

## Usos da “fé inteligente”: a hermenêutica empreendedora da IURD

### Uses of the “Smart Faith”: The IURD’s entrepreneurial hermeneutics

Julia Salgado<sup>1</sup>

Leandro De Paula Santos<sup>2</sup>

**Resumo:** O artigo discute a exaltação da subjetividade empreendedora entre o público neopentecostal, tendo como referência empírica interpretações de histórias bíblicas difundidas pela Igreja Universal do Reino de Deus. Tematizamos a noção do “empreendedor”, sua transformação histórica e sua massiva popularização hoje, argumentando que uma das tarefas primordiais da racionalidade neoliberal consiste na substituição da ideia do sujeito-trabalhador pela do sujeito-empresa. Esse ideário parece dialogar com dinâmicas atuais da teologia da prosperidade no Brasil, analisadas a partir da construção da subjetividade empreendedora sob inspiração bíblica.

**Palavras-chave:** *empreendedorismo; neopentecostalismo; neoliberalismo; teologia da prosperidade.*

**Abstract:** *This paper discusses the praise of the entrepreneurial subjectivity among the Brazilian Neo-Pentecostal movement, and analyzes how the Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) construes certain biblical narratives. We deal with the transformation of the concept of “entrepreneur” and the context of its current massive diffusion, by arguing that one of the key tasks of the neoliberal rationality has been to shift the idea of the subject-worker towards the notion of the enterprising self. This outlook may be connected to the Prosperity Gospel’s*

1 Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.  
<https://orcid.org/0000-0001-8852-1289> E-mail: [juliasalgado@gmail.com](mailto:juliasalgado@gmail.com)

2 Universidade Federal da Bahia. Salvador, BA, Brasil.  
<https://orcid.org/0000-0003-1373-8007> E-mail: [psleandro@gmail.com](mailto:psleandro@gmail.com)

*dynamics in Brazil, such as the progressive constitution of the entrepreneurial subjectivity inspired by the Bible.*

**Keywords:** *entrepreneurship; neo-pentecostalism; neoliberalism; prosperity gospel.*

## Introdução

“A Bíblia é rica em histórias e episódios que nos ensinam e ilustram muito bem como o empresário deve proceder para alcançar o sucesso” (PRESTES, 2014a). Esse mote levou a Igreja Universal do Reino de Deus (Iurd) a promover, em seu portal na internet, uma série de editoriais associando personagens bíblicos à subjetividade e à práxis empreendedora. Transitando entre abordagens pedagógicas e inspiracionais, esses conteúdos aludem a histórias da Bíblia e apontam para modelos de conduta a serem seguidos por aqueles que buscam o sucesso em empreendimentos próprios.

Ao apresentar tais personagens como paradigmas de empreendedores, a Iurd parece fazer mais do que contribuir para a promoção do empreendedorismo como modo mais adequado de ser e estar no mundo hoje: ela naturaliza essa subjetividade como um dado a-histórico. Se a conversão do sujeito-trabalhador em sujeito-empresa desponta como uma tarefa primeira da racionalidade neoliberal, a atribuição de características empresariais a figuras milenares faz crer que a conduta empreendedora não resulta de injunções sociais e políticas específicas, mas é uma propensão natural – desde que estimulada – dos homens e mulheres destinados ao sucesso.

Metodologicamente inspirado na análise do discurso de matiz foucaultiano (FOUCAULT, 1996), este artigo se baseia em uma investigação pontual dos esforços da Iurd no campo da comunicação responsáveis por estabelecer interface entre o *ethos* propriamente religioso de seus templos e a esfera pública secular. Interessa-nos mostrar – na esteira de pesquisas como as de Cunha (2012), Aires e colaboradores (2017), e Patriota, Casaqui e Rodrigues (2017) – que o ideário proposto pela Igreja transcende seus púlpitos, disseminando-se também nas diferentes plataformas midiáticas de propriedade da Iurd. Seleccionamos, para tanto, textos veiculados no *site* oficial da Igreja que exortam a atitude empreendedora, buscando destacar a aposta hermenêutica presente em leituras de personagens bíblicos como Davi, Salomão e José do Egito.

Na primeira seção do artigo, fazemos um percurso que demonstra a emergência e as guinadas históricas do conceito de empreendedorismo, contextualizando a demanda pela massiva popularização desse modelo de subjetividade hoje. Baseada em *insights* sociológicos recentes que apontam para a conjugação entre empreendedorismo e imaginário neopentecostal no país (ALMEIDA, 2017; GUTIERREZ, 2017; DUTRA, 2015), a segunda seção toma os textos divulgados pela Igreja Universal do Reino de Deus como exemplo de uma ascendente sensibilidade religiosa que fomenta padrões de cidadania ajustados à rarefação do Estado de bem-estar social. Iniciamos esse esforço interpelando a onipresença da figura do empreendedor na atualidade a fim de situar o aparecimento histórico dessa noção como um regulador moral de nossa relação com o trabalho.

### **História de uma ideia, percurso de uma prática**

O termo empreendedor deriva da palavra francesa *entrepreneur*, tendo sido mencionada pela primeira vez em 1283, segundo o Centro Nacional Francês de Recursos Textuais e Lexicais.<sup>3</sup> Embora o vocábulo tenha sua gênese ainda no século XIII, o aparecimento e a nomeação de indivíduos como sendo “empreendedores” só se dariam nos séculos seguintes. Richard Cantillon é, reconhecidamente, um dos primeiros pensadores a problematizar essa figura, afirmando que os habitantes de um Estado, exceto o príncipe e os proprietários de terras, podem ser divididos em dois grupos: empreendedores e assalariados.

