Utilizing Network Resources as Determinant for Internationalization Performance of Small Medium Agroindustry. *International Conference on Agro-Industry (IcoA): Sustainable and Competitive Agro-Industry for Human*, 3, 56-61. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=3](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=3). doi: 10.1016/j.aaspro.2015.01.013

Godoi, C. K., & Balsini, C. P. V. (2004, junho). A Metodologia Qualitativa nos Estudos Organizacionais: análise da produção científica brasileira entre 1997 e 2003. *Anais do Encontro de Estudos Organizacionais da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, Brasil, 3. Recuperado de [http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo\\_2004/2004\\_ENEO466.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo_2004/2004_ENEO466.pdf)

Godoi, C. K., & Balsini, C. P. V. (2006). A pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais brasileiros: uma análise bibliométrica. In C. K. Godoi, R. Bandeira-de-Mello, & A. Barbosa

(Orgs.), *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos* (pp. 89-114). São Paulo: Saraiva

Godoi, C. K., & Mattos, P. L. C. I. (2006). Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In C. K. Godoi, R. Bandeira-de-Mello, & A. Barbosa (Orgs.), *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos* (pp. 301-324). São Paulo: Saraiva

Godoy, A. S. (1995a). A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. *Revista de administração de empresas*, 35(4), 65-71. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n4/a08v35n4.pdf>

Godoy, A. S. (1995b). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de administração de empresas*, 35(2), 57-63. Recuperado de [http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S0034-75901995000200008.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901995000200008.pdf)

Godoy, A. S. (1995c). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de administração de empresas*, 35(3), 20-29. Recuperado de [http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S0034-75901995000300004.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901995000300004.pdf)

Godoy, A. S. (2005). Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. *Gestão.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 3(2), 85-94. Recuperado de <http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/view/136>

Godoy, A. S. (2006). Estudo de caso qualitativo. In C. K. Godoi, R. Bandeira-de-Mello, & A. Barbosa (Orgs), *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos* (pp. 115-146). São Paulo: Saraiva

Goode, W., & Hatt, P. K. (1973). *Métodos em Pesquisa Social* (Cap. 19, pp. 398-433). São Paulo: Nacional.

Gracino Júnior, P. (2008). Dos interesses weberianos dos sociólogos da religião: um olhar perspectivo sobre as interpretações do pentecostalismo no Brasil. *Horizonte*, 6(12), 69-92. Recuperado de <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/440>

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. Retrieved from [https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/the\\_strength\\_of\\_weak\\_ties\\_and\\_exch\\_w-gans.pdf](https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/the_strength_of_weak_ties_and_exch_w-gans.pdf)

Granovetter, M. (1976). Network Sampling: some first steps. *Harvard University*, 81(6), 1287-1303. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2777005>

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233. Retrieved from <http://www.soc.ucsb.edu/faculty/friedkin/Syllabi/Soc148/Granovetter%201983.pdf>

Granovetter, M. (1995). The Economic Sociology of Firms *and* Entrepreneurs. In A. Portes. *Economic Sociology of Immigration: the essays on networks, ethnicity and entrepreneurship* (pp. 128-165). Russell Sage Foundation: New York

Granovetter, M. (2005a). Business Groups *and* Social Organization. In N. J. Smelser, & R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology* (pp. 429-450). Princeton University Press: New York

Granovetter, M. (2005b). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50. doi: 10.1257/0895330053147958

Granovetter, M. (2009). The Economic Sociology of Firms *and* Entrepreneurs. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: the social science view* (pp. 244-275). Oxford University Press: New York

Greenwood, E. (1973). *Metodologia de la Investigación Social* (Cap. 6, pp. 106-126). Buenos Aires: Paidós

Griebel, J. M., Park, J. Z., & Neubert, M. J. (2014). Faith and Work: An Exploratory Study of Religious Entrepreneurs. *Religions*, 5(3), 780-800. Retrieved from <http://www.mdpi.com/2077-1444/5/3/780>. doi: 10.3390/rel5030780

Grier, R. (1997). The Effect of Religion on Economic Development: A Cross National Study of 63 Former Colonies. *Kyklos*, 50(1), 47-62. Retrieved from

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-6435.00003/abstract>. doi: 10.1111/1467-6435.00003

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingale, L. (2002). People's Opium? Religion *and* Economic Attitudes. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w9237>

Halinen, A., & Törnroos, J. (2005). Using case methods in the study of contemporary business networks. *Journal of Business Research*, 58(9), 1285-1297. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296304000499>. doi: 10.1016/j.jbusres.2004.02.001

Hamilton, M. (2009). Rational choice theory: a critique. In P. B. Clarke (Ed.), *The Oxford Handbook of The Sociology of Religion* (Cap. 6, pp. 116-133). Oxford University Press: New York. Retrieved from [http://books.google.pt/books?id=iBsEiBtklMAC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.pt/books?id=iBsEiBtklMAC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Hancock, B. (1998). *An introduction to the research process* (Cap. 1, pp. 1-22). University of Nottingham

Hanneman, R. A., & Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*. Retrieved from <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/>

Hervieu-Léger, D. (2008). *O peregrino e o convertido: a religião em movimento*. Petrópolis: Vozes.

