

## **Características de Organizações Religiosas e não Religiosas Dignas**

**Autoria:** Gilberto Francisco dos Santos

### **RESUMO**

Este estudo buscou descrever características de organizações dignas, não-religiosas e religiosas, na ótica de pastores-gestores da Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), partindo do pressuposto de que as organizações podem ser entendidas como atores sociais que influenciam pessoas e transformam o ambiente. Isto é, elas podem ser dignas ou não-dignas, dependendo de suas práticas. De natureza descritivo-exploratória, a pesquisa adotou o método qualitativo, sendo de tipo interpretativo básico, visando a apreender os significados sobre o que seriam organizações dignas, por meio de entrevistas semi-estruturadas realizadas com dez pastores da IIGD, tendo como roteiro inicial o questionário aberto utilizado por Teixeira et al. (2010).

**Palavras-chave:** Organizações dignas. Dignidade organizacional. Organizações religiosas. Neopentecostalismo. Igreja da Graça.

O conceito de dignidade humana tem sido estudado no âmbito das organizações por diversos autores. Randy Hodson aponta, em seu estudo baseado em etnografias, realizadas em ambientes organizacionais, quatro problemas que violam a dignidade do trabalhador: abuso e má administração, excesso de trabalho, autonomia limitada e as contradições que envolvem o empregado nas relações com pares. Colaborando com essa fala, Jacobson (2009) trata dos processos sociais no trabalho, por meio dos quais a dignidade humana pode ser violada ou promovida.

O filósofo Margolis (1997), por sua vez, foi o primeiro a formular um modelo de dignidade organizacional. O autor procura resgatar o conceito de dignidade a partir dos estudos filosóficos, dando destaque ao pensamento de Emmanuel Kant, entendendo que “a dignidade consiste no valor essencial do ser humano que somos, o qual nos capacita a transformarmos em um contínuo vir a ser” (MARGOLIS, 1997, p. 101), focalizando a dignidade do empregado como essa capacidade de tornar-se. Para tanto, a organização deve proporcionar certas condições dignificantes como autonomia, respeito às contribuições e oportunidade para aprender e crescer.

No Brasil, Teixeira e colaboradores vêm se dedicando ao tema sob diferentes perspectivas. Em 2008, Teixeira baseou-se na teoria da ação comunicativa do filósofo Habermas para propor que ‘dignidade organizacional (...) consiste na relação entre pessoas da organização e outras, denominadas de *stakeholders*, onde o que se diz é o que se pensa, de forma inteligível, e onde se estabelecem acordos baseados no entendimento (...)’ (TEIXEIRA, 2008, p.86). Posteriormente, em 2010, Teixeira et al. (2010), por sua vez, discutiram o que vem a ser ‘empresa digna’. Esses autores fundamentaram-se na metateoria de King, Felin e Whetten (2009), que tratam a organização como um ator social, ao invés de ser um conjunto de atores individuais, como Teixeira havia considerado em 2008.

Os estudos sobre ‘empresa digna’ são ainda incipientes no Brasil, tendo sido realizados a partir de uma amostra de trabalhadores brasileiros, aos quais foi solicitado, por meio de questionário aberto, que descrevessem as características de uma empresa digna (TEIXEIRA et al. 2010). Colaborando com a expansão desses esforços, que fazem parte do Projeto Procad/Capes de Proposta e Validação de um Modelo de Dignidade Organizacional, desenvolvido pelo Núcleo de Estudos sobre Gestão Baseada em Valores da Universidade Presbiteriana Mackenzie em parceria com o Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração da Faculdade Boa Viagem na cidade de Recife, o presente estudo trata de ampliar o realizado por Teixeira et al. (2010), considerando outros públicos, ao responder a seguinte questão de pesquisa: Quais as características de organizações dignas, religiosas e não-religiosas, sob o ponto-de-vista de gestores de organizações eclesiais neopentecostais?

Neste presente estudo foram escolhidos pastores de igrejas neopentecostais devido ao crescimento vertiginoso no Brasil deste seguimento religioso (NERI, 2011). Pois, além de atrair atenção de vários cientistas da religião (MARIANO, 1999; ROMEIRO, 2005; ABUMANSUR; MORAES, 2007; MORAES, 2010), vem se revelando como empreendimentos religiosos, com gestão de tipo empresarial (CAMPOS, 1997; SERAFIM, 2008; SIEPIERSKI, 2001). A Igreja Internacional da Graça de Deus<sup>1</sup> foi escolhida dentre as neopentecostais, porque existem poucos estudos na área de Administração sobre a referida organização. Espera-se ampliar os estudos sobre o que vem a ser ‘empresas dignas’ e ‘organização religiosa digna’ segundo os gestores neopentecostais e levar os gestores de tais organizações religiosas a considerar as diversas categorias presentes na gestão eclesial numa sociedade que está descobrindo o mercado da fé religiosa.

## Dignidade no Âmbito das Organizações

### Dignidade no trabalho

Jacobson (2009) discute sobre as principais ideias, significados e usos da dignidade nos serviços de saúde. A autora procura categorizar a dignidade no âmbito do trabalho. Segundo a autora, “a dignidade é uma qualidade dos indivíduos e coletivos a qual é constituída através da interação, interpretação, estrutura e pelas condições relativas aos atores e aos relacionamentos (...)” (JACOBSON, 2009, p.1). Essa autora identifica na literatura e também em seu estudo duas formas ou tipos de dignidade. A primeira está relacionada à dignidade humana, que é intrínseca aos seres humanos, todos a possuem. A segunda forma refere-se à dignidade social. A dignidade social, por sua vez, é construída nas interações entre dois ou mais indivíduos, coletivos e sociedades, podendo ser dividida em dois tipos: a dignidade de si (*dignity-of-self*) e a dignidade nas relações (*dignity-in-relation*). A dignidade de si é uma qualidade de auto-respeito e de auto-estima, relacionada com características como confiança e integridade. A dignidade nas relações refere-se às maneiras em que o respeito e o valor próprio são experimentados nos comportamentos individuais e coletivos. Esses dois tipos de dignidade social são contingentes: eles podem ser medidos, violados, ou promovidos (JACOBSON, 2009).

