Economia de comunhão: um outro modelo de gestão da empresa capitalista?

Carolina da Cruz Cardoso

Mestre em Economia de Empresas (FEAD)

Professora da UNIPAC

Analista da ATTPS Softwares Financeiros

carolinadacruzcardoso@yahoo.com.br

Múcio Tosta Gonçalves

Professor do Mestrado em Economia de Empresas (FEAD)

Coordenador do Mestrado em Economia de Empresas

mucio.goncalves@fead.br

Resumo

A economia de comunhão visa organizar as empresas a partir de princípios éticos capazes de promover um desenvolvimento socialmente mais justo e com melhor distribuição da riqueza, de forma a reduzir as disparidades econômicas próprias do sistema capitalista. A Economia de Comunhão é, pois, uma nova forma de relação entre as pessoas que tem como cerne a mudança na forma de distribuição do lucro das empresas. Ela é orientada por três finalidades: a ajuda aos necessitados, a formação de “homens novos” e o reinvestimento dos resultados na empresa. O presente artigo aponta quais são as bases teóricas que sustentam tal proposta de organização empresarial e, a partir de uma pesquisa de campo realizada junto a empresas do Pólo Spartaco, no estado de São Paulo, apresenta quais são as principais opiniões dos empresários e funcionários a respeito das características e impactos de tais empreendimentos.

Palavras-chaves: Economia de Comunhão, ética, lucro

1. Introdução

Dentre os graves problemas econômicos que caracterizam a sociedade contemporânea, destacam-se os da desigualdade e da exclusão sociais, gerados diretamente pelo modo como se organiza o sistema capitalista de produção. O aumento do desemprego e a busca de meios de garantir a sobrevivência fazem com que os trabalhadores tenham como uma de suas opções lícitas a de dedicar-se a atividades produtivas informais. A articulação entre desemprego, pobreza e tentativas populares de inserção produtiva compõe o pano de fundo para se entender como é que práticas econômicas baseadas na solidariedade compõem um ponto importante da trama que constitui a sociedade contemporânea.

A concepção de uma nova estratégia para as organizações que tenha o foco na promoção humana torna-se então necessária. Segundo a lógica da Economia de Comunhão, mesmo que o objetivo de lucro não deixe de ser um dos mais importantes das empresas, o sistema econômico deve pautar-se na ação de agentes que adotem a cultura do dar e pautem a sua organização produtiva e comercial pela formação de “homens novos”.

Para construir tal tipo de organização, propõe-se uma nova forma de relação entre os empresários e os demais *stakeholders* da empresa, a qual envolverá uma alteração no princípio da distribuição dos lucros segundo três finalidades: a ajuda aos necessitados, a formação de “homens novos” e o reinvestimento na empresa.

2. Os princípios da economia de comunhão

Lubich (2002, p. 13) define a Economia de Comunhão – EdC como uma “experiência específica de economia solidária”. Para ela, o objetivo da economia de comunhão é “fazer da atividade econômica um lugar de encontro no sentido mais profundo do termo, um lugar de ‘comunhão’” (LUBICH, 2002, p. 17).

A Economia de Comunhão é uma tentativa de se chegar ao cerne da economia, redescobrando-a em sua sociabilidade radical, como dimensão da vida social objetivamente necessária e também como um privilegiado caminho disponível à subjetividade de cada indivíduo que deseja fazer a sua parte na reativação do aspecto social adormecido e construir, com todos os demais, uma sociedade mais humana em todos os campos, uma sociedade efetivamente solidária (SORGI, 1998).

Segundo Lubich (2001),

ao contrário da economia consumista, baseada na cultura do ter, a economia de comunhão é a economia do dar. Isso parece difícil, árduo, heróico. Mas não é assim, porque o homem, feito da imagem de Deus, que é Amor, encontra a própria realização justamente no amor, na doação. Esta exigência está no mais profundo do seu ser, tenha fé em Deus ou não. É justamente nesta constatação, comprovada pela nossa experiência, que está a esperança de uma difusão universal da Economia de comunhão.

A EdC teve origem no Brasil com o Movimento dos Focolares que está presente desde 1958, tendo se instalado inicialmente em Recife, de onde se propagou para todo o país.

De acordo com Araújo (1998, p. 17), “O movimento chegou ao Brasil em 1958 e espalhou-se desde então por todo o país, atraindo pessoas das mais diversas categorias sociais”.

O Movimento dos Focolares foi iniciado por Chiara Lubich na cidade de Trento, Itália, em plena Segunda Guerra Mundial. A espiritualidade e o carisma que alimentam esse Movimento baseia-se no amor recíproco e na unidade. Quem descobre Deus como Pai descobre todos os seres humanos como irmãos. O amor mútuo leva à unidade, aquela unidade pedida por Jesus ao Pai (ARAÚJO, 1998). Destas reuniões surgiu o objetivo de se iniciar uma ação, fundada em princípios cristãos, que liberasse o mundo da pobreza e das guerras. Procurando os pobres, essas mulheres dividiam com eles tudo aquilo que possuíam. Surgiu, daí, uma relação de “dar-receber-dar” (GONÇALVES & LEITÃO, 2001).