Hite, J. M., Hite, S. J., Jacob, J., Rew, J., Mugimu C. B., & Nsubuga, Y. K. (2006). Building bridges for resource acquisition: network relationships among headteachers. *International Journal of Educational Development*, 26(5), 495-512. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0738059305001501>. doi: 10.1016/j.ijedudev.2005.11.005

Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: a critical review. *Journal of Business Venturing*, 18, 165-187. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000812>. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00081-2

Hong, J. H., & Cho, D. H. (2012). The Effects of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Social Networks on the Social Performance of Non-profit Organizations. *Computer applications for web, human computer interaction, signal and image processing and pattern recognition*, 342, 240-248. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=9](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=9)

Hugles, M., & Morgan, R. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36, 651-661. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850106000666>. doi: 10.1016/j.indmarman.2006.04.003

Iannaccone, L. (1991). The consequences of religious market structure: Adam Smith and the economics of religion. *Rationality & Society*, 3(2), 156-177. Retrieved from <http://rss.sagepub.com/content/3/2/156.short?rss=1&ssource=mfc>. doi: 10.1177/1043463191003002002

Iannaccone, L. (1994). Why Strict Churches are Strong. *American Journal of Sociology*, 99(5), 1180-1211. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2781147?uid=3737664&uid=2&uid=4&sid=21102211456381>. doi: 10.1086/230409

Iannaccone, L. (1995). Voodoo Economics? Reviewing the Rational Choice Approach to Religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 34(1), 76-88. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/1386524?uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102281772787>

Iannaccone, L. (1997). Rational Choice: framework for the scientific study of religion. In L. A. Young (Ed.), *Rational Choice Theory and Religion* (Cap. 2, pp. 25-44). Routledge. Retrieved from [http://books.google.ca/books?id=4dMzunjcz4QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](http://books.google.ca/books?id=4dMzunjcz4QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)

Iannaccone, L. (1998). Introduction to the Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*, 36(3), 1465-1495. Retrieved from [http://www.colorado.edu/economics/morey/4999Ethics/Religion/Iannaccone1998\\_Edward.pdf](http://www.colorado.edu/economics/morey/4999Ethics/Religion/Iannaccone1998_Edward.pdf)

Iannaccone, L., Finke, R., & Stark, R. (1997). Deregulating religion: the economics of church and state. *Economic Inquiry*, 35(2), 350-364. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1465-7295.1997.tb01915.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1465-7295.1997.tb01915.x

Iannaccone, L., Olson, D. V. A., & Stark, R. (1995). Religious Resources and Church Growth. *Social Forces*, 74(2), 705-731. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2580498?uid=3737664&uid=2129&uid=32771&uid=5909624&uid=2&uid=70&uid=3&uid=67&uid=32768&uid=62&sid=21102008633393>

Iannaccone, L., Stark, R., & Finke, R. (1998). Rationality and the "Religious Mind". *Economic Inquiry*, 36(3), 373-389. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1465-7295.1998.tb01721.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1465-7295.1998.tb01721.x

Ibrahim, N. A., & Angelidis, J. P. (2005). The long-term performance of small business: Are there differences between "Christian-based" companies and their secular counterparts? *Journal of Business Ethics*, 58(1), 187-193. Retrieved from <http://www.lipscomb.edu/uploads/21633.pdf>. doi: 10.1007/s10551-005-1413-8

Isaia, A. C. (2009). O campo religioso brasileiro e suas transformações históricas. *Revista Brasileira de História das Religiões*, 1(3), 95-105. Recuperado de <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf2/texto%206.pdf>

Jick, T. D. (1979). Mixing Qualitative *and* Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602-611. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2392366?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102570444327>

Kalberg, S. (2010). Max Weber: uma introdução. (Cap. 2, pp. 44-61). Rio de Janeiro: Zahar

Kalish, Y. (2008). Bridging in Social Networks: who are the people in structural holes *and* why are they there? *Asian Journal of Social Psychology*, 11(1), 53-66. Retrieved from <http://www.citeulike.org/article/2465967>. doi: 10.1111/j.1467-839X.2007.00243.x

Knight, G. A. (1997). Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation. *J. Bus. Venturing*, 12, 213-225. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902696000651>

Kreiser, P. M. (2011). Entrepreneurial Orientation and Organizational Learning: The Impact of Network Range and Network Closure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 1025-1050. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=11](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=11). doi: 10.1111/j.1540-6520.2011.00449.x

Leonard-Barton, D. (1990). A Dual Methodology for Case Studies: Synergistic Use of a Longitudinal Single Site with Replicated Multiple Sites. *Organization Science*, 1(3), 248-266. Retrieved from

<http://www.jstor.org/discover/10.2307/2635005?uid=3737664&uid=2&uid=4&sid=21102540739121>

Li, P. P., Leung, K., Chen, C. C., & Luo J. D. (2012). Indigenous Research on Chinese Management: what *and* how. *Management and Organization Review*, 8(1), 7–24. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1740-8784.2012.00292.x/pdf>. doi: 10.1111/j.1740-8784.2012.00292.x

Luce, R. D., & Perry, A. D. (1949). A method of matrix analysis of group structure. *Psychometrika*, 14(1), 95-116. Retrieved from [http://hbanaszak.mjr.uw.edu.pl/TempTxt/LucePerry\\_1949\\_MethodOfMatrixAnalysisOfGroupStructure.pdf](http://hbanaszak.mjr.uw.edu.pl/TempTxt/LucePerry_1949_MethodOfMatrixAnalysisOfGroupStructure.pdf)

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. Retrieved from <http://amr.aom.org/content/21/1/135.abstract>. doi: 10.5465/AMR.1996.9602161568

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902600000483>. doi: 10.1016/S0883-9026(00)00048-3

Luo, J. D. (2011). Guanxi Revisited: an exploratory study of familiar ties in a Chinese workplace. *Management and Organization Review*, 7(2), 329–351. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1879029>. doi: 10.1111/j.1740-8784.2011.00230.x

Lyon, D. W., Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2000). Enhancing entrepreneurial orientation research: operationalizing and measuring a key strategic decision making process. *Journal of Management*, 26(5), 1055-1085. Retrieved from [http://www.utdallas.edu/~ggd021000/2000\\_Enhancing%20Entrepreneurial%20Orientation%20Research.pdf](http://www.utdallas.edu/~ggd021000/2000_Enhancing%20Entrepreneurial%20Orientation%20Research.pdf)