Randy Hodson é um dos principais pesquisadores em dignidade no trabalho. Ele aponta, em seu estudo baseado em etnografias em organizações, quatro problemas que violam a dignidade do trabalhador: abuso e má administração, excesso de trabalho, autonomia limitada e as contradições que envolvem o empregado nas relações com pares. Em contrapartida, os trabalhadores são agentes criativos que reagem aos desafios de violação de dignidade mediante práticas de resistência, cidadania no trabalho, criação de sistemas independentes e desenvolvimento de relações sociais no trabalho (HODSON, 2004).

Hodson e Roscigno (2004) enumeram dois tipos de práticas no estudo de dignidade no trabalho. As práticas no nível do trabalho incluem, por exemplo, o trabalhador receber tratamento respeitoso, além de benefícios tangíveis em troca dos seus esforços e de seu comprometimento com o trabalho. E, as práticas no nível da organização, nas quais são ressaltadas a segurança no trabalho, a competência administrativa e a coerência organizacional.

Desta forma, a dignidade no trabalho está relacionada às interações sociais (JACOBSON, 2009) e certas práticas no nível do trabalho e da organização (HODSON; ROSCIGNO, 2004).

### Dignidade organizacional

Os primeiros autores que utilizaram o termo dignidade organizacional foram Margolis (1997) e Teixeira (2008). Eles desenvolveram estudos de dignidade organizacional, baseados em pressupostos filosóficos. O modelo de dignidade de Margolis (1997), fundamenta-se na perspectiva kantiana de dignidade, que, “a dignidade consiste no valor essencial do ser humano que somos, o qual nos capacita a transformarmo-nos em um contínuo vir a ser” (MARGOLIS, 1997, p. 101). Isto é, dignidade para esse autor, é a capacidade da pessoa moldar suas próprias ações. Nesse modelo, no entanto, Margolis (1997) tratou exclusivamente da relação do empregado com a organização.

O conceito de dignidade organizacional de Teixeira (2008) baseia-se, por sua vez, na teoria da ação racional comunicativa do filósofo Habermas. Segundo a autora:

a dignidade organizacional (...) consiste na relação entre pessoas da organização e outras, denominadas aqui de *stakeholders*, pautadas pela ação comunicativa, onde o que se diz é o que se pensa, de forma inteligível, e onde se estabelecem acordos baseados no entendimento e, portanto, não há intenção de usar o outro para alcance dos próprios fins (TEIXEIRA, 2008, p.86).

Teixeira (2008) insere no seu estudo, assim, outros *stakeholders*, tais como: clientes, fornecedores, líderes comunitários, e, não apenas os empregados como fez Margolis (1997) ao falar de dignidade organizacional. Teixeira (2008), diferente de Margolis (1997), desenvolveu o conceito de dignidade organizacional, mas não realizou pesquisa de campo para verificar suas proposições. Mas, isto não quer dizer que não tenha trazido contribuições. Pelo contrário, tanto Margolis quanto Teixeira representam esforços importantes no desenvolvimento do conceito que se encontra em plena construção.

### **Empresa digna**

O esforço de elaborar um modelo de ‘empresa digna’ foi realizado por Teixeira e seus colaboradores (2010). Os autores fundamentaram seus pressupostos teóricos nos estudos de King, Felin e Whetten (2009), que discutem a organização como um ator social. As organizações podem ser consideradas atores sociais, pois exercem influência sobre os indivíduos, comunidades e são capazes de transformar seus ambientes (KING; FELIN; WHETTEN, 2009).

Assim, é possível denominar uma empresa digna, ou indigna, se considerarmos a organização como ator social. Isto é, “a dignidade que lhe é inerente é a dignidade organizacional (...), a qual pode ser percebida pelos *stakeholders* internos e externos, decorrentes das suas deliberações e ações na consecução de objetivos” (TEIXEIRA et al., 2010, p.7). Nesse esse estudo buscou captar as “representações cognitivas da realidade do que seja uma empresa digna” experimentadas na ótica dos respondentes (TEIXEIRA et al., 2010, p. 16).

Para uma maior compreensão sobre o que vem a ser empresa digna pelos gestores de organizações religiosas neopentecostais é necessário abordar tais organizações.

### **Organizações Religiosas Neopentecostais**

O movimento pentecostal iniciou-se nos Estados Unidos no início do século XX e, posteriormente, foi trazido ao Brasil, por missionários estrangeiros, leigos que conheceram tal movimento. As igrejas pentecostais no Brasil souberam aproveitar e explorar eficientemente também o contexto socioeconômico, cultural, político e religioso do último quarto de século no Brasil, segundo Mariano (2004), para expandir tal movimento.

Mariano (1999, 2004) destacou-se dentre os demais autores no estudo da tipologia das igrejas neopentecostais devido ao seu esforço acadêmico em mapear o campo pentecostal a partir da análise de sua dinâmica histórico-institucional. Segundo Mariano (1999), o pentecostalismo possui três vertentes principais: pentecostalismo clássico, deuteropentecostalismo e o neopentecostalismo.

O período denominado de neopentecostalismo, objeto deste estudo, surge na década de 1970. Esse novo pentecostalismo passa a ser objeto de estudos dos cientistas da religião, devido ao seu crescimento nas camadas mais pobres da população (MARIANO, 1999; CAMPOS, 1997; ROMEIRO, 2005). A Igreja Universal do Reino de Deus (criada em 1977, no Rio de Janeiro) é quem inaugura esse período. Depois da Igreja Universal surge a Igreja Internacional da Graça de Deus, em 1980, também no Rio de Janeiro, fundada pelo Missionário Romildo

Ribeiro Soares (R.R. Soares), e, posteriormente, a Igreja Renascer em Cristo (em 1986, na cidade de São Paulo).

O neopentecostalismo utiliza o imaginário social tanto como estratégia de marketing religioso como um momento de liberação do instinto criador do imaginário. Ele “privilegia o lúdico, a festividade, a fruição da vida, a participação do crente nas coisas boas” (CAMPOS, 1997, p.435). O neopentecostalismo criado pelas Igrejas Universal, Igreja da Graça e Igreja Renascer em Cristo, “elabora um discurso centrado na oferta do sonho de prosperidade, saúde, bem-estar e ascensão social às pessoas situadas no “fundo do poço” (CAMPOS, 1997, p. 438; BITUM, 2007). O seguidor neopentecostal acaba abraçando o discurso dos pastores, pois tal seguidor consegue projetar seus sonhos e realizações pessoais. Neste sentido, o discurso neopentecostal consegue unir o desejo pessoal e a religião (CAMPOS, 1997). É deste imaginário social que procedem as características do neopentecostalismo.