Segundo Burckart (2002, p. 74), “a espiritualidade a ele subjacente tem uma validade global, isto é, encontra formas de realização e de concretização em culturas, crenças e situações sociais muito diferentes entre si”. Já segundo Biela (1998, p. 29),

o Movimento dos Focolares está presente também fora do âmbito da cristandade. Já existem grupos entre fiéis da religião de Moisés, muçulmanos e budistas do Extremo Oriente que se deixam conduzir pelos ideais do Movimento dos Focolares. Esse Movimento desenvolve-se sobretudo ali onde falam ao coração e à mente a nostalgia universal pela unidade e a fraternidade entre os homens.

Quando estive no Brasil, a idealizadora do modelo de gestão Economia de Comunhão estabeleceu contatos com lideranças civis e religiosas de todo país, além de ter discutido com os membros locais do Movimento dos Focolares. Por meio dessas relações, ela percebeu que a situação sócio-econômica nacional tinha como uma de suas principais consequências o empobrecimento da população nacional, com repercussões diretas no seio do Movimento. O que Chiara Lubich percebeu é que, a despeito de haver comunhão de bens entre as pessoas que participavam do Movimento, eles não eram suficientes para sustentar com o mínimo uma parcela dos membros dos Focolares. Diante disso, ela construiu uma proposta alternativa de organização da ação econômica que, como informa Brandalise (2003, p. 83), “pudesse aproveitar as potencialidades locais para se resolver os problemas de caráter social”.

Daí nasceu a idéia de serem criadas, por membros do Movimento, “empresas que canalizassem capacidades e recursos de todos para juntos produzirem riqueza em prol dos que se encontravam em dificuldade. Sua gestão deveria ser confiada a pessoas competentes, capazes de fazê-las funcionar com eficácia e obter lucros” (LUBICH, *apud* BRANDALISE, 2003, p. 84). Essa idéia foi a originadora do projeto Economia de Comunhão. Ainda segundo Brandalise (*op. cit.*),

o projeto da Economia de Comunhão na Liberdade é o ponto de passagem da comunhão de bens entre as pessoas e grupos à comunhão de bens mais ampla, dentro de um sistema econômico. Trata-se da criação ou da reestruturação de empresas, pequenas, médias ou grandes, entendidas como comunidade de pessoas, cujos proprietários livremente distribuem os lucros de acordo com um novo critério.

O fundamento proposto para as empresas é que elas devem se organizar de modo a distribuir parte dos seus lucros em benefício de pessoas necessitadas, parte para investir na formação de pessoas com uma nova mentalidade e cultura, preservando a parte necessária aos investimentos econômicos do empreendimento. A idéia de Chiara Lubich é que, desse modo, as pessoas beneficiadas com tais recursos serão sujeitos renovados, capazes de contribuir para a formação de uma nova sociedade, centrada no homem.

A distribuição dos lucros obedece então a três propósitos (MOVIMENTO DOS FOCOLARES, 2004):

- a. Reinvestimento na empresa com justos salários e respeito às leis vigentes;
- b. Ajuda aos necessitados e criação de postos de trabalho;
- c. Formação de pessoas capazes de viver a cultura do dar.

Esta idéia, acolhida primeiramente no Brasil, logo se estendeu pelos cinco continentes (ECONOMIA DE COMUNHÃO, 2004). Segundo Gonçalves e Leitão (2001, p. 13), o fluxo lógico de mudança pretendida é a mudança das pessoas, mudança das empresas, mudança das relações entre empresas nos níveis local, nacional e internacional, com um efeito multiplicador que leve à mudança na economia mundial.

A proposta de integração iniciada por Chiara Lubich é a promoção e organização de um sistema econômico baseado em princípios de solidariedade aos necessitados de ajuda concreta. Esse sistema baseia-se na proposta de novas soluções sistemáticas chamado Economia de Comunhão.

Assim, a economia de comunhão não surgiu de nenhuma base teórica nova. Apesar da falta de sustentação conceitual na sua origem, o número destas empresas passa de 750, operando nos cinco continentes. Os fundadores e membros participantes da economia de comunhão esperam que a compreensão teórica desse movimento organizativo e organizacional seja aprofundada nas universidades e centros de pesquisa, o que inclusive já vem acontecendo, conforme afirmam Gonçalves e Leitão (2001) e Gonçalves, Martins e Rocha (2004).

Ao pensar nesta proposta, pode-se chegar a uma “racionalidade de comunhão“. Esse tipo de pensamento propõe uma racionalidade expressiva (baseada em valores) que leve em conta uma visão de longo prazo e o conceito de que não podemos ser felizes plenamente enquanto as pessoas a nossa volta sofrem privações devido à injusta distribuição da renda (BRUNI, 2002). Ainda de acordo com Lubich (1998),

ao contrário da economia consumista, baseada na cultura do ‘ter’, a Economia de Comunhão é a economia da partilha. Isso pode parecer difícil, árduo, heróico. Mas não é assim, porque o homem, criado à imagem de Deus, que é Amor, encontra a sua realização justamente no amor, na doação. Essa exigência reside no mais profundo do seu ser, quer ele tenha fé ou não.

Uma outra novidade que caracteriza o projeto Economia de Comunhão é a liberdade. Cada empresário decide livremente como e quando destinar o lucro para as três finalidades (desenvolvimento da empresa, pessoas necessitadas e formação de “homens novos”). Desse modo, o critério de distribuição do lucro do exercício financeiro não é estabelecido de forma definitiva, mas é determinado periodicamente pelos dirigentes da empresa, ob-

servando-se, contudo, as particularidades e necessidades de cada empreendimento (VIDO, 2004).