Mariano, R. (2003). Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religiosos sobre as igrejas pentecostais. *Civitas – Revista de Ciências Sociais*, 3(1), 111-125. Recuperado de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/112>

Mariano R. (2008). Usos e limites da teoria da escolha racional da religião. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, 20(2), 41-66. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702008000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702008000200003&script=sci_arttext). doi: 10.1590/S0103-20702008000200003

Mariano, R. (2013). Antônio Flávio Pierucci: sociólogo materialista da religião. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 28(81), 7-16. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092013000100001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092013000100001&script=sci_arttext). doi: 10.1590/S0102-69092013000100001

Mariz, L. A., Goulart, S., Dourado, D., & Regis, H. P. (2004, junho). O reinado dos estudos de caso em teoria das organizações: imprecisões e alternativas. *Anais do Encontro de Estudos Organizacionais da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, Brasil, 3. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/cebape/v3n2/v3n2a05.pdf>

Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2004). Afiliação religiosa e Empreendedorismo Étnico: o caso dos brasileiros nos Estados unidos. *Revista de Administração Contemporânea*, 8(3), 117-140. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v8n3/v8n3a07.pdf>

Martins, I., Rialp, A., Rialp, J., & Aliaga-Isla, R. (2015). El uso de las redes como propulsor para la orientación emprendedora y el crecimiento de la pequeña y mediana empresa. *Innovar*, 25(55), 117-130. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=4](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=4). doi: 10.15446/innovar.v25n55.47227

Mattos, P. L. C. L. de. (2011). "Os resultados desta pesquisa (qualitativa) não podem ser generalizados": pondo os pingos nos is de tal ressalva. *Cadernos EBAPE.BR*, 9, 450-468. Recuperado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5437>.

McCleary, R. M. (2008). *Religion and Economic Development*. Retrieved from <http://www.hoover.org/research/religion-and-economic-development>

McCleary, R. M. (2011). *The Oxford Handbook of the Economics of Religion* (Cap. 1, pp. 3-38). New York: Oxford University Press

McCleary, R. M., & Barro, R. J. (2006). Religion *and* Political Economy in an International Panel. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 45(2), 149-175. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w8931>. doi: 10.3386/w8931

Mendonça, A. G. (2006). Evangélicos e pentecostais: um campo religioso em ebulição. In F. Teixeira & R. Menezes (Orgs.), *As religiões no Brasil: continuidades e rupturas* (Cap. 6, pp. 89-110). Petrópolis: Vozes

Meyer, C. B. (2001). A case in case study methodology. *Field methods*, 13(4), 329-352. Retrieved from <http://fmj.sagepub.com/content/13/4/329.abstract>. doi: 10.1177/1525822X0101300402

Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770-791. Retrieved from <http://pubsonline.informs.org/doi/pdf/10.1287/mnsc.29.7.770>. Doi: 10.1287/mnsc.29.7.770

Minayo, M. C. S. de., Souza, E. R. de., & Santos, N. J. dos. (2005). Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais (pp. 71-103). Rio de Janeiro: Fiocruz

Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731-747. Recuperado de

<http://www.spell.org.br/documentos/ver/1537/analise-de-conteudo-como-tecnica-de-analise-de-dados-qualitativos-no-campo-da-administracao--potencial-e-desafios/i/pt-br>

Neri, M. C., Carvalhaes, L., & Monte, S. R. S. (2011). *Novo Mapa das Religiões* (Relatório de Pesquisa/2011), São Paulo, SP, Centro de Políticas Sociais, Fundação Getúlio Vargas. Recuperado de <http://www.cps.fgv.br/cps/religiao/>

Neves, J. L. (1996). Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. *Caderno de Pesquisa em Administração*, 1(3), 1-5. Recuperado de [http://www.unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/pesquisa\\_qualitativa\\_caracteristicas\\_usos\\_e\\_possibilidades.pdf](http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/pesquisa_qualitativa_caracteristicas_usos_e_possibilidades.pdf)

Nwankwo, S. & Gbadamosi, A. (2013). Faith and entrepreneurship among the British African-Caribbean: Intersections between religious *and* entrepreneurial value. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(3), 618-633. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/JSBED-04-2013-0066>. doi: 10.1108/JSBED-04-2013-0048

Nwankwo, S., Gbadamosi, A., & Ojo, S. (2012). Religion, Spirituality and Entrepreneurship: The church as entrepreneurial space among British Africans. *Society and Business Review*, 7(2), 149-167. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17465681211237619>. doi: 10.1108/17465681211237619

Oliveira, A. S., de. (2009). Desvendando a religião e as religiões mundiais em Max Weber. *Horizonte*, 7(14), 136-155. Recuperado de

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175-5841.2009v7n14p136>.

doi: 10.5752/P.2175-5841.2009V7N14P136

Orengo, K. (2012). Internationalization and Entrepreneurial Orientation. A Network perspective: Four Cases of Puerto Rican SMEs. *Ad-Minister*, 21, 33-54. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=8](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=8)

Pacheco, E. T., Ribeiro da Silva, S., & Ribeiro, R. G. (2007). "Eu era do mundo": transformações do autoconceito na conversão pentecostal. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 24(1), 53-62. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-37722007000100007&lng=pt&nrm=iso&userID=-2](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722007000100007&lng=pt&nrm=iso&userID=-2). doi: 10.1590/S0102-37722007000100007

Parboteeah, K. P., Walter, S. G., & Block, J. H. (2014). When Does Christian Religion Matter for Entrepreneurial Activity? The Contingent Effect of a Country's Investments into Knowledge. *Journal of Business Ethics*. Retrieved from <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-014-2239-z>. doi: 10.1007/s10551-014-2239-z

Passos, M., Zorzini, P. L. G., & Rocha, D. (2011). O que (não) dizem os números - para além das estatísticas sobre o "Novo Mapa das Religiões Brasileiro". *Horizonte*, 9(23), 690-714.