[O]s empreendedores vivem, por assim dizer, de renda incerta, e todos os outros contam com renda durante o tempo em que trabalham, embora as suas funções e categorias sejam muito desiguais. O general que tem uma remuneração, o cortesão que conta com uma pensão e o criado que tem um salário, todos eles estão incluídos no último grupo. Todos os outros são empreendedores, seja se estabelecendo com um capital para desenvolver seu próprio negócio, ou sendo empreendedores de seu próprio trabalho,

3 Definições e etimologia disponíveis em: <http://www.cnrtl.fr/definition/entrepreneur>. Acesso em: 12 mar. 2018.

sem qualquer tipo de fundo, podem ser considerados como vivendo de modo incerto; os mendigos e mesmo os ladrões são “empreendedores” dessa natureza (CANTILLON, 1950, p. 43).

A amplitude de identidades associadas à atividade empreendedora acarreta uma definição abrangente do empreendedor como “empreendedor do seu próprio trabalho”. A incerteza e a falta de vínculos de subordinação – o que hoje chamamos de “autonomia” – seriam a característica distintiva do empreendedor nessa primeira acepção.

Com a eclosão da Revolução Industrial, em meados do século XVIII, e o sucessivo processo de acumulação dos meios de produção por poucos indivíduos, a noção do empreendedor como trabalhador autônomo perde força, dando gradativamente margem à caracterização que marcaria essa figura durante quase dois séculos: o empreendedor passa a ser compreendido na figura do “macroempreendedor individual”, ou seja, aquele que obtém meios de produção, emprega mão de obra assalariada e se preocupa com a inserção dos seus produtos (ou serviços) no mercado. Se antes, seguindo a definição de Cantillon, uma grande parcela da população podia ser concebida como empreendedora, as engrenagens do capitalismo industrial demandavam uma reordenação social no campo do trabalho: os empreendedores do próprio trabalho se tornam trabalhadores assalariados, ficando a noção de empreendedor restrita a poucos “grandes capitalistas”.

Para o sociólogo alemão Werner Sombart, os empreendedores se tornam “os únicos organizadores do processo econômico”, agentes capazes de “unificar capital e trabalho, determinar a direção e o volume da produção, estabelecer a relação entre produção e consumo” (SOMBART, 1902 *apud* COSTA, 2010, p. 24). Em oposição a Max Weber, que via justificações morais e religiosas para a acumulação do capital, para Sombart, “o amor a seu negócio” seria a motivação do empreendedor. Ainda que divergindo nesse ponto, ambos os sociólogos concordavam sobre a presença de uma racionalidade prática, instrumental, necessária para a adequação do sujeito à lógica do emergente sistema político-econômico. Os grandes capitalistas do período reuniam aspectos como disposição

para o risco e as incertezas; julgamento analítico capaz de reduzir todos os processos à racionalização “custo/benefício”; e, principalmente, gana pelo lucro. Tal reunião de atributos fazia do empreendedor um indivíduo raro, uma identidade “magnata” possível a poucos, um tipo de “conduta [que] é acessível em medida muito desigual e para relativamente poucas pessoas, de modo que isso constitui sua característica destacada” (SCHUMPETER, 1997, p. 89).

A restrição da identidade empreendedora é acompanhada do alargamento da identidade do trabalhador industrial assalariado. A noção de emprego pode ser pensada como um construto histórico que surge com a concepção do “direito do trabalho, que inscreve a relação de trabalho no tempo e faz dele um vínculo de subordinação entre um indivíduo e uma entidade coletiva, a empresa” (GAUTIÉ, 1998, p. 74). Adequada ao contexto político e econômico da época, a ideia de uma massa de indivíduos que era, ao mesmo tempo, trabalhadora e consumidora foi mantida por muitas décadas por um esforço conjunto dos emergentes Estados-providência e das grandes empresas capitalistas.

Mas o modelo empresarial fundado sob preceitos fordistas (hierarquização, divisão e especialização do trabalho) começaria a entrar em crise em fins dos anos 1960, e o entendimento acerca da figura do empreendedor se transformaria novamente ao longo das décadas seguintes. Dois “acontecimentos” constituem importantes chaves de entendimento dessas transformações: o primeiro é a elaboração, na década de 1960, da teoria do capital humano; o segundo é a autocrítica do próprio universo empresarial em relação às reivindicações que lhe foram dirigidas pelos movimentos sociais desse período.

A teoria do capital humano, desenvolvida por pesquisadores da Escola de Chicago capitaneados por Theodore Schultz, transforma a compreensão sobre o “fator trabalho”. Entendida até então como a provisão de força física (que, aos poucos, é substituída pela moderna maquinaria), a contribuição do trabalhador passa a ser, crescentemente, associada a seu conhecimento e suas habilidades, resultado

[...] de um investimento de capital feito em sua educação, em suas capacidades gerais de comunicação e cálculo requeridas para participar do processo produtivo, e nas capacidades específicas requeridas para seu trabalho em particular, um investimento de capital que é variavelmente financiado pelo Estado, pelo próprio trabalhador ou pelo empregador. Deste modo, o trabalhador é ele mesmo um meio de produção produzido, um item de equipamento de capital (JOHNSON, 1960 *apud* LÓPES-RUIZ, 2004, p. 201).

