

Olhando para Missão Empresarial de uma perspectiva indiana

Daniel Devadatta

Minha convicção é que chegou a hora de mais cristãos entrarem sem vergonha no campo empresarial na Índia. Está na hora de a comunidade cristã mais ampla apoiar, encorajar e até desafiar empresários cristãos para a influência que têm e podem ter na esfera pública. Como o evangelho vai moldar pessoas num dos períodos mais divertidos da história da nossa nação? Meu trabalho é encorajar empresários cristãos. O mercado, o local de trabalho e as pessoas que atuam nesse espaço são minha paróquia. Este artigo é uma narrativa pessoal do que descobri nessa jornada entre empresários.

Em primeiro lugar, estou convicto de que ser empresário é um chamado moral e espiritual. É um chamado legítimo como qualquer outro; uma tarefa dada por Deus, que chama uns para abençoar outros.

Em meu envolvimento com empresários que têm esse senso interior de chamado para o mundo dos negócios, encontrei profunda paixão e determinação. Eles não apenas gostam do que fazem, mas também entendem que era isso que deviam fazer. Acordam todo dia para ver como sua empresa pode realmente fazer algo útil pela sociedade. Perguntam-se o que significa dirigir um empreendimento bem sucedido em que vendedores, clientes, fornecedores, empregados, funcionários do governo etc. experimentam o amor de Deus? Para eles, ser empresário quer dizer fazer uma diferença tangível na vida dos outros, sejam consumidores ou empregados, ou na miríade de relacionamentos que formam com seu negócio. Eles são chamados por Deus para servir a Cristo e ao próximo na e por meio da sua empresa.

Está surgindo uma rede mundial desses empresários. Estamos começando a ver mesmo aqui na Índia empresários cristãos entendendo sua “missão” como “empresarial” e sua empresa como veículo de missão. Todavia, muito mais trabalho precisa ser feito pela igreja e pelas organizações cristãs para incentivar os empresários em seu chamado e prover recursos que os fortaleçam em seu principal local de influência.

Algumas perspectivas que nos definem

Dada a maneira de como o ministério cristão evoluiu em nosso contexto na Índia, desenvolveu-se um relacionamento de mão única entre os empresários cristãos e a multidão de instituições evangélicas que há no país. Muitas, se não quase todas as nossas instituições existem pela generosidade de outros, seja por ofertas, doações, campanhas de arrecadação de fundos, legados etc. Os recursos são coletados e redirecionados para a causa digna de que consiste o trabalho de cada instituição específica. Eles não são os únicos, mas os empresários têm um papel fundamental nesse sistema de manutenção.

Em minhas conversas com empresários, constatei que esse modelo pode diminuir seu senso de dignidade. Muitos se sentem alienados. O trabalho que fazem como empresários é visto, consciente ou inconscientemente, apenas como meio para um fim mais elevado e nobre. A contribuição significativa que fazem com seu empreendimento não é vista, ele é considerado apenas um instrumento para sustentar instituições. Muitos, sendo sinceros, sofrem com sentimentos de culpa por se dedicarem à vida empresarial.

Isso leva à segunda perspectiva, paralela, que parece nos definir. Essa perspectiva há muito tempo atormenta a comunidade cristã, e é a dicotomia entre o sagrado e o secular. A grande divisão entre a esfera espiritual e a material ou física está enraizada em uma filosofia antiga, mas ainda permeia boa parte dos nossos pensamentos e estratégias. Diante da ênfase inquestionável e até prática na alma em detrimento do corpo, no eterno em comparação com o temporal, e no sagrado em oposição ao secular, os empresários podem ter dificuldades para ver valor genuíno em sua vocação, em termos dos propósitos de Deus.

Encontrei muitos empresários que concluíram que esses dois mundos precisam estar separados um do outro. Eles ecoam este sentimento: negócio é negócio, meu mundo espiritual é o que faço na igreja, o ministério cristão acontece fora da minha vida empresarial. Em outras

palavras, minha empresa é secular e minhas atividades espirituais são sagradas. Alguns chegam a dizer que o que realmente conta para Deus são as atividades espirituais; o trabalho no dia a dia como empresário não tem valor intrínseco ou eterno.

No espaço público: uma tarefa dada por Deus

O que aconteceria se os empresários abraçassem totalmente o maior mandamento e a grande comissão em sua esfera de influência no mundo empresarial? Como seria se os empresários vissem sua empresa como campo primário de presença, atividade e influência cristã? Em outras palavras, eles não precisam ser tirados desse contexto a fim de cumprir o ministério de Jesus Cristo neste mundo.

Quando os empresários cristãos começarem a ter senso de chamado, quando o abraçarem e começarem a ver seu empreendimento dessa perspectiva, começarão a ver que papel significativo lhes cabe na esfera pública.