Recuperado de <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175-5841.2011v9n23p690>. doi: 10.5752/P.2175-5841.2011V9N23P690

Paula, A. P. P. (2012). Repensando os estudos organizacionais: o círculo das matrizes epistemológicas e a abordagem freudo-frankfurtiana (Tese apresentada à Comissão Examinadora do Concurso Público de Provas e Títulos para provimento efetivo de vaga de Professor Titular do Departamento de Ciências Administrativas Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção de aprovação). Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, MG, Brasil.

Pearce, J. A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial Orientation and the Performance of Religion Congregations as Predicted by Rational Choice Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 219-248. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00315.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00315.x

Pierucci, A. F. (1996). Liberdade de cultos na sociedade de serviços. In A. F. Pierucci & R. Prandi (Eds.), *A realidade social das religiões no Brasil* (Cap. 12, pp. 275-286). Hucitec: São Paulo

Pierucci, A. F. (1999, dezembro 26). Fim da união Estado-Igreja ampliou oferta de religiões. *Folha de São Paulo*, Caderno Especial. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fe/fe16.htm>

Pierucci, A. F. (2000). As religiões no Brasil. In J. Gaarder, V. Hellern, & H. Notaker (Eds.), *O Livro das Religiões* (pp. 281-302). São Paulo: Companhia das Letras

Pierucci, A. F. (2004a). "Bye bye, Brasil" - o declínio das religiões tradicionais no Censo 2000. *Estudos Avançados*, 18(52), 17-28. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142004000300003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300003). doi: 10.1590/S0103-40142004000300003

Pierucci, A. F. (2004b). Secularização e declínio do catolicismo. In B. M. Souza, de. & L. M. S. Martinho (Orgs.), *Sociologia da religião e mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil* (Cap. 1, pp. 13-21). São Paulo: Paulus

Pierucci, A. F. (2005, abril 10). O retrovisor polonês. *Folha de São Paulo*, Caderno Mais. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1004200504.htm>

Pierucci, A. F. (2006a). Ciências sociais e religião: a religião como ruptura. In F. Teixeira, & R. Menezes (Orgs.), *As religiões no Brasil: continuidades e rupturas* (Cap. 1, pp. 17-34). Petrópolis: Vozes

Pierucci, A. F. (2006b). Religião como solvente - uma aula. *Novos Estudos – CEBRAP*, 75, 111-127. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-33002006000200008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002006000200008). doi: 10.1590/S0101-33002006000200008

Pierucci, A. F. (2008). De olho na modernidade religiosa. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, 20(2), 9-16. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ts/v20n2/01.pdf>

Pierucci, A. F. (2011). Religiões no Brasil. In A. Botelho, & L. M. Schwarcz (Orgs.), *Agenda Brasileira: temas de uma sociedade em mudança* (Cap. 41, pp. 470-479). São Paulo: Companhia das Letras

Pierucci, A. F. & Prandi, R. (1987). Assim como não era no princípio. Religião e ruptura na obra de Procópio Camargo. *Novos Estudos – CEBRAP*, (17), 29-35. Recuperado de [http://www.novosestudios.com.br/v1/files/uploads/contents/51/20080623\\_assim\\_como\\_era.pdf](http://www.novosestudios.com.br/v1/files/uploads/contents/51/20080623_assim_como_era.pdf)

Pierucci, A. F., & Prandi, R. (1996). *A realidade social das religiões no Brasil*. São Paulo: Hucitec

Pocinho, M. (2010). *Estatística II: Teoria e exercícios passo-a-passo*. Recuperado de [http://docentes.ismt.pt/~m\\_pocinho/Sebenta\\_estadistica\\_II\\_com\\_anexos\\_2010.pdf](http://docentes.ismt.pt/~m_pocinho/Sebenta_estadistica_II_com_anexos_2010.pdf)

Pontes, A. C. F., Pontes Junior, A. C. F., & Braga, A. S. da. (2010, julho). Ensino da correlação de Postos. *Anais do Simpósio Nacional de Probabilidade e Estatística*, São Pedro, SP, Brasil, 19. Recuperado de <http://www.ime.unicamp.br/sinape/sites/default/files/EnsinoCorrelacaoDePostos.pdf>

Prandi, R. (1991). A religião e a multiplicação do eu. *Revista USP*, 9, 133-144. Recuperado de <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/25561/27305>

Prandi, R. (1996). Religião Paga, Conversão e Serviço. *Novos Estudos – CEBRAP*, 45, 65-77.

Recuperado de <http://www.novosestudos.com.br/v1/contents/view/718>

Prandi, R. (1999, dezembro 26). Religião não é mais herança, mas opção. *Folha de São Paulo*, Caderno Especial. Retirado de <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fe/fe06.htm>

Prandi, R. (2008). Converter indivíduos, mudar culturas. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, 20(2), 155-172. Recuperado de <http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12583>

Rabuske, I. J., Santos, P. L., dos, Gonçalves, H. A., & Traub, L. (2012). Evangélicos brasileiros: quem são, de onde vieram e no que acreditam? *Revista Brasileira de História das Religiões*, 4(12), 255-267. Retirado de [http://www.journaldatabase.org/articles/evangelicos\\_brasileiros\\_quem\\_sao\\_onde.html](http://www.journaldatabase.org/articles/evangelicos_brasileiros_quem_sao_onde.html)