Fazendo a distinção entre as capacidades herdadas e as adquiridas, argumenta-se que, embora as capacidades herdadas se assemelhem em todas as populações, as capacidades adquiridas “têm sido alteradas profundamente em países que têm desenvolvido uma economia moderna” (SCHULTZ, 1968 *apud* LÓPES-RUIZ, 2004, p. 208). O motivo para isso seriam os investimentos desses países em termos de escolarização e programas de treinamento dentro do trabalho. Foucault (2008, p. 315-316), no entanto, observa que as capacidades adquiridas contêm elementos “muito mais amplos, muito mais numerosos do que o simples aprendizado escolar ou que o simples aprendizado profissional”, como “o conjunto dos estímulos culturais recebidos por uma criança”; “cuidados médicos” e as “atividades relativas à saúde dos indivíduos”; “a capacidade de um indivíduo se deslocar e, em particular, a migração”.

Em resumo, um “saber vivo adquirido no trânsito cotidiano, que pertence à cultura do cotidiano” (GORZ, 2005, p. 9) e que não pode ser formalizado em um molde específico de saber. “O modo de realizar as tarefas”, continua o autor, “não podendo ser formalizado, não pode tampouco ser prescrito. O que é prescrito é a subjetividade, ou seja, precisamente isso que somente o operador pode produzir ao ‘se dar’ à sua tarefa” (GORZ, 2005, p. 18). Essa prescrição subjetiva, como veremos, “permite analisar todos esses comportamentos [aquisição de capacidades] em termos de empreendimento individual, de empreendimento de si mesmo com investimentos e renda” (FOUCAULT, 2008, p. 317).

A atenção dessa nova teoria recaía, portanto, sobre a necessidade de o trabalhador investir crescente e continuamente nas suas capacidades

adquiridas, já que tal investimento se reverteria futuramente em aumento do valor de mercado dos seus serviços prestados, incrementando, assim, sua renda. Desponta aqui a noção de “investimento em si”, que vai afetar não somente a atitude do sujeito diante do seu trabalho, mas, mais profundamente, sua percepção de si mesmo. O entendimento do homem como capital passível de investimento abre margem para sua equiparação a uma microempresa, uma “unidade-empresa” (FOUCAULT, 2008, p. 310), já que também precisa de aplicações presentes para render lucros futuros.

A teoria do capital humano interferiu na concepção que o empreendedor passou a ter dos anos 1970 em diante na medida em que tirou da identidade empreendedora o caráter exclusivista que tinha antes – especialmente ao longo do século XIX e início do XX: ela se popularizou, tornando-se gradativamente possível e desejada pelos mais diversos sujeitos das sociedades ocidentais. O empreendedor passa a ser um modo de ser e estar no mundo, uma subjetividade cada vez mais requerida por qualquer atividade dentro da racionalidade neoliberal. Nessa abordagem, o empreendedor se torna o homem ideal do fim do milênio. Ao contrário do trabalhador assalariado do século passado, que dependia do Estado e da empresa para sobreviver, o empreendedor é concebido como aquele que assume, de forma autônoma, a responsabilidade pelo seu destino, não dependendo de redes coletivas de seguridade, mas realizando uma construção de si que prima pelos ideais associados ao neoliberalismo: eficiência, *performance*, produtividade. Segundo Leite e Melo (2008, p. 45), essa figura se adéqua à “ideologia do capitalismo atual, que surge para garantir a adesão e a legitimidade às atividades antes não valorizadas”, como a concorrência e o individualismo irrestrito.

Por outro lado, as reivindicações juvenis do fim dos anos 1960, que clamavam por mais autenticidade e liberdade nas relações, são, aos poucos, incorporadas pela racionalidade liberal, que renova seu “espírito” metamorfoseando os ideais inspiradores dessas críticas:

Assim, por exemplo, as qualidades que, nesse novo espírito, são penhores de sucesso – autonomia, espontaneidade, mobilidade, capacidade



rizomática, polivalência (em oposição à especialização estrita da antiga divisão do trabalho), comunicabilidade, abertura para os outros e para as novidades, disponibilidade, criatividade, intuição visionária, sensibilidade para as diferenças, capacidade de dar atenção à vivência alheia, aceitação de múltiplas experiências, atração pelo informal e busca de contatos interpessoais – são diretamente extraídas do repertório de maio de 68 (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 130).

Boltanski e Chiapello explicam como uma crítica radical ao capitalismo é posta a serviço do próprio sistema através de uma “literatura da nova gestão empresarial” que transforma as reivindicações em objetivos próprios, escamoteando uma crítica mais profunda – aquela da exploração. Flexibilidade, autonomia, polivalência, disponibilidade, criatividade, intuição visionária... Os penhores de sucesso do profissional no final do século XX e início do XXI se confundem com as novas caracterizações adquiridas pela figura do empreendedor, que já não se resume ao “grande empreendedor”, mas assume identidades e práticas variadas.