As características teóricas do neopentecostalismo compreendem suas principais ênfases doutrinárias e suas práticas eclesiais. Segundo Mariano (1999, p.107) são três as características principais do neopentecostalismo: “ênfase exacerbada na guerra espiritual, a Teologia da Prosperidade e a liberalização do rígido legalismo pentecostal”. Tais características estão fundamentadas numa interpretação bíblica estranha ao cristianismo (PIERATT, 1995; ROMEIRO, 2005). Segundo Oro (1992), Pieratt (1995), Campos (1997), Romeiro (2005), Bitum (2007), Serafim (2008) e Moraes (2010), pode-se acrescentar à classificação de Mariano (1999) outras características, tais como a adoção de pontos de contato, o discurso religioso e a gestão organizacional de ‘tipo empresarial’.

Segundo a ética pentecostal, com base na tese weberiana, “enquanto o protestantismo tradicional liberou o cidadão comum da culpa de acumulação de capital privado, as novas seitas pentecostais liberaram a acumulação privada de capital através da igreja” (NERI, 2011, p.28). A associação entre o espírito empresarial e a organização religiosa propiciou a adoção de novas práticas, tais como estratégias de comunicação mediante a compra de emissoras de televisão e rádio, a adesão a sistemas de franquia, fazendo uma maior ligação entre política e igreja, entre outras (NERI, 2011).

Desta forma, as características do neopentecostalismo podem ser reagrupadas em conjuntos específicos para efeito desta pesquisa em duas categorias: do ‘Plano Teológico’ e do ‘Plano das Práticas Eclesiais’. As categorias do Plano Teológico estão relacionadas à exacerbção da ‘guerra espiritual contra o Diabo’, à ‘teologia da prosperidade’ e à ‘interpretação bíblica seletiva’. As categorias do Plano das Práticas Eclesiais dizem respeito à ‘liberalização dos estereotipados usos e costumes de santidade dos pentecostais’, à ‘busca por bens religiosos’, à ‘adoção de pontos de contato’, ao ‘discurso religioso’ e à ‘gestão organizacional de tipo empresarial’ (pastor-gestor, estrutura administrativa, divulgação e arrecadação financeira).

As características da Igreja da Graça não são diferentes das características teóricas do neopentecostalismo. Mas, a Igreja da Graça tem se destacado no plano das práticas eclesiais como um empreendimento midiático no Brasil (MORAES; ABUMANSUR, 2007; MORAES, 2010). A Igreja Internacional da Graça de Deus (Igreja da Graça) foi fundada pelo Missionário Romildo Ribeiro Soares, conhecido como R.R. Soares, em 1980 na cidade do Rio de Janeiro. O Missionário R.R. Soares aprendeu a sua profissão na prática pelas igrejas que ajudou a estabelecer. Segundo Mariano (1999, p. 99), Soares não se submeteu a nenhum curso de graduação em teologia pastoral, mas graduou-se em direito pela Universidade Gama Filho no Rio de Janeiro. Embora, R.R. Soares não tenha tido uma graduação teológica, ele recebeu influências teológicas que explicam o seu apreço pela Teologia da Prosperidade, próprio do movimento pentecostal norte-americano.

## Procedimentos Metodológicos

Quanto aos procedimentos metodológicos, esse estudo é de natureza descritiva e exploratória. Nele, busca-se descrever as características das ‘organizações dignas’ na ótica dos respondentes, pastores-gestores da IIGD. É, também, exploratória, porque existem poucos estudos tanto sobre empresa digna, bem como sob a perspectiva de gestores de organizações religiosas, especificamente da Igreja da Graça, no campo das Ciências Sociais Aplicadas.

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa ao buscar a compreensão do que sejam organizações dignas a partir dos significados atribuídos pelos participantes ao fenômeno, os quais foram construídos em suas relações sociais, mediante processo iterativo. E, foi empregada a pesquisa qualitativa de tipo interpretativo básico (MERRIAM, 2002), utilizando-se entrevistas como técnica de construção de dados.

Os participantes da pesquisa são os pastores da IIGD. Eles têm desenvolvido uma gestão de tipo empresarial (SERAFIM, 2008). Utilizam-se da livre interpretação de textos bíblicos (ROMEIRO, 2005), empregam novidades doutrinárias (PIERATT, 1995), levantam recursos financeiros, criam empresas para auxiliá-los no empreendimento religioso, divulgam a organização na mídia eletrônica (MORAES, 2010), ampliando, assim, o escopo da teologia em seu *modus operadi*.

Neste estudo, foram entrevistados dez pastores da IIGD em seus respectivos locais de trabalho, templos da Igreja da Graça, no período de março a junho de 2011. A idade de 50% dos respondentes se enquadra na faixa etária de 25 a 35 anos. Em relação ao tempo de ministério pastoral, 40% atuam entre 10 a 15 anos, 30% estão na faixa de 5 a 10 anos, 20% na faixa de 15 a 20 anos e 1% na faixa de 20 a 25 anos. Em relação à formação teológica, apenas 20% tem graduação superior em teologia. Em relação a outros cursos, 70% têm formação superior.

A IIGD como as demais igrejas neopentecostais vivem em situação de mercado na sociedade contemporânea (SERAFIM, 2008). Elas “aprenderam a se adaptar a mudanças relativas ao contexto econômico, e conseguem influenciar o comportamento econômico de modo inovador” (WUTHNOW, 1994 apud SERAFIM, 2008, p. 37). Serafim (2008, p. 46) declara ainda: “as estruturas socioreligiosas [neopentecostais] sofrem pressões para que os resultados sejam apresentados, tais como número de convertidos, milagres realizados, expansão numérica de igrejas, de membros e de arrecadação financeira (...)”.

Foram adotadas entrevistas semi-estruturadas que seguiram um roteiro adaptado aos objetivos da pesquisa. O roteiro foi baseado no questionário desenvolvido no âmbito do Projeto PROCAD sobre Dignidade Organizacional da Universidade Presbiteriana Mackenzie, utilizado por Teixeira et al. (2010).