Pode-se encarar a economia de comunhão, como propõe Ferrucci (1998, p. 83), como um desafio cultural profundo baseado no apelo de “transformar o tempo da ação humana em uma ocasião de cooperação entre todos, e a ver os resultados econômicos como o fruto da comunhão entre todos”.

Em primeiro lugar, devemos realizar a comunhão com os outros homens; só assim seremos capazes de realizar aquilo que é sua feliz consequência, o “ter tudo em comum”. Sem “comunhão”, percebemos a artificialidade, a dificuldade de ter tudo em comum com alguém que não é nosso irmão. Se não formos “um só coração e uma só alma”, a comunhão de bens torna-se uma espécie de “comunismo” árido e fracassado. Logo, sendo este projeto baseado prioritariamente em valores cristãos, não se pode deixar de lembrar o desígnio sobre a humanidade que Jesus transmitiu, como encontrado nos Atos dos Apóstolos: “A multidão dos fiéis era um só coração e uma só alma [...], tudo era comum entre eles” (LUBICH, 1999).

Participam da Economia de Comunhão centenas de empresas de pequeno, médio e grande porte, produtoras de bens e de serviços que, ao conhecerem o Projeto, se sentiram motivadas com a novidade trazida por esse modo original de atuar na economia e por isso decidiram coligar-se.

No modelo da Economia de Comunhão, os empresários buscam o bem comum e a visão de futuro. Ao considerar os valores que caracterizam uma empresa ética, Aguilar (1996) cita a estruturação voltada para a administração participativa, a transparência, o diálogo e a negociação, o respeito aos funcionários e aos clientes entre outros. A empresa que se insere no contexto da Economia de Comunhão tem de fazer adaptações internas. A nova atitude da empresa exige uma nova postura, envolvendo mais diálogo e abertura, de modo a poder discutir as possíveis e prováveis divergências entre os valores, pontos de vista da direção e os de seus empregados.

No campo da ética, bem difundida na Economia de Comunhão, a empresa tem que desempenhar com qualidade sua missão específica. Por outro lado, esse desempenho não pode estar dissociado de seu objetivo principal, que é a obtenção de lucro. Logo, ao refletir sobre a dimensão desses valores na empresa, precisa-se compreender que, além dos compromissos relativos ao seu funcionamento interno, a organização empresarial possui compromissos externos, de ordem social, ponto e partida para a aderência à este tipo de economia. Como sugere Aguilar (1996, p. 97),

a ética da dignidade da pessoa humana impedirá também a empresa de fazer qualquer tipo de discriminação por uma visão preconceituosa de raça ou sexo. Atuando com base no valor da dignidade da pessoa, a empresa não definirá, por exemplo, uma política salarial fundamentada nessas diferenças. A questão do assédio sexual será também uma preocupação sua.

A inserção no projeto de Economia de Comunhão não é garantia para auferir lucros para a empresa, mas as empresas que adotam esse modelo de organização possuem a preocupação com o outro e se beneficiam de ambientes melhores de trabalho,

profissionais motivados e garantem a aceitação positiva pela sociedade tendo assim sua preferência.

3. Resultados da pesquisa

No Brasil, o projeto Economia de Comunhão conta atualmente com 123 empresas. O número de empresas e atividades da Economia de Comunhão espalhadas no mundo é de, no total, 769 unidades, distribuídas conforme demonstra a Tabela 1, apresentada a seguir.

Tabela 1										
Empresas da Economia de Comunhão, por continente										
Continente	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Europa	132	161	208	336	430	448	477	478	469	481
Ásia	10	19	23	23	32	37	35	36	38	40
África		1	2	6	14	11	15	11	13	9
América	99	144	166	184	220	244	220	221	217	224
Austrália	1	3	3	5	7	7	7	15	15	15
Total	242	328	402	554	703	747	754	761	752	769

Fonte: Escritório Central da Economia de Comunhão (2001)

O número de empresas pertencentes à EdC no Brasil e a sua distribuição por setores de atividade, em 2005, é demonstrada nas Tabelas 2 e 3. No país, a evolução da distribuição das empresas indica que há uma concentração expressiva nas regiões Sudeste e Centro-Oeste.

Uma das finalidades do projeto da Economia de Comunhão é a distribuição dos lucros aos necessitados. Na Tabela 5, apresentada a seguir, são indicados os dados do lucro obtido pelas empresas brasileiras que praticam a Economia de Comunhão. Apesar da maior concentração das empresas nas regiões Sudeste e Centro-Oeste do país, onde o lucro das empresas de Economia de Comunhão cresceu cerca de 225% entre 1992 e 2001, é significativo que na região Sul esse mesmo resultado tenha alcançado um valor percentual de 1125%!