A diversificação nas motivações e nas formas da atividade empreendedora dá margem para que cada vez mais pessoas abracem o empreendedorismo como meio de vida. No Brasil contemporâneo, tal fenômeno pode ser facilmente percebido através de diversos exemplos: das crianças e jovens que se aventuram pelo universo *on-line* e são denominados “empreendedores digitais”, passando pelos “empreendedores sociais”, que alinham lucro e bem social em seu propósito; pelas “mães empreendedoras”, que dizem encontrar no empreendedorismo mais tempo para dedicar aos filhos; até o Microempreendedor Individual (MEI), figura jurídica criada pelo governo federal em 2009 com o objetivo de formalizar 10 milhões de brasileiros que atuam como autônomos.

Como veremos a seguir, tal ideário empreendedor, exaltado pela opinião pública<sup>4</sup> e propagado entre a população brasileira, se alinha ainda

4 Ver, por exemplo: “Os heróis do capitalismo” (*Veja*, 23 jan. 2008); “Ganhei 1 milhão na internet” (*Época*, 22 nov. 2010); “Eike Xiaoping. A nova leva de milionários brasileiros tem Eike Batista como ídolo, trabalha muito, compete honestamente, orgulha-se de gerar empregos e não se envergonha de riqueza” (*Veja*, 18 jan. 2012); “É hora de empreender. O momento

a um dos fenômenos sociais mais visíveis no Brasil recente: o avanço do segmento religioso neopentecostal.

## O empreendimento da fé

Você sabia que a cada 27 minutos um brasileiro ingressa no clube dos milionários? Não há dúvidas de que qualquer um quer estar dentro desse número. Mas não basta apenas querer, tem que fazer por onde. Muitas pessoas já tomaram a decisão para mudar a vida financeira, alcançar o sucesso e, principalmente, ser feliz. Faça a sua parte e comece a lutar a partir de hoje por esse objetivo também.<sup>5</sup>

Assim a Igreja Universal do Reino de Deus apresenta o Congresso para o Sucesso, realizado todas as segundas-feiras no Templo de Salomão, em São Paulo. Segundo a Iurd, mais de 10 mil pessoas frequentam a reunião semanalmente com o objetivo de “conquistar vitórias na vida financeira”,<sup>6</sup> já que a receita para virar milionário não seria “ensinada nos cursos de economia, mas adquirida quando se usa a fé inteligente”.<sup>7</sup>

O convite para o Congresso para o Sucesso dá a ver a qualidade explícita dos enunciados que propõem uma mudança de vida no contexto da Iurd, a mais conhecida expressão da teologia da prosperidade no país.<sup>8</sup> De origem estadunidense, esse discurso teológico despontou em meados do século XX, combinando elementos de diferentes tradições religiosas e esotéricas, sendo popularizado pela pregação de televangelistas.

Em síntese, podemos dizer que a teologia da prosperidade estabelece uma torção na moral puritana que Max Weber (2005) caracterizou como a raiz do espírito do capitalismo. Em lugar de uma forma de conduta metódica, que concebe o trabalho como um dever ascético a ser

nunca esteve tão favorável para os novos negócios. Saiba como aproveitá-lo” (*Exame PME*, mar. 2012).

5 Reunião da Prosperidade, chamada disponível em: [www.universal.org/reunioes/prosperidade](http://www.universal.org/reunioes/prosperidade). Acesso em: 4 fev. 2017.

6 Reunião da Prosperidade, chamada disponível em: [www.universal.org/reunioes/prosperidade](http://www.universal.org/reunioes/prosperidade). Acesso em: 4 fev. 2017.

7 Reunião da prosperidade, chamada disponível em: [www.universal.org/reunioes/prosperidade](http://www.universal.org/reunioes/prosperidade). Acesso em: 4 fev. 2017.

8 Para uma descrição da ascensão histórica da Igreja, ver Almeida (2009) e Oro (2005).

recompensado por Deus no outro mundo, na teologia da prosperidade, a relação com o divino promete benefícios para o fiel aqui e agora: “através do sacrifício vicário de seu filho, Deus já fez o que podia pela humanidade, perdando o pecado original e tornando, desde então, suas graças de saúde, prosperidade e vitória disponíveis aos homens nesta vida” (MARIANO, 1996, p. 29-30).

A lógica calvinista analisada por Weber definia que a obtenção da riqueza seria como uma espécie de graça de Deus para seus eleitos, cuja conduta disciplinada no trabalho caminharía junto a uma austera relação com o dinheiro. Já para a teologia da prosperidade, o sucesso financeiro se apresenta como o justo objeto da busca de quem crê, aliado a uma exaltação do consumismo mundano como direito individual, autenticado pelos céus. O sacrifício do Cristo teria conferido certa dignidade ontológica à criatura humana, dando contorno a uma lógica específica de relacionamento com o divino: existiria um consórcio feito com Deus no modo como o acaso é administrado, forma de controle para a qual convergiria a atenção espiritual de cada indivíduo.

Essa ideia de uma “gestão da contingência” originou, nos primórdios da teologia da prosperidade, um conjunto de práticas e crenças de caráter mágico inspirado no *new thought*, movimento cultural popular nos EUA do século XIX que propunha certa paridade entre as noções de fé e pensamento positivo. Como veremos adiante, novos modelos de configuração dessa espiritualidade parecem entrar em cena no contexto brasileiro atual, dentre os quais destacamos para análise a ideia de “fé inteligente” promovida pela Iurd.