Os sujeitos da pesquisa foram abordados no ambiente natural de trabalho, templos da Igreja da Graça localizados na região central e oeste da grande São Paulo. Às vezes, a entrevista ocorria após a reunião noturna ou vespertina da igreja local, já que os templos ficam de portas abertas todos os dias da semana. Alguns pastores demonstraram interesse pelo assunto, mas outros não queriam falar, em três ocasiões, sem a permissão do líder regional nem permitiram gravar as entrevistas no aparelho eletrônico, consentindo apenas anotações. A maioria dos contatos foi realizada primeiramente por telefone, apresentando as razões para os mesmos participarem e garantia de anonimato do entrevistado no texto a ser redigido a partir dos conteúdos das entrevistas.

No presente estudo, as entrevistas gravadas em áudio foram transformadas em texto, mediante sua transcrição literal, codificadas em unidades de conteúdo temáticas, categorizadas e interpretadas conforme as técnicas de análise de dados qualitativos apresentadas por Flores (1994). Iniciou-se o processo com categorias *a priori*, estabelecidas no modelo de Teixeira et al. (2010) de ‘empresa digna’, para análise do que seriam organizações não-religiosas dignas, e com categorias *a priori*, provenientes do referencial teórico sobre neopentecostalismo, para tratar as respostas relativas a organizações neopentecostais dignas, bem como para caracterizar a Igreja da Graça, segundo a descrição de seus gestores. Foram criadas *a posteriori* subcategorias quando necessário, em função da especificidade dos dados.

### **Apresentação e Análise dos Resultados**

Esta pesquisa utilizou categorias *a priori* para análise dos dados, uma vez que Teixeira et al. (2010) realizaram estudo sobre o mesmo tema, apenas com outro perfil de respondentes. Segundo aqueles autores, uma ‘empresa digna’ caracteriza-se por contemplar determinadas relações com *stakeholders* (“Relações com funcionários”, “Responsabilidade social”, “Relações com clientes”, “Responsabilidade ambiental” e “Relações com governo”), certas características (“Características empresariais”, “Características dos funcionários”), “Resultados para os *stakeholders*” e “Valores” (TEIXEIRA et al., 2010, p. 9-16).

Pode-se constatar que não surgiram novas categorias que complementassem as utilizadas *a priori*, mas apenas algumas categorias que foram adicionadas à classificação de Teixeira et al. (2010) de características de “empresa digna”. Por exemplo, a categoria “Características dos funcionários” compreende ‘empregados não-gestores’ e ‘empregados-gestores’, enquanto no estudo de Teixeira (2010, p.15) tais características “referem-se a qualidades dos líderes” apenas.

Em relação as características empresarias, uma organização digna, segundo os respondentes, lida com os diferentes tipos de pessoas, tem qualidade, credibilidade, dignidade e caráter, além de buscar a competitividade. No tocante as características de funcionários, numa organização digna, os ‘empregados-gestores’ devem ter enquanto pessoas dignidade e credibilidade. Isto é, o dirigente deve ter a honra dos seus pares, o louvor pelo trabalho que realiza e caráter, atributos que exaltam a dignidade. Percebe-se que as qualidades morais são ressaltadas na fala desse respondente, dada a ênfase moralista proveniente do ensino religioso.

Quanto as ‘relações com *stakeholders*’, a dignidade organizacional tanto à luz de trabalhadores brasileiros (TEIXEIRA et al., 2010), quanto de gestores de organizações religiosas, envolve vários *stakeholders* de uma organização. No tocante as ‘relações com funcionários’, uma organização digna na ótica dos respondentes da pesquisa é aquela que procura tratar com justiça os seus funcionários, cumpre com suas obrigações trabalhistas, paga os benefícios e estimula o desenvolvimento do seu grupo de funcionários, características similares às encontradas em Hodson (2002).

Quanto as ‘relações com clientes’, uma organização digna respeita os clientes, assumindo os compromissos com pontualidade, dando atenção às suas necessidades e tratando-os com fidelidade. Estes conteúdos estão presentes também nas respostas encontradas em Teixeira et al. (2010). No tocante as ‘relações com governo’, uma organização digna é aquela que cumpre a lei e obedece às autoridades, segundo os respondentes. A obediência às leis do país e respeito para com as autoridades constituídas podem ser requisitos básicos para os respondentes, que procuram cumprir os mandamentos divinos.

Em relação à ‘responsabilidade social’, uma organização digna é aquela que ‘cumpre o seu papel para com o país’. Tais expressões evidenciam a preocupação com a função que a

organização digna deve ter para com país em relação ao aspecto social, mas, esse papel não está claro na fala dos respondentes. Quanto a ‘responsabilidade ambiental’, uma organização digna ‘cumpre bem seu papel (...) (na) questão ambiental, tais como ‘responsabilidade ambiental’, ‘ambientalmente proativa’, ‘investe no meio ambiente’, ‘consciência ambiental’, ‘consciência ecológica’ e ‘sustentabilidade ambiental’, categorias encontradas em Teixeira et al. (2010).

Em relação aos ‘resultados para o país’, uma organização digna é ‘aquela que gera tecnologia e renda para o país’. O termo ‘país’ pode ser considerado um stakeholder, cuja natureza não deve se limitar ao ser humano (TEIXEIRA et al., 2010). No tocante aos “valores” ressaltados no presente estudo, que tratam de ‘honestidade’, ‘sinceridade’, ‘honrar palavra e os compromissos’, “cumprir os compromissos”, “não se envolver com coisas erradas”, ‘lealdade’, ‘algo louvado’ e ‘algo honrado’ podem ser associados às dimensões de ‘autotranscendência’ e ‘conservação’ de Schwartz (2005).

Em suma, uma organização não-religiosa digna na ótica dos gestores neopentecostais entrevistados é aquela que lida com diferentes tipos de pessoas, incentiva a competitividade e, portanto, não é monopolista, goza de boa reputação na comunidade, é crível, tem empregados responsáveis, que não trazem seus problemas para a empresa, além de gestores de boa reputação. Paga em dia os funcionários, cumpre os compromissos com os empregados e estimula-os ao desenvolvimento. É uma organização que também respeita os clientes, tem serviços e produtos de boa qualidade, cumpre a legislação em suas diferentes esferas, desenvolve papel social e ambiental, gera tecnologia e renda para o país e tem metas relacionadas ao bem-estar de outros, não busca o lucro a qualquer custo e visa à manutenção do *status quo*.