Tabela 2										
Número de Empresas Coligadas por Região do Brasil										
Regiões	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sudeste e Centro-Oeste	35	48	55	58	54	54	54	54	45	57
Sul	7	9	11	10	13	12	12	12	12	14
Nordeste	11	13	12	7	8	8	9	12	11	9
Norte	6	11	8	13	13	13	13	9	9	8
TOTAL	59	81	86	88	88	87	88	87	77	88

Fonte: Escritório Central da Economia de Comunhão (2001)

Região do Brasil	Sector de Atividade	Quantidade de Empresas por Região	%
Sudeste	Comercio	18	
	Industria	5	
	Serviços	17	
	Agropecuária	1	
	Total	41	33,33
Sul	Comercio	14	
	Industria	3	
	Serviços	9	
	Agropecuária		
	Total	26	21,13
Centro-Oeste	Comercio	0	
	Industria	2	
	Serviços	6	
	Agropecuária	0	
	Total	8	6,5
Norte	Comercio	7	
	Industria	1	
	Serviços	2	
	Agropecuária	0	
	Total	10	8,13
Nordeste	Comercio	4	
	Industria	3	
	Serviços	8	
	Agropecuária	0	
	Total	15	12,19
Mariópolis Ginetta	Comercio	2	
	Industria	7	
	Serviços	13	
	Agropecuária	1	
	Total	23	18,7
Total Geral		123	100

Regiões	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sudeste e Centro Oeste	13.600	14.425	13.901	45.365	75.855	43.727	27.789	33.424	31.531	44.130
Sul	1.171	2.740	5.010	9.673	14.091	16.507	14.811	12.982	9.835	14.349
Nordeste	907	4.181	1.396	3.216	205	6.700	-	454	416	874
Norte	1.416	1.241	6.802	13.185	9.576	5.033	8.027	1.503	2.650	1.971
TOTAL	17.094	22.587	27.109	71.439	99.727	71.967	50.627	48.363	44.432	61.324

Obs.* Valores convertidos pelo valor do dólar da data da doação.

4. Implantação do Pólo Spartaco e das Empresas¹

Desde o surgimento da EdC, em 1991, quando Chiara Lubich veio ao Brasil e visitou a cidade de São Paulo e percebeu a necessidade de ajudar aqueles que viviam em condições miseráveis, foi constatada pelas lideranças do movimento a necessidade de criar um pólo empresarial, que desse visibilidade ao projeto e funcionasse como vínculo para todas as empresas que a ele aderissem (EDC, 2007). Então,

nasceu aqui no Brasil, na Mariápolis Araceli, uma idéia: sob o impulso da comunhão dos bens, deveriam surgir indústrias, empresas [...], a novidade seria essa: o lucro seria colocado em comum. Deveria nascer assim, uma Economia de Comunhão da qual esta Mariápolis seria o modelo, a cidade-piloto. Queremos que o lucro seja colocado em comunhão livremente (LUBICH, 2001).

Em 1994 teve início o Pólo Empresarial Spartaco, que deu viabilidade ao projeto Economia de Comunhão, proporcionando às empresas um local apropriado para se instalarem e testemunharem, juntas, como num laboratório, essa nova experiência econômica. Situado no município de Cotia, no estado de São Paulo, localizada à margem da rodovia Bungiro Nakao, a 4 Km da Mariápolis Ginetta², o Pólo Spartaco foi projetado para abrigar dez empresas, o escritório da Espri S.A e uma área comercial e de serviços.

De acordo com o Centro Filadélfia (2007), a palavra “Spartaco” é o primeiro nome de Spartaco Lucarini, italiano, escritor e jornalista econômico, que se manteve sempre atento aos problemas mundiais e preocupado com as questões sociais. A idéia dos pólos produtivos (ou industriais) faz parte dos elementos básicos que compõem a primeira intuição da EdC. São concebidos como um laboratório visível e ponto de referência ideal e operativo também para as outras empresas do projeto (EDC, 2007).

Ao lançar a EdC em 1991, Chiara Lubich estimulou o surgimento dos pólos nas proximidades das Mariápolis Permanentes do Movimento dos Focolares, a fim de que elas pudessem contribuir para manter sempre vivo o espírito do projeto (EDC, 2007).

Atualmente (2007), estão constituídos e/ou em constituição os Pólos Spartaco, em Cotia, no estado de São Paulo, no Brasil; o Solidariedad, no bairro de O'Higgins, na cidade de Buenos Aires, na Argentina; o Lionello, em Loppiano, na cidade de Florença, na Itália; e o Pólo Ginetta, no bairro do Igarassu, na cidade do Recife, Brasil. Estão em fase de estudo pólos empresariais de Portugal, França, Bélgica e Estados Unidos.

O Pólo Spartaco é administrado por uma sociedade anônima de capital fechado: a Espri S.A. (Empreendimentos, Serviços e Projetos Industriais), que viabilizou a compra e a infra-estrutura do terreno, além da construção e locação dos galpões às empresas ali instaladas. Inspirada nas palavras de Chiara, “Somos pobres, mas somos muitos”, a Espri S.A. nasceu com o objetivo de construir e administrar o Pólo Spartaco, além de dar possibilidade a todos de participarem do projeto e contribuírem para o desenvolvimento pleno da Economia de Comunhão. Trata-se de uma sociedade anônima de capital fechado, ou seja, as ações são vendidas diretamente na empresa, com dois funcionários.

O capital social da Espri S.A. é constituído pela subscrição de ações de acionistas de todos os estados do país e de outros países. Seus investidores acreditam no projeto da

Economia de Comunhão e querem contribuir para sua realização e ampliação. Hoje, o capital social da Espri S.A. é de mais de dois milhões de reais, incrementado periodicamente a partir a subscrição de novas ações. Atualmente, a Espri conta com cerca de 3.600 acionistas.