Para ilustrar, deixe-me contar a história da empresa para a qual trabalho. Ela foi fundada em Goa em 1989, e seu fundador disse que a empresa nunca pagaria subornos para conseguir as coisas. Ele disse precisamente isto: “Prefiro fechar a empresa a pagar suborno.” A empresa, passando por muitas dificuldades, tornou-se respeitada em sua área com o passar do tempo. Na verdade, sabendo de sua posição, outras empresas, de perto e longe, criaram políticas em que declaram que não participarão na cultura de subornos, mesmo se tiverem de pagar um preço alto por isso. Minha empresa sabe que as coisas só melhorarão se mais pessoas tomarem uma posição semelhante, e preparou o caminho para que outros vissem essa realidade. Para ler mais sobre Turbocam como missão empresarial, [clique aqui](#):

Contudo, pode ser que alguns ainda sejam céticos. A objeção mais comum vem do campo da ética, como que dizendo que o mundo dos negócios não é ético por natureza. Essa é a opinião mesmo de muitos cristãos na Índia. Posso não silenciar todos os céticos, mas é suficiente dizer que eles têm razão, se a empresa não estiver ancorada numa base moral firme. No entanto, o mundo empresarial não é diferente de outras vocações em que considerações éticas são importantes. Como qualquer outro profissional, um empresário pode ser moral ou imoral. Como pessoas atuantes no espaço público, é quando padrões morais são levados a sério que se exerce uma influência profunda e permanente na sociedade. É assim que as coisas melhoram. Que nós, como comunidade, encorajemos os empresários, celebremos o papel fundamental que um empresário tem na sociedade, e incentivemos mais dos nossos jovens a pensar seriamente nessa tarefa legítima dada por Deus.

***Daniel Devadatta** serve como embaixador na empresa Turbocam India Pvt Ltd, que atua em Goa e Bangalore. Turbocam fabrica e distribui peças de precisão para motores turbo, principalmente para as indústrias aeronáutica e automotiva. Ele também serve como coordenador da India No Bribe Coalition [Associação Indiana Contra o Suborno] e no Media Team of India against Corruption [Grupo contra a Corrupção na Mídia], um movimento cidadão que procura estabelecer um sistema eficiente de ouvidoria na Índia, que inclui a campanha “Salvemos Lokayukta” no estado de Karnataka, que procura meios de fortalecer a ouvidoria do estado na crise atual em que interesses poderosos tentam desmantelá-la.*

Antes de ocupar os cargos atuais, Devadatta tinha duas empresas: A Limo for You [Uma Limosine para Você], empresa de transporte de passageiros de luxo, e Path Valley General Store, distribuidora de ferragens e produtos de mercearia. Também plantou e pastoreou igrejas pequenas e grandes nos EUA e no Canadá e foi administrador do Calvin Theological Seminary em Grand Rapids, Michigan. Além disso, ajudou a desenvolver o Jungle Inn, a primeira reserva particular de vida selvagem em Nagarahole, no estado de Karnataka.

Vários líderes cristãos foram convidados a continuar a conversa respondendo a este artigo. Leia suas respostas e contribua com sua própria reflexão:

Para facilitar um diálogo realmente global, pedimos a líderes cristãos ao redor do mundo para responder aos artigos principais de Global Conversation. Esses pontos de vista não representam necessariamente o movimento de Lausanne. A intenção é incentivar o debate a partir dos quatro pontos cardeais e de segmentos diferentes da comunidade cristã. Acrescente sua opinião postando um comentário, para podermos aprender uns dos outros e crescer juntos na unidade do Espírito.

Resposta de João Mordomo

Lendo o artigo de Daniel Devadatta, senti meu coração responder a praticamente tudo o que ele escreveu! Os desafios no Brasil e na América Latina são muito, muito semelhantes. A compreensão falha do que a Bíblia ensina a respeito de sagrado e secular, clero e leigos, chamado – e a eclesiologia deficiente que resulta disso – se manifesta em nosso contexto de maneiras muito semelhantes às que Devadatta descreve. De fato, pode-se dizer que a Índia, com Turbocam, está à frente da América Latina no que toca a criação de pequenas e médias empresas em genuína missão empresarial. Isso não quer dizer que não existam esforços sérios de ME em nosso contexto. Veja, por exemplo, Gabriela e Marcos (os nomes são fictícios), que estão implantando uma empresa em missão na China. De acordo com o autor, “apesar do sucesso inicial, persiste a resistência à ideia de fazer negócios. Vindo de uma cultura em que o conceito de missionário é bem entendida e valorizada, Gabriela sentia que a empresa era, de certa forma, secundária, uma necessidade que, talvez, até atrapalhava o verdadeiro propósito de estar na China. Ela abre seu coração: ‘Eu me opunha ao trabalho empresarial. Não queria admitir que eu era empresária!’” É triste, mas esse tipo de oposição é cultivado, até encorajado, em nosso contexto eclesiástico, onde os leigos, com frequência, são considerados cidadãos de segunda classe. Centenas, se não milhares, de cristãos da América Central e do Sul viram-se no lugar de Gabriela nos últimos anos. Sentem-se chamados para a obra missionária, e a única resposta que os líderes das suas igrejas sabem (ou querem) lhes dar é: “Largue seu emprego, vá para o seminário, seja ordenado, levante seu sustento e se deixe enviar como missionário tradicional.” Esse conselho geralmente era bom no passado, mas os tempos mudaram, e esse “modelo missionário tradicional” já não atende a todas as necessidades. A boa notícia é que, à medida que a necessidade de um novo paradigma fica evidente, as respostas aparecem. Por exemplo, Décio de Carvalho, diretor executivo de COMIBAM (Cooperação Missionária Ibero-Americana), uma rede de agências missionárias que abrange a América Central e do Sul e a península Ibérica, fez da missão empresarial uma prioridade estratégica e, em março de 2011, COMIBAM reuniu um time encarregado de difundir a noção do que é missão empresarial, treinando e enviando empresários no e do mundo de fala hispânica e espanhola. De modo semelhante, em outubro de 2011 a Associação Brasileira de Missões Transculturais (AMTB) formou um departamento de “Profissionais e Empresas em Missão”, cujo mandato não é diferente do time de ME de COMIBAM.