### **Características da Igreja Internacional da Graça de Deus**

Foi possível com as entrevistas, identificar as características da Igreja da Graça a partir dos próprios gestores que as administram. Utilizaram-se categorias *a priori* provenientes das principais características teóricas do neopentecostalismo. Assim, a Igreja da Graça é definida mediante duas categorias: as características do ‘Plano Teológico’ e as características do ‘Plano das Práticas Eclesiásticas’.

As características do Plano Teológico da Igreja da Graça contemplam as seguintes categorias: ‘objetivos eclesiais’, ‘guerra espiritual’, ‘teologia da prosperidade’ e ‘fundamentação bíblica’. Os ‘objetivos eclesiais’ da Igreja da Graça, segundo os respondentes, trata de ‘promover o evangelho’, ‘ganhar pessoas para Deus’ e ‘ajudar pessoas’. Esse caráter expansionista de conquistar pessoas para o seu círculo de influência constitui em si uma das principais metas da igreja cristã (PIERATT, 1995; CAMPOS, 1997; ROMEIRO, 2005).

A ‘guerra Espiritual’ do Plano teológico da Igreja da Graça refere-se ao combate religioso que os gestores empreendem destinado à proteção dos fiéis das forças malignas. Os pastores da Igreja da Graça, como os discípulos de Jesus Cristo, acreditam que têm poderes sobre as forças ocultas das trevas, mediante a convicção de possuir a verdade bíblica (MARIANO, 1999). A ‘Teologia da Prosperidade’ é outra característica da Igreja da Graça do ‘Plano Teológico’, que aborda os seguintes aspectos, segundo os respondentes: ‘curas divinas’, ‘confissão positiva’, ‘princípios morais’ e o ‘bem-estar das pessoas’. A Teologia da prosperidade ressalta que o mesmo poder de realizar milagres está à disposição da igreja, pois é um dom permanente concedido à igreja, por Deus (PIERATT, 1995).

A ênfase na ‘Confissão Positiva’, mencionada nas entrevistas, ressalta os poderes mentais e a confissão do fiel para receber as curas e as promessas de prosperidade. É necessário



determinar no mundo espiritual, para que as coisas aconteçam. Os ‘princípios morais’ da Igreja da Graça estão relacionados ‘a busca pelos valores de Jesus Cristo’, ‘viver com o salário que [o fiel] ganha’, ‘ter o nome limpo na praça’, e ‘não dever nada para ninguém’. Tais princípios morais visam alcançar a maior parte dos seguidores da Igreja da Graça, composta de pessoas de baixa renda e de baixa auto-estima (MARIANO, 1999).

Em suma, segundo os gestores contemplados no presente estudo, a Igreja da Graça no que concerne ao Plano Teológico, visa segundo os entrevistados, levar a palavra de Deus, ganhar pessoas para o reino de Deus, cuidar do bem-estar delas, libertando-as do mal e promovendo o milagre da cura. Além disso, na Igreja da Graça tudo deve ser determinado (ordenado a Deus), para que a cura e a prosperidade possam ocorrer na vida do fiel. As características do Plano Teológico da Igreja da Graça formam um conjunto harmonioso que sustentam suas práticas eclesiais.

No que concerne ao Plano das Práticas eclesiais a Igreja da Graça é definida mediante as seguintes categorias: ‘oferta por bens religiosos’, ‘adoção de pontos de contato’, ‘discurso religioso’ e ‘gestão de tipo empresarial’. Os termos ‘produtos’ e ‘ideias’ são próprios da linguagem do marketing eclesial (CAMPOS, 1997). Um dos respondentes percebeu a tendência da organização eclesial, Igreja da Graça, se tornar uma religião de mercado, assim como Berger (1985, p.149), “as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se comodidades de consumo”. Desta forma, o grupo religioso acaba se organizando “de forma a conquistar uma população de consumidores em competição com outros grupos que tem o mesmo propósito” (BERGER, 1985, p.150).

Essa “oferta por bens religiosos”, por parte da Igreja da Graça, está relacionada aos ‘produtos do neopentecostalismo’, tais como prosperidade, a libertação do mal e a cura divina, que foram tratados no Plano Teológico. Tais bens religiosos são vistos como grandes aliados dos fiéis, que buscam sucesso, felicidade, provisão e soluções para todo tipo de problemas, sejam eles de ordem financeira ou espiritual (MARIANO, 1999; ROMEIRO, 2005).. A categoria ‘adoção de pontos de contato’, por sua vez, do Plano das Práticas Eclesiais da Igreja da Graça relaciona-se ao despertar da fé e à promoção da participação das pessoas nos rituais dos cultos nos templos. Além disso, há quem venha ‘em busca de um objeto, que ela acredita que irá resolver o seu problema’, segundo Mariano (1999).

A categoria ‘discurso religioso’ está associada às formas de convencimento e de persuasão utilizadas pela Igreja da Graça que, segundo os gestores entrevistados, dizem respeito à ‘proteção’, à ‘ênfase no dinheiro’ e à ‘não promessa’. O discurso religioso ‘da proteção’ destaca o tratamento dispensado pela Igreja da Graça aos pastores e às pessoas em geral. Segundo os respondentes, ‘percebo a Igreja como uma mãe para todos nós (pastores)’ e ‘a Igreja tem procurado tratar as pessoas como uma família’. Mas, não é isso o que acontece no âmbito da Igreja da Graça, segundo os estudiosos, pois ela perdeu as características de uma comunidade onde seus membros se conhecem e partilham algo em comum (PIERATT, 1995; ROMEIRO, 2005). O discurso religioso da ‘ênfase no dinheiro’, por sua vez, não recebeu muito destaque por parte dos gestores entrevistados, embora a ênfase na contribuição financeira é acentuada na Igreja da Graça (ROMEIRO, 2005).

A categoria ‘receptividade dos membros ao discurso religioso’ trata da resistência dos freqüentadores dos templos da Igreja da Graça, pois nem todos recebem bem o discurso dos pastores. Segundo os respondentes, ‘nem todas as pessoas que participam dos cultos levam a sério a pregação’, ‘nem todas as pessoas recebem aquilo que pregamos (oferecemos)’, ou, ainda, ‘elas não percebem aquilo que está sendo dado a elas’. Os pastores pregam que os bens

religiosos ofertados na igreja são infalíveis e capazes de resolver todo tipo de problema, criando nas pessoas expectativas, por vezes, irreais (PIERATT, 1995).