A Espri S.A. é administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria Executiva que se reúne periodicamente. São profissionais especializados em diversas áreas, eleitos em Assembléia, que se empenham em praticar uma nova forma de agir, de decidir, motivados pelos princípios da unidade e pelo projeto Economia de Comunhão. Possuem dois funcionários (dados 2005).

Atualmente, além da Espri S.A., estão instaladas e em funcionamento seis empresas, que atuam nos seguintes ramos: confecções (La Tunica); rotomoldagem de plásticos (KNE Rotigine); produtos de limpeza (Eco-Ar); embalagens plásticas (AVN); distribuidora de medicamentos (Prodiel Farmacêutica); e fomento mercantil (Uniben).

O Pólo Spartaco abrange ainda três outras empresas que, em função do ramo de atividade a que pertencem, estão localizadas fora do seu território: Escola Aurora (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio), Policlínica Ágape (especialidades médicas e apoio diagnóstico) e Comunione (escritório de contabilidade).

Em 1994, a La Tunica foi a primeira empresa a se transferir para o Pólo, e conta com 20 funcionários (dados de 2005). Sendo uma pequena empresa de confecções, não esteve isenta das dificuldades de continuação no mercado, mas a necessidade de competir com inteligência e mantendo íntegra sua integração e atuação como Empresa da Economia de Comunhão, num mercado recessivo e inseguro, foi o grande impulso para a busca de novos caminhos. Atualmente mantém e aprimora, principalmente, duas linhas de produção: camisetas da marca Pepê e Jotabê, também pela mensagem positiva que seus personagens transmitem, e uniformes escolares e empresariais. O que distingue seus produtos é a qualidade e o bom relacionamento que existe na linha de produção.

Já para a KNE Rotigine, que tem 8 funcionários (dados de 2005), a venda de produtos é uma conseqüência e não o objetivo principal de trabalho. Os laços de amizade e respeito entre os funcionários e diretores predominam, abrindo espaço para a realização pessoal, uma grande diferencial da Economia de Comunhão. A junção de duas outras empresas de Economia de Comunhão com a Rotogine, há alguns anos, cada uma com seu know-how, proporcionou uma nova estrutura comercial e administrativa.

Em 2004, a empresa atingiu o equilíbrio financeiro, com o desenvolvimento de novos produtos e abertura de novos mercados. Os momentos difíceis foram superados pela comunhão entre sócios e funcionários, sempre mantendo a empresa em sintonia com a Economia de Comunhão. Entre os produtos desenvolvidos, destacam-se: assentos em polietileno destinados a arquibancadas de ginásios de esportes e estádios; brinquedos infantis; reatores anaeróbicos para saneamento; lixeiras de 660 litros e separadores de água e óleo para postos de gasolina e lava-rápidos.

A Prodiel, trabalhando com licitações públicas, convive com situações difíceis, diante de sucessivos assédios e propostas de negócios lucrativos, porém pouco éticos. Os gerentes encarregados da Prodiel programam reuniões semanais sobre os aspectos de gestão da empresa de Economia de Comunhão e os próprios funcionários, que são 6 (dados de

2005) preparam os materiais para estes momentos, nos quais muitas idéias novas vão surgindo e todos se sentem protagonistas.

A AVN está no Pólo há cinco anos, contando com 18 funcionários (dados de 2005), e fornece embalagens plásticas para a Eco-Ar. Sua produção alcançou em 2004 a marca de 6 milhões de frascos. Neste ano está instalando uma nova máquina com capacidade para produzir frascos de cinco litros, o que possibilitará atingir novos clientes e novas metas. Está modernizando a cabine de transformação de energia, para melhor atender à demanda da fábrica.

Em 2006, o ponto alto da experiência da Eco-Ar, também com 18 funcionários, (dados de 2005) foi experimentar que os resultados da Economia de Comunhão vêm da unidade. Após uma dificuldade de negociação foi cortado o fornecimento dos produtos da Eco-Ar para uma grande empresa. Quando as pessoas que acreditam no projeto da Economia de Comunhão perceberam, começaram a reclamar da falta dos produtos da Eco-Ar nas gôndolas daqueles supermercados, o que acabou se tornando uma ação inteligente que resultou em retorno para a empresa.

A Uniben Fomento Mercantil Ltda. está instalada no Pólo Spartaco desde 1999, tem um funcionário e dá uma importante contribuição financeira às empresas da Economia de Comunhão. Além de oferecer serviços com taxas competitivas, a Uniben difunde a nova cultura na qual a “confiança” é um fator de valor econômico. Na área de seguridade, em parceria com a Merege’s Seguros, cresceu 10% no último ano, atendendo a clientes de todo o país.

5. Apresentação dos resultados da pesquisa

Com a finalidade de avaliar a percepção e a compreensão que as empresas envolvidas com a Economia de Comunhão possuem dessa modalidade de organização de gestão organizacional orientada pela solidariedade, foi realizada uma pesquisa com os proprietários e os funcionários das empresas instaladas no Pólo Spartaco.