Ecoo as palavras iniciais de Devadatta: “Chegou a hora de mais cristãos entrarem sem vergonha no campo empresarial na Índia” – e no Brasil, no México, na China, na Nigéria e de qualquer outro lugar para qualquer outro lugar. Parafrazeando o lema de Lausanne, “Toda a (crescente e bem sucedida comunidade empresarial da) igreja, levando todo o evangelho (em transformação espiritual, econômica, social e ambiental) a todo o mundo (nas asas de empresas genuínas, éticas, orientadas pela Bíblia).”

Uma resposta do Extremo Oriente

D.R.

Lembrei-me de um telefonema que recebi há alguns dias. Falei com um amigo sobre como o ambiente empresarial está decadente em nosso país.

Três anos atrás este amigo tinha se formado na faculdade com um bom nível de inglês. Ele é brilhante e estava decidido a ingressar no mercado de trabalho e explorar o mundo usando suas habilidades.

Nesse telefonema, ele me explicou como, em seu primeiro emprego, passou do período de experiência diretamente para uma posição de gerência, por ter caído nas boas graças do seu chefe americano. Não passou muito tempo, e seu melhor amigo, que o tinha recomendado para o cargo, voltou-se contra ele. A amizade acabou, este amigo saiu da empresa, e pelos próximos dois anos ele não passou de um gerente “fantoche”, sem qualquer autoridade nem respeito por parte de seus colegas.

Não foi difícil perceber que sua opinião sobre si mesmo estava indo ladeira abaixo. Ele tinha engordado, sua autoestima estava em baixa, e ele estava desesperançado de conseguir outro emprego. Estava mesmo desanimado e se perguntando onde Deus estava.

Este é apenas um de muitos exemplos na Ásia, de pessoas que têm uma colisão com a realidade do mercado de trabalho. Meu amigo não fez nada de errado, mas trabalhava num ambiente muito hostil.

No mundo em que vivemos, há 1,8 bilhão de pessoas sem emprego, mas pode haver outros 2 bilhões que fariam qualquer coisa para sair do emprego que têm – se pudessem encontrar outro melhor.

Na Ásia temos sistemas de pensamento conflitantes. Os budistas dizem que nosso bem-estar está nas mãos do destino. Os muçulmanos vivem cheios de medo do seu Deus. Antigos comunistas agora proclamam que “ficar rico é glorioso”. Em meio aos desafios da vida e do trabalho no dia a dia, porém, essas ideologias acabam não tendo respostas suficientes. Sem saber como olhar para além de certa cosmovisão, muitas pessoas não conseguem sair das suas próprias regras. Ou seja, só conseguirão se entrarem num ambiente completamente diferente. É exatamente nesse ponto que uma empresa intencionalmente focada no reino pode encarnar novos tipos de valores e ações.

Um dos meus mentores favoritos, que estudou filosofia mas agora toca uma pequena empresa, diz que a teologia é muito prática. Ele afirma que muita energia desnecessária é gasta discutindo o sexo dos anjos quando, na verdade, não estamos vivendo em fé em muitos aspectos da nossa vida.

Em muitas regiões da Ásia, quase nenhuma comunidade teve acesso a um testemunho cristão, ou a uma amostra, por menor que seja, da ética de vida judaico-cristã. Pela atividade empresarial podemos trazer para elas uma cosmovisão totalmente nova, uma maneira nova de encarar a vida, uma cultura afinada com o reino de Deus.

Os primeiros missionários trouxeram hospitais e escolas para atender às necessidades básicas das pessoas. À medida que os países em que eles trabalhavam se desenvolveram, os governos passaram a organizar esses serviços. Todavia, qual país do mundo fecha as portas a empreendedores inteligentes e de grande produtividade? E quem melhor para fazer isso do que aqueles de nós que querem atrair outros para o reino de Deus pelo amor? Nós somos os empresários de Deus que querem “trabalhar para o bem da cidade para onde eu os mandei como prisioneiros. Orem a mim, pedindo em favor dela” (Jeremias 29.7).

DR é um missionário-empresário no Extremo Oriente há 4 anos.