A categoria ‘gestão de tipo empresarial’ do Plano das Práticas Eclesiásticas da Igreja da Graça trata das seguintes subcategorias, ‘objetivos empresariais’, ‘gestão financeira’, ‘estrutura administrativa’, ‘pastor-gestor’, ‘divulgação’ e ‘assistência social’. O termo gestão de tipo empresarial foi empregado por Serafim (2008) em seu estudo sobre outra organização neopentecostal, a Igreja Renascer em Cristo.

A categoria ‘objetivos empresariais’ diz respeito aos alvos do empreendimento religioso. A Igreja da Graça ‘vira uma empresa, quando procura (...) arrecadar mais dinheiro’, que é administrado ‘em prol do crescimento da obra’. Segundo Campos (1997), em uma fase inicial de acomodação às regras de mercado, quando o empreendimento religioso é ainda algo novo, a igreja passa a imitar as empresas, que são administradas com vistas ao lucro.

A categoria ‘gestão financeira’ da Igreja da Graça trata da ‘fonte dos recursos’, ‘finalidade dos recursos’ e do ‘controle dos recursos’, que diz respeito às contribuições dos fiéis. A categoria ‘estrutura administrativa’ da Igreja da Graça se refere ao seu quadro administrativo. Segundo um dos respondentes, tudo que a igreja arrecada é remetido para o escritório central que distribui os recursos às suas filiais. A categoria ‘pastor-gestor’ compreende a ‘formação teológica’ e as ‘normas morais’ aplicadas aos gestores. Na Igreja da Graça, o curso de graduação em teologia não é uma exigência para exercer o pastorado, conforme disse um dos entrevistados. A Academia Teológica da Graça de Deus, criada em 1984, dois anos após a fundação da Igreja da Graça, tem sido útil no sentido de burocratizar o serviço sacerdotal (MORAES, 2010). Mas, poucos pastores tem se beneficiado com o curso de graduação em teologia: do grupo dos dez entrevistados, apenas dois fizeram o curso de teologia.

A categoria ‘divulgação’ da gestão de tipo empresarial da Igreja da Graça diz respeito a ‘comunicação’ e ‘campanhas’. Segundo um respondente, ‘para alguém receber as bênçãos, essa pessoa **vai ter que** participar da campanha’ promovida pela IIGD (grifo do pesquisador). Tais campanhas têm como objetivo atrair e envolver o fiel na programação da igreja, que fica de portas abertas todos os dias. A assistência social, por sua vez, na Igreja da Graça depende provavelmente, da ação isolada de seus membros ou de alguns gestores, ou para contrapor-se à concorrência de outras igrejas, como as católicas, pois de forma geral, os pastores da Igreja da Graça não se preocupariam com assistência social devido à crença de Soares de que a igreja perderia o seu foco de pregar o evangelho da prosperidade caso se dedicasse à ação social (ROMEIRO, 2005).

Em suma, a Igreja da Graça, pelas vozes dos pastores entrevistados, possui características do Plano das Práticas eclesiais sustentadas pelas suas principais características do Plano Teológico. Tais práticas eclesiais refletem aspectos da gestão de tipo empresarial, o que acaba, até certo ponto, descaracterizando o modelo de igreja bíblico (PIERATT, 1995; ROMEIRO, 2005). Essa descaracterização pode fazer parte de um processo de secularização (BERGER, 1995) e de desencanto do mundo (PIERUCCI, 2005).

### **Características de Igrejas Neopentecostais Dignas**

Esta categorização foi realizada com base nas características teóricas das organizações neopentecostais. A categoria ‘objetivos eclesiais’ do Plano Teológico trata do ‘ensino sobre Deus’, ‘mudar pessoas’ e ‘melhorar de vida’. A categoria ‘mudar pessoas’ contempla frases como ‘uma igreja neopentecostal digna tem o objetivo de mudar pessoas’ e ‘transformar pessoas’ que vai ao encontro do que coloca Campos (1997) sobre a existência de um discurso religioso dos pastores neopentecostais de tentar transformar pessoas. A categoria

‘melhorar a vida das pessoas’ trata de alvos pretendidos pela Igreja Neopentecostal Digna de buscar uma vida melhor para sua membresia. A categoria ‘fundamentação bíblica’ do Plano Teológico reforça as menções relacionadas aos ‘objetivos eclesiais’ do ensino sobre Deus.

A categoria ‘guerra espiritual’ aborda no Plano Teológico a luta travada nas igrejas neopentecostais contra o inimigo dos cristãos, o diabo. Segundo Romeiro (2005), o contexto religioso brasileiro é propício à ênfase que as igrejas neopentecostais estão dando ao Diabo, de forma exacerbada (MARIANO, 1999). Na lógica da Teologia da prosperidade, a vontade de Deus para o cristão é que ele esteja bem, saudável, sem doenças nem problemas financeiros, mas o inimigo dos cristãos deve ser combatido, para não impedir tais privilégios.

Em relação às Práticas Eclesiais, segundo os gestores, uma igreja neopentecostal digna é aquela que dá ênfase a certos aspectos da ‘gestão de tipo empresarial’. A ‘gestão de pessoas’ enfatiza aquela organização religiosa que ‘administra bem as pessoas’, na fala de um respondente. Segundo ele, tanto a organização religiosa quanto a empresa administram pessoas, minimizando os conflitos pessoais internos.

A categoria ‘credibilidade’ refere-se às ações que igrejas neopentecostais dignas podem possuir. Os respondentes também apontaram que igrejas neopentecostais dignas enfatizam algumas características morais que seus pastores-gestores devem apresentar como ‘ter uma boa índole’ e ‘um bom caráter’.

Em suma, Igrejas Neopentecostais Dignas serão aquelas instituições religiosas que seguem os preceitos divinos, ensinam sobre Deus, transformam pessoas, melhoram suas vidas, levando-as à prosperidade, cumprem compromissos, não se envolvem com escândalos, para não serem denegridas na sua imagem e devem ter líderes de bom caráter.

Finalizando a seção de apresentação e análise de dados e comparando-se as respostas dadas pelos gestores sobre o que vem a ser organizações não-religiosas dignas e organizações neopentecostais dignas, nota-se que existem determinadas características que são próprias apenas do segundo tipo de organizações, referentes à categoria do Plano Teológico, em função da finalidade religiosa que possuem. Todavia, pode-se dizer que a dignidade de ambos os tipos de organizações é descrita pelos respondentes por certas características empresariais: gestão de pessoas, credibilidade e cumprimento de compromissos, bem como por meio de características de seus gestores, que devem ter boa índole.