Foi feito contato com a ESPRI S/A que intermediou o envio dos questionários para as empresas. O questionário foi enviado via e-mail e sedex a todas empresas do Pólo e as respostas chegaram via fax e sedex. Contudo, não foi possível obter respostas adequadas e aprofundadas sobre o que se pretendeu analisar, tendo em vista a dificuldade de mensurar alguns dos principais aspectos relativos à lógica e à natureza da estratégia da Economia de Comunhão, bem como o fato de que não foi possível realizar a pesquisa de forma presencial – tendo a pesquisadora que contar com o apoio dos empresários e da administração do Pólo.

Perguntados sobre qual é o regime tributário que a empresa se enquadra, cinco dos proprietários entrevistados responderam que são microempresas, e dois que são empreendimentos de médio porte. Uma das empresas tem cinco anos de existência, cinco possuem entre 6 e 10 anos de vida, uma outra possui onze anos de existência e uma última possui 16 anos.

Quanto aos motivos alegados para escolher os princípios da Economia de Comunhão como modelo da gestão da empresa, cinco dos entrevistados responderam que o que levou

a essa decisão foi a concepção do projeto, baseada nos princípios da solidariedade e do amor ao outro. Para um outro entrevistado, essa escolha foi tomada a partir do reconhecimento de que os sujeitos humanos são “pessoas de fé”, e um outro ainda foi mais enfático ao afirmar que ela decorreu da “escolha de Deus” (Entrevistado 2).

Todos esses são argumentos imbuídos de uma perspectiva carismática, no sentido empregado por Max Weber ao termo. Essa é uma informação importante, uma vez que revela que se a adoção do modelo de gestão da Economia de Comunhão não tem relação com os princípios do auto-interesse capitalista, não necessariamente guarda também relação com as idéias socialistas. A utopia da comunhão é baseada, nesse sentido, em um sentimento moral distinto do que orienta o sujeito econômico *stricto sensu*.

Nesse sentido, uma terceira pergunta foi feita especificamente em relação aos fatores condicionantes da forma como os lucros são distribuídos, além daquelas que decorrem da orientação geral (normativa) dada pelos princípios da Economia de Comunhão. Para quatro entrevistados, o principal fator – conforme explicitado nos princípios da Economia de Comunhão – é a situação financeira da empresa. Outras três respostas apontaram que são as necessidades da empresa que condicionam a decisão de distribuir o lucro, bem como o montante que pode e é de fato distribuído.

Chamou a atenção que apenas outros três entrevistados manifestaram os interesses de outros stakeholders como sendo os fatores que condicionam a forma e o volume da distribuição. Assim, para dois respondentes, os lucros são distribuídos segundo as necessidades dos funcionários e para um outro respondente eles são distribuídos para atender às necessidades do projeto social da empresa.

Perguntados se, no contexto da organização social e econômica capitalista, é possível para um empresário seguir os princípios e valores da Economia de Comunhão e alcançar os objetivos de lucro da firma, todos responderam que sim. Para um dos respondentes, a adoção de tais princípios “inclusive aumenta em nós (sic) o desejo de levar para frente” a organização (Entrevistado 4). Segundo outro entrevistado, “essa é a nossa proposta” (Entrevistado 2).

Quando perguntados se no tocante ao comportamento de fornecedores e clientes foi possível detectar algum traço de distinção no relacionamento (por exemplo, alguma manifestação de preferência pela empresa porque ela adota os princípios da Economia de Comunhão), os entrevistados responderam da seguinte forma: para um deles, nem sempre; para dois, às vezes; para um deles, existe sim; e para outros dois, não.

Para os que responderam negativamente ou com ressalvas, a principal razão parece ser a de que nem todos os fornecedores e clientes sabem que a empresa está inserida no projeto de Economia de Comunhão. Mesmo sem ter uma resposta clara, essas opiniões revelam que talvez fornecedores e clientes não conheçam ou não saibam exatamente o que é EdC porque não faz parte da ética deste modelo a difusão e/ou divulgação dos seus ideais como forma de promoção ou publicidade. Neste sentido, a EdC difere da prática de Responsabilidade Social.

Um dos entrevistados, inclusive, respondeu que a empresa não divulga a Economia de Comunhão “no dia a dia do trabalho” por entender “que não seria correto fazer uso da Economia de Comunhão; porém, os clientes percebem a diferença” (Entrevistado 4).

Esta manifestação revela, também, como a consciência dos princípios EdC orienta a ação dos empresários. Mesmo que tal ação pareça ser uma contradição, na verdade o que a EdC apregoa é que deve ser dada a difusão ao ideal de construção de “Homens Novos”.

A mesma questão aparece no discurso dos entrevistados quando eles responderam à pergunta se a Economia de Comunhão se confunde com a prática ou a política de Responsabilidade Social. Para a maioria dos entrevistados (cinco), há sim essa confusão, sendo a Economia de Comunhão uma forma de adoção de princípios de responsabilidade da empresa diante dos seus stakeholders. Nesse sentido, a sustentação básica dessa afirmativa é que Responsabilidade Social Empresarial “tem a ver com solidariedade” (Entrevistado 6).