Ramachandran, K., & Ramnarayan, S. (1993). Entrepreneurial orientation and networking – some Indian evidence. *Journal of Business Venturing*, 8(6), 513-524. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=16](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=16). doi: 10.1016/0883-9026(93)90036-5

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 761–787. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x

Ridder, H., Hoon, C., & McCandless, A. (2009). The theoretical contribution of case study research to the field of strategy and management. *Research Methodology in Strategy and Management*, 5, 137-175. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/books.htm?chapterid=1795450>. doi: 10.1108/S1479-8387(2009)0000005007

Rietveld, C. A., & Burg, E. V. (2013). *Religious Beliefs and Entrepreneurship Among Dutch Protestants*. Retrieved from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2338857](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2338857)

Rivera, P. B. (2010). Pluralismo Religioso e Secularização: Pentecostais na periferia da cidade de São Bernardo do Campo no Brasil. *Revista de Estudos da Religião*, 50-76. Retirado de [http://www.pucsp.br/rever/rv1\\_2010/t\\_rivera.htm](http://www.pucsp.br/rever/rv1_2010/t_rivera.htm)

Schluchter, W. (1999). A origem do modo de vida burguês. In J. Souza (Org.), *O Malandro e o Protestante: a tese weberiana e a singularidade cultural brasileira* (pp. 121-136). Brasília: Editora da UNB

Schumpeter, J. A. (1982). A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural

Scott, R. P., & Cantarelli, J. (2004). Jovens, religiosidade e aquisição de conhecimentos e habilidades entre camadas populares. *Caderno CRH*, 17(42), 375-388. Retirado de <http://www.cadernocrh.ufba.br/viewarticle.php?id=26>

Sekliuckiene, J. (2015). International entrepreneurship: linking entrepreneurial motivation, orientation and network relationship. *Amfiteatru Economic*, 17(38), 327-341. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNug47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=1](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNug47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=1)

Sell, C. E. (2004). Sociologia clássica: Durkheim, Weber e Marx. (Cap. 3, pp. 93-142). Itajaí: Univali

Serafim, M. C. (2008). Sobre esta igreja edificarei minha empresa: organizações religiosas e empreendedorismo. (Tese de doutorado). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil. Retirado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2594/71050100662.pdf?sequence=3>

Serafim, M. C., & Alperstedt, G. D. (2012). As organizações religiosas e suas relações: uma análise a partir da teoria dos stakeholders. *Revista de Negócios*, 17(2), 21-40. Recuperado de <http://www.spell.org.br/documentos/download/7930>. doi: 10.7867/1980-4431.2012v17n2p53-71

Serafim, M. C., & Andion, C. (2010). Capital espiritual e as relações econômicas: empreendedorismo em organizações religiosas. *Cadernos EBAPÉ*, 8(3), 564-579. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512010000300012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512010000300012&script=sci_arttext). doi: 10.1590/S1679-39512010000300012

Serafim, M. C., & Feuerschütte, S. G. (2015). Movido pelo transcendente: a religiosidade como estímulo ao “espírito empreendedor”. *Cadernos Ebape.BR*, 13(1), 165,182. Retirado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/9058/41269>. doi: 10.1590/1679-39519058

Serafim, M. C., & Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2012). "Segurando na mão de Deus": organizações religiosas e apoio ao empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, 52(2), 217-231. Retirado de [http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_s0034-75902012000200008\\_0.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_s0034-75902012000200008_0.pdf). doi: 10.1590/S0034-75902012000200008

Siegel, S. (1975). *Estatística não paramétrica para as ciências do comportamento*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.

Slotte-kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship Research on Network Processes: A Review and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 31-57. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00311.x/abstract>. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00311.x

Smith, A. (1980). *An inquiry into the causes of the wealth of nations* (2a ed.). London: Encyclopedias Britannica.

Smith, A. (2003). *A riqueza das nações*. São Paulo: Record

Souza, J. de. (1999). *O Malandro e o Protestante: a tese weberiana e a singularidade cultural brasileira* (Cap. 1, pp. 11-54). Brasília: Editora da UNB

Soy, S. K. (1997). *The case study as a research method*. Retrieved from <https://www.ischool.utexas.edu/~ssoy/usesusers/1391d1b.htm>

Stark, R. (1999). Micro Foundations of Religion: A Revised Theory. *Sociological Theory*, 17(3), 264-289. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/0735-2751.00080/abstract>. doi: 10.1111/0735-2751.00080

Stark, R., & Bainbridge, W. S. (1980). Networks of Faith: Interpersonal Bonds and Recruitment to Cults and Sects. *American Journal of Sociology*, 85(6), 1376, 1395. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2778383?uid=3737664&uid=2&uid=4&sid=21102278054627>

Stark, R., Iannaccone, L. R., & Finke, R. (1996). Religion, Science, and Rationality. *The American Economic Review*, 86(2), 433-437. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2118165?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102277811757>

Stryjan, Y., & Högskola, S. (2006). The Practice of Social entrepreneurship: theory and the Swedish experience. *Journal of rural cooperation*, 34(2), 195-224. Retrieved from <http://www.ub.edu/emprenedoriasocial/sites/default/files/the%20practice%20of%20social%20entrepreneurship%20theory%20and%20the%20swedish%20experience.pdf>

Su, D. J., & Sohn, D. W. (2015). Roles of entrepreneurial orientation and guanxi network with parent university in start-ups' performance: evidence from university spin-offs in China. *Asian Journal of Technology Innovation*, 23(1), 1-19. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=2](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=2). doi: 10.1080/19761597.2015.1008196

Su, Z. F., Xie, E., & Wang, D. (2015). Entrepreneurial Orientation, Managerial Networking, and New Venture Performance in China. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 228-248. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=5](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=5). doi: 10.1111/jsbm.12069

Teixeira, F. (2008). Apresentação. In D. Hervieu-Léger, *O peregrino e o convertido: a religião em movimento* (pp. 7-13). Petrópolis: Vozes.