### **Considerações Finais**

O conceito de dignidade organizacional é um construto em desenvolvimento, para o qual esta pesquisa tentou contribuir por meio do alcance dos objetivos propostos ao descrever as características de organizações não-religiosas dignas, bem como de organizações religiosas dignas na ótica de gestores de uma organização neopentecostal.

O estudo mostrou que mesmo trabalhadores de organizações religiosas, como os gestores da Igreja da Graça, definem organizações não-religiosas dignas a partir das mesmas categorias encontradas na pesquisa de Teixeira et al. (2010) com trabalhadores brasileiros de organizações não-religiosas. Assim, organizações dignas preocupam-se não só com os empregados, diferentemente de Margolis (1997), mas também com clientes, governo, meio-ambiente e sociedade, sendo as relações com *stakeholders* um elemento importante da dignidade organizacional. Por sua vez, acrescentou-se uma categoria – características de funcionários não-gestores, dando indícios de que a dignidade das organizações não-religiosas contempla não só determinadas qualidades de seus líderes como apontado por Teixeira et al. (2010), mas também de seus empregados.

Em relação à caracterização de organizações religiosas dignas, embora o tratamento de dados não tenha considerado as frequências das respostas obtidas, mas o conteúdo das falas (FLORES, 1994), nota-se que poucos gestores se sentiram à vontade para falar sobre o tema. A ênfase dos gestores foi dada mais aos aspectos do plano teológico, algo que é próprio da organização eclesial e menos aos aspectos da gestão empresarial, o que de certo modo era esperado, já que é razoável pensar que pastores não costumam enfatizar o lado da gestão administrativa que as igrejas possam ter. Assim, as poucas categorias relativas à gestão empresarial permitem dizer que organizações neopentecostais dignas preocupam-se com a gestão de pessoas, com a credibilidade, com o cumprimento de compromissos e em ter gestores (pastores) de boa índole, características estas também presentes, de forma geral, em organizações não-religiosas dignas.

Todavia, quando se observam as características da Igreja da Graça, segundo seus próprios gestores entrevistados, surge a pergunta: há nela características de organizações dignas?

Em primeiro lugar, para responder a essa questão, é preciso saber para onde olhar. Houve pastores que declararam que a Igreja da Graça visa ao lucro para poder manter-se e crescer. Neste sentido, pode-se observar que as organizações neopentecostais têm se aproximado das empresas com fins lucrativos ou de uma religião de mercado, como já apontado por Berger (1995). Assim, sendo a IIGD uma organização religiosa com características semelhantes às de organizações não-religiosas, com sua ênfase empresarial, é possível tentar responder, considerando-se tanto o que os gestores disseram sobre organizações religiosas (neopentecostais), quanto não-religiosas dignas.

A IIGD ao cumprir seus compromissos com a lei (governo) parece-se com organizações dignas. No entanto, em suas relações com os clientes (a membresia) seria da mesma forma? Uma organização religiosa digna é aquela que prega a verdade, é fiel ao consumidor naquilo que oferece. Mas, seria digno apresentar um produto como a prosperidade aos fiéis, que depende exclusivamente da ação de Deus, seguindo-se a Bíblia que tanto fundamenta os ensinamentos da IIGD, segundo os pastores, e não propriamente de quem a quer? A Teologia da Prosperidade constitui uma violação da ética cristã e uma afronta à soberania de Deus (PIERATT, 1995; ROMEIRO, 2005). A dignidade humana que emerge do discurso da Igreja da Graça parece uma crença submissa a uma lógica de possuir bens materiais apenas (MARIANO, 1999).

Em relação aos funcionários, organizações dignas oferecem relações de trabalho justas, não explorando a mão de obra e partilhando com os funcionários o seu lucro. No entanto, na IIGD segundo os gestores, tudo que é arrecadado pela igreja das doações de dízimos, das ofertas e da venda de objetos é empregado em prol da própria obra. Segundo Romeiro (2011), os líderes neopentecostais têm projetos megalomaniacos, querem construir o maior templo do mundo, atrair o maior número de fiéis, usando principalmente a mídia televisiva, que é muito dispendiosa. A IIGD tem foco sobretudo em seu crescimento, segundo alguns gestores, os quais enviam toda arrecadação à administração central, formada por um pequeno grupo de pessoas. E, tem dificuldades com a sua estrutura administrativa. Na declaração de um respondente entrevistado, o serviço voluntário é extremamente difícil. Segundo Romeiro (2005), o voluntário não é remunerado. O pastor, por sua vez, sofre pressões constantes com a rotina de trabalho. São três, quatro e até cinco cultos diários dos templos, devendo dar prioridade à igreja e não à família (ROMEIRO, 2005), como um gestor também comentou ao se referir ao que pensa o líder da IIGD, R R Soares. Isso tudo pode provocar desgastes físicos e estresses, gerando insatisfações e mudança constante de local de trabalho, algo também apontado pelos entrevistados.

Portanto, tomando-se as falas dos gestores entrevistados sobre o que é a Igreja da Graça e sobre o que eles mesmos colocam sobre o que seriam organizações dignas, há indícios de que a IIGD possua características de organizações não-dignas. Uma organização não-digna visa só o lucro, é monopolista, tem relações de trabalho injustas e não estimula o desenvolvimento de seus empregados. Quando a ênfase está no dinheiro e crescimento da organização em si, em não repartir o lucro com seus funcionários (não líderes), quando não há preocupação com o desenvolvimento dos empregados, uma organização passa a apresentar características de não-dignidade. Ao inserir-se no mercado religioso ou se tornar uma religião de mercado, a IIGD parece se afastar do modelo convencional de organização eclesial digna.

Em relação aos limites do estudo, pode-se apontar a não consideração de outras vozes, como os membros das IIGD, focalizando apenas os gestores, que são orientados a manterem uma retórica, isto é, a declarar o que deveria ser, não necessariamente o que a igreja é.