Em “Aprenda uma fé que funciona” (CRUZ, 2015), a Igreja afirma que “a fé inteligente é prática e racional, por isso não se abala facilmente. [...] É muito importante que você desenvolva em sua vida a fé racional, para que por meio dela seja possível alcançar de Deus as maravilhas que Ele tem reservado para Seus filhos”. Tal forma de fé prescreveria uma relação com o transcendente que não apela a emoções, mas a uma busca por efeitos concretos e visíveis na vida de quem crê.

Essa inusitada maneira de unir fé e razão seria aplicável aos mais diversos âmbitos da vida, até mesmo nas relações conjugais. É o que mostram Patriota, Casaqui e Rodrigues (2017) em artigo que analisa as narrativas terapêuticas presentes em *The Love School*, marca associada à Iurd e que conta com diversos produtos como programa televisivo, livros, revistas, DVDs e até cruzeiros. Neles, diferencia-se o “modo como se processa a relação entre religião, empreendedorismo e afeto nas narrativas terapêuticas autobiográficas, promovendo um ideal de felicidade alicerçado em uma teologia de resultados” (PATRIOTA, CASAQUI e RODRIGUES, 2017, p. 81) na qual “casamentos blindados” seriam aqueles em que se usa a razão – e não a emoção – para resolver os problemas conjugais.

Junto a iniciativas como a campanha publicitária “Eu sou a Universal”,<sup>9</sup> os conteúdos aos quais recorreremos<sup>10</sup> são exemplo de como o espírito empreendedor tem sido fomentado pela Iurd a partir de uma escolha hermenêutica. Sabemos que as narrativas bíblicas são caracterizadas por uma polissemia que, historicamente, prestou-se às mais diferentes correntes teológicas. Dito isso, nos interessa trazer à tona os elementos que se impõem na exegese proposta pela Iurd de histórias do Antigo Testamento, ressaltando as relações entre o imaginário religioso e a demanda secular por um tipo específico de assujeitamento.

A fé inteligente se manifesta, por exemplo, na interpretação dada pela Igreja à história de Davi. Rei de Israel no século X a.C., Davi é descrito no texto bíblico como um pastor de ovelhas que se torna guerreiro valente, além de ser dono de sensibilidade poética e musical. Embora pecador como seus iguais, Davi se transformaria em símbolo de virtude pela capacidade de reconhecer seus próprios erros e de buscar sinceramente a orientação divina: “conheço as minhas transgressões e o meu pecado está sempre diante de mim. [...] Cria em mim, ó Deus, um

9 Desde março de 2013, a Iurd veicula uma campanha intitulada “Eu sou a Universal”, composta por dezenas de vídeos transmitidos em seus canais na internet e na Rede Record. As peças são organizadas como depoimentos em primeira pessoa de supostos membros da Igreja, que relatam suas experiências de superação e sucesso financeiro.

10 Utilizamos textos publicados entre 2014 e 2015 sob a tag “empreendedor” no site oficial da Iurd. Conteúdos disponíveis no endereço: [www.universal.org/tags/empreendedor](http://www.universal.org/tags/empreendedor).

coração puro, e renova em mim um espírito reto”, canta o rei no salmo 51.<sup>11</sup>

Capítulo central na história do personagem é a unificação do povo hebreu sob a forma de uma nação. Para isso, teria sido fundamental a conquista da cidade de Jerusalém, cuja localização permitiria o controle sobre as diferentes tribos de Israel. Esse feito é narrado no livro histórico de II Samuel, que comenta os detalhes da tomada da cidade e a consciência de Davi de que realiza um plano traçado desde os céus: “Quem sou eu, Senhor Deus, para que me tenhas trazido até aqui? [...] Por causa da tua palavra, e segundo o teu coração, fizeste toda esta grandeza”.<sup>12</sup>

Em “Saiba como ser um empreendedor como Davi” (PRESTES, 2014c), a Iurd afirma que

Davi agiu como um empreendedor para construir seu império. Ele era um líder, como todo empresário deve ser. [...] Nos dias de hoje, o empreendedor pode refazer os passos de Davi para iniciar o seu negócio e chegar à sua conquista. Assim como Jerusalém foi para Davi, a localização tem importância estratégica para o empresário. Um ponto comercial ideal atrai grande clientela para a empresa e é uma forma de divulgação gratuita e constante do negócio.

Traçando um paralelo entre a história do rei de Israel e o processo de abertura de uma empresa, a Iurd naturaliza o espírito empreendedor como um atributo da personalidade de Davi. Para alcançar a façanha de transformar tribos dispersas em uma nação, o personagem teria empregado aquela forma específica de relacionamento com o divino: “Davi usou sua fé inteligente”. Tal releitura da narrativa bíblica, contudo, reserva ao direcionamento dos céus um papel difuso: a fé inteligente corresponde propriamente aqui à racionalidade que regeria a ação do personagem e não a um destino que teria sido cumprido porque escrito por Deus, como sugere o livro de II Samuel.

11 Cf. Salmos, capítulo 51, versos 3 e 10. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.bibliaonline.com.br/acf/sl/51](http://www.bibliaonline.com.br/acf/sl/51). Acesso em: 9 fev. 2017.

12 Cf. II Samuel, capítulo 7, versos 18 a 22. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.bibliaonline.com.br/acf/2sm/7](http://www.bibliaonline.com.br/acf/2sm/7). Acesso em: 9 fev. 2017.