Tomaél, M. I. (2005). Redes de conhecimento: o compartilhamento da informação e do conhecimento em consórcio de exportação do setor moveleiro. (Tese de doutorado). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil. Recuperado de [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/EARM-6ZFQFX/doutorado\\_maria\\_in\\_s\\_toma\\_l.pdf?sequence=1](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/EARM-6ZFQFX/doutorado_maria_in_s_toma_l.pdf?sequence=1)

Tomaél, M. I. (2007). *Redes sociais, conhecimento e inovação localizada*. Recuperado de <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1782/1519>

Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. dos (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311-327. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>

Voss, C., Tsiriktsis, N., & Frohlich, M. (2002). Case research in operations management. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(2), 195-219. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=849391>. doi: 10.1108/01443570210414329

Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21, 541-567. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=15](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=15). doi: 10.1016/j.jbusvent.2005.02.005

Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635-657. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1147275>. doi: 10.1111/j.1540-6520.2008.00246.x

Warner, R. S. (1993). Work in Progress Toward a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States. *American Journal of Sociology*, 98(5), 1044-1093. Retrieved

from

<http://www.jstor.org/discover/10.2307/2781583?uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102268560937>

Weber, M. (1964). *Ensaio de Sociologia* (Cap. 13, pp. 371-412). Rio de Janeiro: Zahar.

Weber, M. (1996 [1905]). *A Ética Protestante e o espírito do capitalismo* (11a ed.). São Paulo: Livraria Pioneira Editora

Weber, M. (1999). *Religião e Racionalidade Econômica*. In G. Cohn (Org.), *Max Weber: sociologia* (pp. 142-159). São Paulo: Ática

Welch, C., Piekkari, R., Plakoyiannaki, E., & Mäntymäki, E. P. (2011). Theorising from case studies: Towards a pluralist future for international business research. *Journal of International Business Studies*, 42, 740-762. Retrieved from <http://www.palgrave-journals.com/jibs/journal/v42/n5/abs/jibs201055a.html>. doi: 10.1057/jibs.2010.55

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24, 1307-1314. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.360/abstract>. doi: 10.1002/smj.360

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91. Retrieved

from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902604000047>. doi:

10.1016/j.jbusvent.2004.01.001

Williams, C., & Lee, S. H. (2009). Resource allocations, knowledge network characteristics and entrepreneurial orientation of multinational corporations. *Research Policy*, 38(8), 1376-1387. Retrieved from

[https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=12](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=12). doi: 10.1016/j.respol.2009.05.007

Wincent, J., Thorgren, S., & Anokhin, S. (2014). Entrepreneurial orientation and network board diversity in network organizations. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 327-344.

Retrieved from

[https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=6](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=1&doc=6). doi:

10.1016/j.jbusvent.2013.04.002

Wiseman, T., & Young, A. (2013). Religion and Entrepreneurial Activity in the U.S. In J. C. Hall & J. Kodl (Eds.), *The Annual Proceedings of the Wealth and Well-Being of Nations, 2012-2013* (pp. 95-114). Beloit College Press

Xie, M. X., & Zhai, H. Y. (2008). The Effects of Network and International Entrepreneurial Orientation on Firm Internationalization: A Conceptual Study of China Industries. *5th International Conference on Innovation and Management*, 510-516. Retrieved from

[https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=13](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=13).

Yin, R. K. (1981). The case study crisis: some answers. *Administrative Science Quarterly*, 26(1), 58-65. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2392599?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102558379137>. doi: 10.2307/2392599

Yin, R. K. (2010). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman

Zaheer, A., & Bell, G. G. (2005). Benefiting from network position: firm capabilities, structural holes, and performance. *Strategic Management Journal*, 26(9), 809-825. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.482/abstract>. doi: 10.1002/smj.482

Zelekha, Y., Avnimelech, G., & Sharabi, E. (2014). Religious institutions and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 42(4), 747-767. Retrieved from <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-013-9496-6>. doi: 10.1007/s11187-013-9496-6

Zhang, H. P. (2007). Study on ambidextrous orientation in entrepreneurial firms: A view of CEO social networks. *Entrepreneurial Strategy Innovation and Sustainable Development*, 756-762. Retrieved from [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=14](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=5&SID=4CQNuq47k3f8JSdFFLJ&page=2&doc=14)

## APÊNDICE A – Roteiro de coleta de dados

### Antes da entrevista:

---

- a) *Apresentar o tema e o objetivo de pesquisa;*
- b) *Enfatizar a importância dos entrevistados para a investigação;*
- c) *Ressaltar que os dados serão coletados para fins exclusivamente acadêmicos;*
- d) *Solicitar permissão para gravar as entrevistas;*

### Objetivo da pesquisa:

---

*“investigar como ocorre o desenvolvimento de igrejas neopentecostais enquanto empreendimentos independentes criados por pastores previamente acoplados em comunidades não evangélicas”.*

### DADOS GERAIS

---

Nome: \_\_\_\_\_

Datas das entrevistas: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ | \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ | \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Local(s): \_\_\_\_\_

Telefones: (\_\_\_\_) \_\_\_\_-\_\_\_\_ | (\_\_\_\_) \_\_\_\_-\_\_\_\_ | (\_\_\_\_) \_\_\_\_-\_\_\_\_

E-mails: \_\_\_\_\_

### CARACTERÍSTICAS DO ENTREVISTADO

---

Data de Nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Naturalidade: \_\_\_\_\_

*Obs.: caso o entrevistado não seja natural de região de Belo Horizonte, questionar o ano e os motivos que o impulsionaram a se mudar para a capital.*