Os dois que responderam não à pergunta, por sua vez, apontaram questões importantes, destacadas nos depoimentos transcritos a seguir:

Economia de Comunhão não se confunde com responsabilidade social por que ela vai além, a Economia de Comunhão prima o homem, o relacionamento, tudo é consequência desse relacionamento; é muito superior porque a responsabilidade social tem um limite, já os princípios que regem a Economia de Comunhão não (Entrevistado 4)
A Economia de Comunhão atua (sic) a responsabilidade social e vai além no respeito da igualdade e da dignidade de cada um (Entrevistado 2)

Para ambos, então, a distinção é que a responsabilidade social é apenas uma ação da empresa voltada para beneficiar a comunidade ou a sociedade, enquanto a Economia de Comunhão representa uma forma nova de relacionamento, centrada nos sujeitos e nas relações fraternas entre eles.

Perguntados se os funcionários trabalham mais satisfeitos e se são mais produtivos, levando em consideração os aspectos éticos envolvidos com a organização da empresa, todos os entrevistados afirmaram que sim. Apenas um, apesar de também acreditar que sim, revelou que não poderia dizer com certeza.

Para um dos entrevistados, o melhor desempenho dos empregados pode ser medido pelo fato que eles são “parceiros incondicionais” (Entrevistado 6). Para outro, os funcionários “trabalham mais satisfeitos e são corresponsáveis (sic) com o andamento da empresa” (Entrevistado 2).

Infelizmente não foi possível obter as informações sobre as políticas de salários e carreiras das empresas. Essa informação permitiria comparar as relações entre patrões e trabalhadores do modelo de organização empresarial ora analisado com o que a literatura apresenta como sendo a descrição da empresa capitalista típica.

Na verdade, o discurso feito pelos empresários revela que é a relação harmoniosa e centrada na confiança entre as pessoas o que faz com que os conflitos entre os trabalhadores e eles sejam pouco expressivos ou mesmo inexistentes. Nesse sentido, não parece mesmo haver qualquer avaliação comparativa de produtividade.

Quanto aos funcionários, foram feitas também a eles algumas perguntas, tentando avaliar a percepção dos mesmos quanto à Economia de Comunhão e à prática dos princípios associados a ela no âmbito das empresas em que trabalham.

Quando perguntados sobre a importância da ética na constituição das relações entre eles funcionários e os empresários, todos os 73 trabalhadores entrevistados responderam que sim. Da mesma forma, todos consideraram que é importante para uma empresa seguir os valores propostos pela Economia de Comunhão. Quando a pergunta referiu-se à motivação deles, também todos os entrevistados afirmaram que se sentem mais motivado no trabalho sabendo que as empresas na quais trabalham se importam com a comunidade em que estão inseridas.

O fato de todos os trabalhadores manifestarem-se conscientes quanto à importância dos princípios da EdC revela que, de certo modo o modelo é factível. Contudo, o fato de todos também manifestarem que são motivados por causa do modelo de gestão adotado nestas empresas pode ser compreendido com uma expressão do uso dos princípios para manter certa racionalidade instrumental.

Com isso, chamou a atenção o fato de que nem todos afirmaram saber quais são os valores difundidos pela Economia de Comunhão – apesar de uma larga maioria (96%) ter dito que os conhece. Apesar de não ser possível inferir muito a respeito disso, abriu-se aqui uma possibilidade de questionar se de fato esses trabalhadores compreendem que a Economia de Comunhão tem como pressuposto um novo modelo de empresa e, tal como propõe, de relacionamento entre as pessoas.

Uma última pergunta feita tentou apreender se esses trabalhadores conseguem entender a distinção entre o modelo de organização do trabalho na empresa capitalista típica e nas empresas que adotam a Economia de Comunhão. Apenas treze funcionários responderam à questão (17% do total), o que reforça a dúvida gerada a partir da análise das respostas à pergunta anterior. Dentre os que responderam a essa última questão, então, a maioria das respostas apontou que a relação entre eles e os patrões é: cooperativa; saudável; boa ou muito boa (quatro respostas apontaram essa qualidade); sincera (dois respondentes afirmaram essa qualidade); pautada pela parceria; clara; tranqüila; caracterizada pela existência de “um bom diálogo”; compreensiva.

Todos esses adjetivos sugerem, então, que no plano das relações pessoais não existem problemas entre os empregados e os patrões, mas em nenhum momento as respostas apontaram para uma análise das hierarquias, e sobretudo para a questão das hierarquias salariais.

Apenas um dos entrevistados reconheceu explicitamente que a relação é “diferente, a empresa visa o lucro como qualquer outra, por isso existe a cobrança normal, mas a empresa tem a preocupação com o ser humano”. Ou seja, apesar de serem empresas orientadas para o lucro, as firmas que utilizam os princípios da Economia de Comunhão são capazes de construir e sustentar relações pessoais pautadas pelo reconhecimento do outro.

É exatamente isso o que afirmou outro funcionário entrevistado, para quem “existem diferentes níveis de responsabilidades e hierarquia de cargos, com igualdade de respeito e dignidade”. Ou ainda outro, que afirmou que na empresa onde trabalho “o patrão sabe ouvir o funcionário”.

A síntese das informações transmitidas pelos funcionários pode ser obtida, pois, pela declaração de outro entrevistado, que afirmou que nas empresas que adotam a Economia

de Comunhão “todos procuram se ver como irmãos com funções diferentes, mas com o mesmo objetivo”.