Essa mesma operação retórica pauta a leitura da Iurd sobre outros personagens bíblicos cuja práxis empreendedora se apresenta como causação da realidade, posicionando a intervenção divina como uma espécie de avalizadora moral do acaso. Após unificar o povo hebreu, Davi deixaria o reino de Israel para seu herdeiro, Salomão. Se o pai ficou conhecido pela valentia, o filho se notabilizaria por outra característica: “ele era mais sábio do que todos os homens”, conta o livro dos Reis.<sup>13</sup> Essa vasta sabedoria teria sido concedida por Deus como resposta ao pedido de Salomão pela capacidade de conduzir de forma justa o povo de Israel.<sup>14</sup>

Com um reinado de 40 anos, Salomão encarna uma das mais célebres histórias bíblicas sobre as tentações do poder. O rei sábio era atormentado pela luxúria e pela vaidade, um homem entregue à autoconfiança e às paixões da carne. Salomão é o autor atribuído do livro bíblico do Eclesiastes, que consiste numa abordagem filosófica sobre a falta de sentido da vida, a injustiça, o tédio e o orgulho. O personagem mostra ser um crítico mordaz da condição humana, vendo-se sujeito a aflições mesmo que desfrute de diversos privilégios: “para Salomão, o mundo é um processo infundável de repetições enfadonhas, sem variações que atraíam o interesse” (KIVITZ, 2009, p. 36). Ante o dilema de existir, Salomão conclui, em sua velhice, que “o fim é temer a Deus, e guardar os seus mandamentos; isto é o dever de todo homem”.<sup>15</sup>

Em “Salomão, o empresário sábio” (PRESTES, 2014d), a Iurd constrói uma versão do personagem que não contempla as vicissitudes de seu comportamento, que o levam a agir diversas vezes contra a vontade divina. Antes, importa destacar o espírito de liderança de Salomão, responsável por tornar Israel uma nação próspera:

13 Cf. I Reis, capítulo 4, versos 29-31. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.biblionline.com.br/acf/1rs/4](http://www.biblionline.com.br/acf/1rs/4). Acesso em: 9 fev. 2017.

14 Cf. I Reis, capítulo 3, versos 9-11. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.biblionline.com.br/acf/1rs/3](http://www.biblionline.com.br/acf/1rs/3). Acesso em: 9 fev. 2017.

15 Cf. Eclesiastes, capítulo 12, verso 11. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.biblionline.com.br/acf/ec/12](http://www.biblionline.com.br/acf/ec/12). Acesso em: 10 fev. 2017.

Salomão tinha as características que um líder necessita ter para vencer. Ao assumir o comando do reino, ele tratou de eliminar os conspiradores. O empresário deve ter a visão de quem são seus inimigos para poder enfrentá-los da melhor forma. E Salomão sabia quem eram eles. O empresário deve articular-se bem, fazendo alianças que podem ser benéficas para seus negócios. Salomão estabeleceu comércio com cidades vizinhas e mantinha relações diplomáticas com outros reinos, o que gerou o progresso das cidades israelitas. Além disso, ao casar-se com Anelise, ganhou uma cidade do pai dela, o faraó, aumentando seu reino.

O rei agiria em uma busca racional por resultados: os feitos do personagem denotariam não um plano de Deus que se cumpre por meio de Salomão, a despeito de sua falha humanidade, mas uma estratégia autoral para o sucesso. Dessa forma, o homem sábio e consciente das próprias fraquezas surge como um exemplo de estadista de objetivos claros e táticas eficientes, marcas de um empreendedor: “Salomão tinha um império, o que, de certa forma, facilitava a aplicação de suas ideias, mas nas pequenas estruturas é possível executar ações básicas, espelhadas na conduta do rei, que podem ajudar o empreendimento a prosperar” (PRESTES, 2014d). Assim como acontece na leitura sobre Davi, portanto, a fé inteligente de Salomão corresponde à atitude de um estrategista disciplinado, que encontra em Deus a fonte moral de seu sucesso.

Outra história recontada pela Iurd é a do personagem José, filho de Jacó, descendência de Abraão. Segundo o livro do Gênesis,<sup>16</sup> José seria o preferido de seu pai, o que gerava ciúmes entre os outros filhos. Quando tinha 17 anos de idade, José foi surpreendido em uma cilada e vendido pelos irmãos como mercadoria a uma caravana de egípcios. Depois de anos trabalhando como escravo e de ser isolado numa prisão injustamente, José alcança a liberdade e a proteção do faraó pelo dom de interpretar sonhos. O personagem se torna um homem poderoso e, no momento em que Canaã, sua terra de origem, passa fome, tem a

16 Cf. Gênesis, capítulo 37. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.bibliaonline.com.br/acf/gn/37](http://www.bibliaonline.com.br/acf/gn/37). Acesso em: 10 fev. 2017.

oportunidade de reencontrar seus irmãos, que descem ao Egito em busca de alimento.

Na narrativa bíblica, o personagem tem a chance de se vingar de seus irmãos, mas é compelido a perdôá-los ao compreender que o sofrimento por que passara era parte de um plano divino: “não vos entristeçais, nem vos pese aos vossos olhos por me haverdes vendido para cá; não fostes vós que me enviastes para cá, senão Deus”.<sup>17</sup> Repleta de simbolismos, a história inspirou Thomas Mann a escrever a tetralogia “José e seus irmãos”, obra centrada na mitologia do perdão: para Mann, José prenuncia o próprio Cristo, que se sacrificaria em prol de seus traidores (SCAFF, 1998).