- Escolaridade:**
- Ensino fundamental incompleto
  - Ensino fundamental completo
  - Ensino médio incompleto
  - Ensino médio completo
  - Ensino superior incompleto
  - Ensino superior completo
  - Ensino superior completo
  - Especialização
  - Mestrado
  - Doutorado

**Estado civil:**  Solteiro(a)

- ( ) Casado(a) / mora com um(a) companheiro(a)  
 ( ) Separado(a) / divorciado(a) / Desquitado(a)  
 ( ) Viúvo(a)

### **Composição familiar**

<b>Nome</b>	<b>Grau de parentesco</b>	<b>Idade</b>	<b>Ocupação</b>	<b>Religião</b>

### **RELIGIÕES**

**1ª Religião:** \_\_\_\_\_ **Período:** de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ **Praticante:** ( ) Sim ( ) Não

**2ª Religião:** \_\_\_\_\_ **Período:** de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ **Praticante:** ( ) Sim ( ) Não

**3ª Religião:** \_\_\_\_\_ **Período:** de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ **Praticante:** ( ) Sim ( ) Não

### **CARACTERÍSTICAS FAMILIARES**

**Nome do pai:** \_\_\_\_\_

**Escolaridade:** \_\_\_\_\_

**Profissão:** \_\_\_\_\_

**1ª Religião:** \_\_\_\_\_ **Período:** de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ **Praticante:** ( ) Sim ( ) Não

**2ª Religião:** \_\_\_\_\_ **Período:** de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ **Praticante:** ( ) Sim ( ) Não

**3ª Religião:** \_\_\_\_\_ **Período:** de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ **Praticante:** ( ) Sim ( ) Não

Nome da mãe: \_\_\_\_\_

Escolaridade: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_

1ª Religião: \_\_\_\_\_ Período: de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ Praticante: ( ) Sim ( ) Não

2ª Religião: \_\_\_\_\_ Período: de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ Praticante: ( ) Sim ( ) Não

3ª Religião: \_\_\_\_\_ Período: de \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ Praticante: ( ) Sim ( ) Não

### **ANTES DA CONVERSÃO**

---

**O(a) senhor(a) teve alguma atividade (formal ou informal) por conta própria?**

Qual(s)?

O que o motivou a abri-lo?

Qual período?

**O(a) senhor(a) contou com a ajuda de alguém para criar e gerenciar a atividade?**

Quais foram essas pessoas?

Como cada uma delas contribuiu?

**Caso não tenha tido atividade por conta própria:**

Por que não?

O(a) senhor(a) sentiu, em algum momento, vontade de abrir o seu próprio negócio?

Se sim, qual?

**Quais eram as pessoas com que o(a) senhor(a) mais se relacionava?**

Por quê?

Qual era a frequência com que o(a) senhor(a) as encontrava?

**Indique a quantidade média de pessoas com as quais o(a) senhor(a) mantinha contato:**

	Diariamente	Pelo menos uma vez na semana	Pelo menos uma vez na quinzena	Pelo menos uma vez ao mês	Eventualmente / Raramente
Amigos pessoais					
Colegas de trabalho					

Colegas de “escola”

Familiares

Membros da “igreja”

Outro \_\_\_\_\_

## **CONVERSÃO**

Por que o(a) senhor(a) se converteu?

Quais igrejas o(a) senhor(a) passou a frequentar?

Quais pessoas o influenciaram a converter-se?

Como elas influenciaram-no?

Como foi a experiência da conversão?

O que mudou em sua vida após a conversão?

Como os seus familiares e amigos próximos reagiram a sua conversão? Por quê?

## **APÓS A CONVERSÃO**

**O(a) senhor(a) teve alguma atividade (formal ou informal) por conta própria?**

Qual(s)?

O que o motivou a abri-lo?

Qual período?

**O(a) senhor(a) contou com a ajuda de alguém para criar e gerenciar a atividade?**

Quais foram essas pessoas?

Como cada uma delas contribuiu?

**Caso não tenha tido atividade por conta própria:**

Por que não?

O(a) senhor(a) sentiu, em algum momento, vontade de abrir o seu próprio negócio?

Se sim, qual?

**O(a) senhor(a) trabalhou como empregado/funcionário?**

Em qual(s) companhia(s)?

Durante qual período?

Qual atividade o(a) senhor(a) exerceu?

Por que saiu da empresa?

**Quais pessoas o(a) senhor(a) passou a se relacionar com mais frequência?**

Por quê?

Com que frequência?

**Indique a quantidade média de pessoas com as quais o(a) senhor(a) passou a manter contato:**

	Diariamente	Pelo menos uma vez na semana	Pelo menos uma vez na quinzena	Pelo menos uma vez ao mês	Eventualmente / Raramente
Amigos pessoais					
Colegas de trabalho					
Colegas de “escola”					
Familiares					
Membros da igreja					
Pastores da mesma região					
Pastores de outras regiões					
Outro _____					

### **RELATIVO AOS PERÍODOS ANTERIOR E POSTERIOR À CONVERSÃO**

**Relacione os nomes de 40 (quarenta) pessoas com as quais o(a) senhor(a) se relacionava/relaciona com mais frequência (pessoal, telefônico, eletrônico, etc). Para isto, recorra a sua agenda telefônica, e-mail, cadastros pessoais e demais fontes possíveis de informação. Atribua um número para cada nome.**

**Agora, indique o gênero das pessoas relacionadas, sendo:**

- “1” – para sexo masculino;
- “2” – para sexo feminino;

**Agora, indique o tipo de relacionamento que o(a) senhor(a) mantinha/mantém com cada pessoa relacionada, sendo:**

- “1” – para “amigo pessoal”;
- “2” – para “colega de trabalho”;
- “3” – para membros da “família”;
- “4” – para membros da “igreja”;
- “5” – Para colegas de “escola/faculdade”
- “6” – Outro \_\_\_\_\_