Considerando que o campo de estudo de organizações religiosas é complexo e paradoxal, é preciso aprofundar as reflexões sobre o que vem a ser organizações dignas, bem como sobre dignidade dessas organizações, pouco exploradas no campo da gestão, consciente de que cabe ao pesquisador fomentar outros estudos, sugerindo-se: pesquisar outras igrejas neopentecostais; pesquisar os membros das igrejas neopentecostais; e utilizar outros métodos de pesquisa, como observação participante, frequentando os cultos dessas igrejas, de modo a promover pesquisas em maior profundidade.

Finaliza-se a presente pesquisa com o sentimento de haver contribuído para a ampliação de conhecimento sobre a questão da dignidade organizacional ao buscar um público pouco estudado na área de administração, dando evidências de que para estudar dignidade de organizações religiosas também é preciso considerar aspectos relativos ao plano teológico. Ou seja, é importante atentar-se nas pesquisas para características gerais de dignidade, mas também para as especificidades dos diferentes tipos de organizações, sejam religiosas ou não.

Quanto à contribuição prática, procura-se deixar uma nova abordagem à respeito da gestão eclesial digna, que possa conduzir às mudanças necessárias de qualquer organização religiosa interessada na dignidade das suas relações com os diversos *stakeholders*.

### Referências Bibliográficas

ABUMANSSUR, Edin Sued. *Moradas de Deus: arquitetura de igrejas protestantes e pentecostalismo*. São Paulo: Novo Século, 2004.

BERGER, Peter L. *O Dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulus, 1985.

BITUM, Ricardo. *Igreja Mundial do Poder de Deus: rupturas e continuidades no campo religioso neopentecostal*. 2007. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, RJ: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e Universidade Metodista de São Paulo, 1997.

FLORES, J.F. *Análisis de dados cualitativos – aplicaciones a la investigación educativa*. Barcelona: PPU, 1994.

HODSON, Randy. *Dignity at work*. Cornell: Johnson Graduate School of Management, 2002. Disponível em: <http://www.jstor.org/.pdf>. Acesso em 20 set. 2010.

HODSON, Randy; ROSCIGNO, Vicent J. Organizational success and worker dignity: complementary or contradictory? *The American Journal of Sociology*, v. 110, n.3, nov. p.672-708, 2004.

HOHEN, D.; LEUNG, A. Dignity in western versus in Chinese cultures: theoretical overview and practical illustrations. *Business and Society Review*, v. 113, n.4, p.477-504, 2008.

JACOBSON, Nora. A taxonomy of dignity: a grounded theory study. *BMC International Health and Human Rights*. v. 9, n.3, p. 1-14, 2009.

KING, B.G.; FELIN, T.; WHETTEN, D.A. Finding the Organization in Organizational Theory: a meta-theory of the organization as a social actor. *Perspective Organization Science, Articles in Advance*, p. 1-16, 2009.

MARGOLIS, J.D. Dignity in the balance: philosophical and practical dimensions of promoting ethics in organizations. *Tese de Doutorado*. Cambridge: Harvard University, 1997.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.

\_\_\_\_\_. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. *Estudos Avançados*. Vol. 18, n. 52, p.121-136, 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.br> >, Acesso em: 20 abr. 2011.

MERRIAM, S.B. *Qualitative research in practice*. Examples for discussion and analysis. San Francisco: Jossey-Bass, , p.37-39, 2002.

MORAES, Gerson Leite de; ABUMANSSUR, Edin Sued. Comunidades emocionais e mídia: uma forma de entender o pentecostalismo brasileiro. *Revista Ciências da Religião – História e Sociedade*, São Paulo, vol. 5, n.5, p.10-33, 2007.

MORAES, Gerson Leite de. A Força Midiática da Igreja Internacional da Graça de Deus. 2008. (*Tese de Doutorado em Ciências da Religião*) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

\_\_\_\_\_. *Idade mídia evangélica no Brasil*. São Paulo: Fonte Editorial, 2010.

NERI, Marcelo Côrtes. *Novo Mapa das Religiões*. Rio de Janeiro: FGV, CPS, 2011.

ORO, Ari Pedro, et al. (org.) *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.

PIERUCCI, Antônio Flávio. *O Desencantamento do mundo: todos os passos do conceito em Max Weber*. São Paulo: USP, Curso de Pós-Graduação em Sociologia: Ed. 34, 2005.

PIERATT, Alan B. *O Evangelho da prosperidade: análise e resposta*. São Paulo: Vida Nova, 1995.

PYRRHO, M.; CORNELLI, G.; GARRAFA, V. Dignidad humana.reconocimiento y operacionalización del concepto. *Acta Bioethica*, v. 15, n.1, p. 65-69, 2009.

ROMEIRO, Paulo. *Decepcionado com a graça: esperança e frustrações no Brasil neopentecostal*. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.

\_\_\_\_\_. *Supercrentes: o evangelho segundo Kenneth Hagin, Valnice Milhomens e os profetas da prosperidade*. São Paulo: Mundo Cristão, 2007.

\_\_\_\_\_. Paulo Romeiro: depoimento [jun.2011). Entrevista: G. F. Santos. São Paulo: Igreja Cristã da Trindade. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida ao trabalho de dissertação do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Presbiteriana Mackenzie – SP.

SCHWARTZ, Shalom. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura intelectual. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. B. (Orgs.). *Valores e comportamento nas organizações*. Rio de Janeiro: Vozes, p.21-55, 2005.

SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. “De bem com a vida”: o sagrado num mundo em transformação: um estudo sobre a Igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea. 2001. (*Tese em Antropologia Social*) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2001.

SERAFIM, Maurício Custódio. Sobre esta igreja edificarei a minha empresa: organizações religiosas e empreendedorismo. 2008. (*Tese em Doutorado em Administração de Empresas*) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2008.

TEIXEIRA, Maria L. M. Dignidade Organizacional: valores e relações com *stakeholders*. In: TEIXEIRA, Maria L. M. (org.) *Valores humanos & gestão: novas perspectivas*. São Paulo: Editora SENAC, p. 81-92, 2008.

TEIXEIRA, Maria L.M; DIAS, S.M.R.C; ARAUJO, B.F.B.; PAZ, M.G.T; OLIVEIRA, L.M.B. O conceito de empresa digna na percepção de trabalhadores brasileiros. Congresso de La Asociación Latino Americana de Sociología del Trabajo, VI, 2010. *Anais...* Cidade do México, México, p.1-21, 2010.

---

Nessa pesquisa, a Igreja Internacional da Graça de Deus será tratada por Igreja da Graça ou pela sigla IIGD ao longo das seções.