Em sua apresentação da história, a Iurd define que “o exemplo do herói bíblico deve ser trazido para os dias de hoje, onde o empreendedor deve ter características similares às de José: ser persistente e comprometido; saber ouvir para aprender; planejar; calcular riscos; estabelecer metas; e monitorar sistematicamente suas operações” (PRESTES, 2014e). Para a Universal, ao deixar de ser servo para ocupar um cargo de confiança do faraó, José do Egito corresponderia à figura contemporânea do empreendedor. Destaca-se aí o correto “uso” feito pelo personagem dos dons concedidos pelos céus: “o empreendedor pode não ter o talento de interpretar sonhos como José, porém, deve possuir outras habilidades dadas por Deus, e deve aproveitá-las. Outro detalhe importante é buscar a inspiração divina” (PRESTES, 2014e). O transcendente se coloca, assim, na condição de detalhe, a lembrar que “é necessário *também* que o empresário tenha um pacto com o Senhor Jesus” (PRESTES, 2014e, grifo nosso).

Exemplos como esses aventam um possível desencantamento da sensibilidade neopentecostal: em lugar da espiritualidade de “efeito abracadabra” de sua primeira história (MARIANO, 1996, p. 30), que reivindicava bênçãos dos céus por meio de enunciados mágicos e do pensamento positivo, a teologia da prosperidade parece fomentar um

17 Cf. Gênesis, capítulo 45. *Bíblia on-line*, versão Almeida corrigida e revisada, disponível em: [www.bibliaonline.com.br/acf/gn/45](http://www.bibliaonline.com.br/acf/gn/45). Acesso em: 10 fev. 2017.



imaginário cada vez mais calcado no exercício de uma ética afinada às demandas da atual economia do trabalho.

### **Considerações finais**

Os discursos analisados ilustram o argumento de nosso debate: a orientação do escopo moral das narrativas bíblicas rumo à apresentação da subjetividade e da práxis empreendedora como dados a-históricos. Esse fato se verifica na maneira como a Iurd enquadra o comportamento dos personagens em princípios contemporâneos de conduta: em “Saul, Davi e Salomão utilizavam-se do gerenciamento de desempenho” (PRESTES, 2014b), por exemplo, lê-se que “as histórias bíblicas trazem lições que comprovam que os líderes cristãos já se utilizavam de meios para resolver suas dificuldades antes mesmo que esses meios constassem em manuais de procedimento empresarial”. Tal capacidade antecipatória é o que faria da Bíblia um “manual sagrado”, cujos ensinamentos pediriam releituras pelo vocabulário autorizado de nossa época.

Essa hermenêutica proposta pela Iurd parece ser um fenômeno tipicamente brasileiro, resultante do encontro entre nossa matriz cultural cristã e a mercantilização da fé própria da era do espetáculo. Mas sugerimos, a contrapelo, que o êxito da teologia da prosperidade no Brasil não é uma excepcionalidade de nossa realidade social, mas uma resposta a certa racionalidade política e econômica que demanda a constante invenção de tecnologias subjetivas. Falamos do que Michel Foucault (2008) chamou de “governamentalidade” e que propõe, no cenário de nossas democracias liberais, um renovado encontro entre as sensibilidades religiosas e a práxis do mercado.

Como mostra Rudnyckyj (2011) em uma extensa etnografia realizada na Indonésia, um imperativo semelhante se instala hoje no seio do Islã. Rudnyckyj analisa um programa de recursos humanos intitulado Quociente Emocional e Espiritual, utilizado por uma fábrica de aço no momento em que a economia do país abraça modelos mais flexíveis de produção e governança. Debatendo como essa ascendente realidade no mundo do trabalho requer também um novo tipo de trabalhador, o

antropólogo indica a existência de um processo de “reforma espiritual”, que repagina as práticas e crenças do Islã para torná-las compatíveis com as premissas dos manuais de autoajuda e *coaching* do Ocidente. Apresentando o profeta Maomé como um exemplo de CEO, o Quociente Emocional e Espiritual materializa a convergência entre o capitalismo e a tradição islâmica:

Na Indonésia contemporânea, o Islã é convocado para produzir sujeitos comprometidos com padrões de eficiência, produtividade e transparência. [...] O Islã serve como um meio pelo qual essa reforma espiritual suscita sujeitos responsáveis perante si mesmos, suas famílias, seu trabalho e a nação (RUDNYCKYJ, 2011, p. 139).

A premissa da individualização da responsabilidade que marca a governamentalidade neoliberal parece, assim, buscar, em meio aos mais diferentes imaginários religiosos, certa fonte simbólica para justificar os tipos de sujeitos que pretende produzir. Como um modo de ser e estar no mundo tornado possível para todos, o empreendedorismo comparece como figura de proa nesse processo, e a crescente naturalização dessa conduta como um dado a-histórico no contexto da Iurd aponta para o alcance desse ideário no Brasil recente.