**Agora, indique as relações “entre” as pessoas relacionadas. Suponha que, na sua relação, contenha os seguintes indivíduos:**

1. Marcos Paulo
2. Valéria Cruz
- ...

40. Thiago Antunes

Agora suponha que Marcos Paulo, número 1, conheça, dentre as 40 pessoas relacionadas, apenas, as seguintes:

2. Valéria Cruz;

40. Thiago Antunes.

Neste exemplo, o(a) senhor(a) deverá relacionar as relações de Marcos Paulo, indicando, em um registro por vez, todas as relações estabelecidas por ele. No exemplo, seria:

1 2

1 40

## **TORNAR-SE PASTOR**

---

Por que o(a) senhor(a) decidiu tornar-se pastor?

Alguma pessoa o influenciou a tomar esta decisão? Quem? Como?

Quais foram as principais mudanças em sua vida após o(a) senhor(a) tornar-se pastor(a)

Como seus familiares/amigos reagiram a esta decisão?

## **IGREJA**

---

Por que o(a) senhor(a) decidiu abrir uma igreja?

Quando surgiu a ideia?

Alguma pessoa o influenciou nesta decisão? Quais? Como?

Quais pessoas ajudaram-no a criar a igreja? Como elas ajudaram?

Quais pessoas ajudam a manter a igreja? Como elas ajudam?

Os membros contribuem para a manutenção da igreja? Como?

Quantos membros a igreja possui atualmente?

Dos membros que frequentam regularmente sua igreja, quantos são: a.) homens; b) mulheres; c) jovens; d) adultos; e) idosos?

Como é o relacionamento entre os membros? E entre eles e o senhor?

Como os membros se comportam caso algum deles passe por dificuldades financeiras, emocionais ou de outra ordem?

Os membros procuram ajudar uns aos outros? Se sim, como esta ajuda ocorre? Quem geralmente ajuda? Quais são os tipos mais comuns de ajuda (financeiro, emocional, etc)? Por que eles ajudam?

O(a) senhor(a) estimula uma relação de cooperação, de ajuda-mútua entre os membros? Por quê? Como?

Como é o relacionamento dos membros de sua igreja com os membros de outras igrejas evangélicas? Eles são próximos?

Como integrantes de outras igrejas evangélicas se comportam caso algum membro de sua igreja passe por dificuldades financeiras, emocionais ou de outra ordem? Eles procuram ajudar? Como? Por quê?

Como pessoas de outras religiões se comportam caso algum membro de sua igreja passe por dificuldades financeiras, emocionais ou de outra ordem? Eles procuram ajudar? Como? Por quê?

Como os membros de sua igreja se comportam caso integrantes de outras igrejas evangélicas passem por dificuldades financeiras, emocionais ou de outra ordem? Eles procuram ajudar? Como? Por quê?

Como os membros de sua igreja se comportam caso pessoas de outras religiões passem por dificuldades financeiras, emocionais ou de outra ordem? Eles procuram ajudar? Como? Por quê?

A sua igreja oferece algum serviço e/ou produto? Se sim, qual? Quem pode usufruir do serviço? Por quê? É preciso pagar?

Qual é a arrecadação financeira mensal da igreja do(a) senhor(a)?

O senhor possui registros sobre a variação, ao longo do tempo, do número de fieis?

Quanto a igreja arrecada por mês/ano?

O(a) senhor(a) possui registros sobre os fieis? (ex.: quando entraram para igreja? Como? Etc.)

### **PASTOR COMO “EMPREENDEDOR”**

---

Como crescer a igreja em número de membros? E em arrecadação? O que o(a) senhor(a) faz para crescer sua igreja?

Como é a relação entre os pastores da região? Há parceria e/ou disputa entre eles? Se sim, como ela se manifesta?

Como não perder membro/fieis para outras igrejas evangélicas?

Os membros de sua igreja podem visitar outras congregações? Por quê? Com que frequência?

Quais motivos/razões levam ao fechamento das igrejas? Por quê?

Qual o rendimento médio de um pastor?

Como os pastores arrecadam dinheiro para suas igrejas? Há maneiras de arrecadar mais dinheiro dos fieis? Como?

Há pastores interessados nos recursos dos fieis? Como diferenciá-los?

Qual(is) e(são) o(s) principal(is) receios dos pastores?

### **PADRÃO SOCIOECONÔMICO DO ENTREVISTADO**

---

Como o(a) senhor(a) classifica o seu padrão atual de vida?

**A residência do(a) senhor(a) é:**

( ) Financiada

( ) Alugada

( ) Cedida

( ) Própria

( ) Outros: \_\_\_\_\_

**Marque, em relação aos bens descritos a seguir, aqueles que sua família possui:**

( ) Propriedade rural.

Qtde: \_\_\_\_\_

( ) Casa/apartamento

Qtde: \_\_\_\_\_

( ) Veículo para passeio

Qtde: \_\_\_\_\_

( ) Veículo para trabalho

Qtde: \_\_\_\_\_

( ) Loja Comercial

Qtde: \_\_\_\_\_

( ) Outros

Qtde: \_\_\_\_\_

( ) Outros

Qtde: \_\_\_\_\_

**Somando os seus rendimentos com o das pessoas que moram com o(a) senhor(a), quanto é, aproximadamente, a renda familiar?**

( ) Até 1 salário mínimo

( ) De 1 a 2 salários

( ) De 2 a 3 salários

( ) De 3 a 3,5 salários

( ) De 3,5 a 6,5 salários

( ) De 6,5 a 10 salários

( ) De 10 a 30 salários

( ) Mais de 30 salários

( ) Não quis responder