## Referências

- AIRES, J.; CAMARA, C.; SANTOS, S.; SILVA, M. A. R. Quando religião, mídia e política se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus. *Revista Eptic – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, v. 19, n. 2, maio-ago. 2017.
- ALMEIDA, R. *A Igreja Universal e seus demônios: um estudo etnográfico*. São Paulo: Terceiro Nome, 2009.
- \_\_\_\_\_. A onda quebrada – evangélicos e conservadorismo. *Cadernos Pagu*, n. 50, e175001, 2017.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

- CANTILLON, R. *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: Fondo de Cultura Económica, 1950.
- COSTA, A. M. da. *Convergências, divergências e silêncios: o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo nas empresas juniores e na mídia de negócios*. 2010. 286f. Tese (doutorado em Administração) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2010.
- CRUZ, D. Aprenda uma fé que funciona. *Universal.org*, 2015. Disponível em: [www.universal.org/noticia/2015/02/08/aprenda-uma-fe-que-funciona-31971.html](http://www.universal.org/noticia/2015/02/08/aprenda-uma-fe-que-funciona-31971.html). Acesso em: 12 mar. 2018.
- CUNHA, M. N. “Casos de família”: um olhar sobre o contexto da disputa “Igreja Universal do Reino de Deus x Igreja Mundial do Poder de Deus” nas mídias. *Rever*, ano 12, n. 2, p. 101-110, 2012.
- DUTRA, R. Do sindicato à religião: individualismo e religião na nova classe trabalhadora. *Folha de S. Paulo*, Ilustríssima, p. 4, 12 abr. 2015.
- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- GAUTIÉ, J. Da invenção do desemprego à sua desconstrução. *Revista MANA*, v. 4, n. 2, p. 67-83, 1998.
- GORZ, A. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.
- GUTIERREZ, C. *Reflexividade evangélica a partir da produção crítica e construção de projetos de vida na Igreja Universal do Reino de Deus*. 2017. 387f. Tese (doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017.
- KIVITZ, E. R. *O livro mais mal-humorado da Bíblia: a acidez da vida e a sabedoria do Eclesiastes*. São Paulo: Mundo Cristão, 2009.
- LEITE, E.; MELO, N. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. *Revista Sociologia Política*, v. 16, n. 31, p. 35-47, 2008.
- LÓPEZ-RUIZ, O. J. *O “ethos” dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. 2004. 375f. Tese (doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.
- MARIANO, R. Os neopentecostais e a Teologia da Prosperidade. *Novos Estudos Cebrap*, n. 44, p. 24-44, 1996.
- ORO, A. P. A demonologia da Igreja Universal do Reino de Deus. *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 6, n. 7, p. 135-146, 2005.
- PATRIOTA, K.; CASAQUI, V.; RODRIGUES, E. Blindando relacionamentos: narrativas terapêuticas e racionalização dos afetos na escola do amor. *Revista Animus*, v. 16, n. 31, p. 68-83, 2017.
- PRESTES, E. A justiça de Salomão. *Universal.org*, 2014a. Disponível em: <https://www.universal.org/noticias/a-justica-de-salomao>. Acesso em: 12 mar. 2018.
- \_\_\_\_\_. Atitudes bíblicas ensinam empreendedores a vencer. *Universal.org*, 2014b. Disponível em: [www.universal.org/noticias/2014/06/16/atitudes-b%C3%ADblicas-ensinam-empresarios-a-vencer-19995.html](http://www.universal.org/noticias/2014/06/16/atitudes-b%C3%ADblicas-ensinam-empresarios-a-vencer-19995.html). Acesso em: 12 mar. 2018.

- \_\_\_\_\_. Saiba como ser um empreendedor como Davi. *Universal.org*, 2014c. Disponível em: [www.universal.org/noticias/2014/07/14/saiba-como-ser-um-empresendedor-como-davi-20312.html](http://www.universal.org/noticias/2014/07/14/saiba-como-ser-um-empresendedor-como-davi-20312.html). Acesso em: 12 mar. 2018.
- \_\_\_\_\_. Salomão, o empresário sábio. *Universal.org*, 2014d. Disponível em: [www.universal.org/noticias/2014/07/21/salomao,-o-empresario-sabio-21048.html](http://www.universal.org/noticias/2014/07/21/salomao,-o-empresario-sabio-21048.html). Acesso em: 12 mar. 2018.
- \_\_\_\_\_. Veja como José do Egito inspira empresários. *Universal.org*, 2014e. Disponível em: [www.universal.org/noticias/2014/07/08/veja-como-jose-do-egito-inspira-empresarios-20354.html](http://www.universal.org/noticias/2014/07/08/veja-como-jose-do-egito-inspira-empresarios-20354.html). Acesso em: 12 mar. 2018.
- RUDNYCKYJ, D. *Spiritual economies: Islam, globalization, and the afterlife of development*. Ithaca: Cornell University Press, 2011.
- SCAFF, S. V. R. *History, myth, and music: Thomas Mann's timely fiction*. Columbia: Camden House, 1998.
- SCHUMPETER, J. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril, 1997.
- WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Martin Claret, 2005.

## Sobre os autores

*Julia Salgado* – Mestre e doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), onde atualmente realiza seu pós-doutorado com auxílio da Faperj.

*Leandro De Paula Santos* – Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ e professor adjunto do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências da Universidade Federal da Bahia.

---

Data de submissão: 05/01/2018

Data de aceite: 20/03/2018