6. Considerações Finais

A pesquisa que subsidiou o presente artigo revelou que a proposta da Economia de Comunhão, que busca associar a lógica da empresa orientada para o lucro com uma proposta de distribuição de riqueza centrada nos valores da solidariedade e da fraternidade é factível.

Na pesquisa realizada, a avaliação das empresas, mesmo que prejudicada pelas condições em que afinal ocorreu o trabalho de campo, mostrou que a transferência de recursos para a sociedade gera retornos para as empresas, que parecem ser mais pessoais do que organizacionais. A própria definição de que a repartição ou distribuição do lucro depende da situação das empresas contribui para entender que é o mercado o sustentáculo da construção de novas relações.

Mesmo que baseado em uma idéia de uma nova sociedade, a Economia de Comunhão requer que as empresas não abandonem o capitalismo. Nesse sentido, como uma proposta reformista da sociedade, ela não parece ter ainda um corpo suficiente para informar qual é o tipo de empresa que deve ser construída e nem que tipo de mercado – ou seja, que tipo de relação entre produtores e consumidores – deve existir.

A EdC propõe criar uma nova forma de dirigir a empresa capitalista e o capitalismo por meio da criação e desenvolvimento de empresas e empresários éticos nos negócios. Neste sentido, o ethos da EdC significa agir no sentido “contrário à corrente”. Como economia baseada na generosidade e na tentativa de tornar mais humano o capitalismo, a EdC busca difundir uma nova doutrina de gestão. Contudo, parece não ser uma estratégia que ainda possa ser adotada como a base de um novo modelo de gestão ou de organização das firmas capitalistas em geral.

Referências

ARAÚJO, Vera. Economia de Comunhão e comportamentos sociais. COSTA, Rui (org.). *Economia de comunhão: projeto; reflexões e propostas para uma cultura da partilha*. 2. ed. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 1998.

———. Economia dos setores populares. Arruda, Marcos. *Economia dos setores Populares: entre a Realidade e a Utopia*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

———. Que pessoas e que sociedade para a Economia de Comunhão. BRUNI, Luigino (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.

ASHLEY, Patrícia Almeida e outros. *Ética e Responsabilidade Social nos negócios*. São Paulo. Ed. Saraiva, 2002

BRANDALISE, Luiz Antônio. *A finalidade do lucro para as empresas de economia de comunhão*. São Paulo, 2003. [Tese de doutorado – Faculdade de Administração e Economia e Contabilidade da USP].

BRUNI, Luigino. *Comunhão e as novas palavras em economia* [tradução José Eustáquio Rosa]. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2005.

BIELA, Adan. Uma revolução 'copernicana' para as ciências sociais. COSTA, Rui (org.). *Economia de comunhão: projeto; reflexões e propostas para uma cultura da partilha*. 2. ed. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 1998.

BRUNI, Luigino. Rumo a uma racionalidade econômica capaz de comunhão. ——— (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.

BURCKART, Hans. Desenvolvimento sustentável e gerenciamento empresarial: elementos para um, novo paradigma de gestão. BRUNI, L. (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.

CASTEL, R. *As metamorfoses da questão social*. Petrópolis: Vozes, 1998

EDC: Economia de Comunhão – Movimento dos Focolares. *Economia de Comunhão – Histórico*. Vargem Grande Paulista, 2004. Disponível em <<http://www.focolares.org.br/PAGEEDC.html>>, acessado em 20 de Janeiro de 2006.

EDC. A idéia, pólos produtivos. Disponível em <http://www.edc-online.org>, acessado em 20.06.2007.

ESCRITÓRIO DA ECONOMIA DE COMUNHÃO – BRASIL. *Dados Estatísticos da EdC no Brasil e no Mundo*. Vargem Grande Paulista, 2004.

FERRUCCI, Alberto. Considerações sobre a Economia de Comunhão. COSTA, R. (org.). *Economia de comunhão: projeto; reflexões e propostas para uma cultura da partilha*. 2. ed. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 1998.

———. Uma dimensão diferente da economia: a experiência Economia de Comunhão. BRUNI, L. (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.

FITZ-ENDZ, Jac. *Retorno do investimento em capital humano*. São Paulo: Makron Books, 2001.

GONÇALVES, H.H.A.B.O. & LEITÃO, S.P. Empresas da economia de comunhão: o caso Femaq. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, FGV, 35(6), p.33-59, novembro/dezembro de 2001.

GUI, Benedetto. Empresa e Economia de Comunhão: algumas reflexões. COSTA, R. (org.). *Economia de comunhão: projeto; reflexões e propostas para uma cultura da partilha*. 2. ed. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 1998.

GUI, B. Organizações produtivas com finalidades ideais e realização da pessoa: relações interpessoais e horizontes de sentido. BRUNI, L. (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.

LUBICH, Chiara. A experiência Economia de Comunhão: da Espiritualidade da Unidade, uma proposta de agir econômico. BRUNI, L. (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.

- . Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia. KRAYCHETE, G. (org.). Economia dos Setores Populares: Entre a Realidade e a Utopia. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.
- MANCE, Euclides André. Redes de Economia Solidária, Aspectos econômico-filosóficos: complexidade e libertação. Curitiba: Ed. Vozes, 2001.
- MELO NETO, Francisco Paulo de. Gestão da responsabilidade Social corporativa: o caso brasileiro; Francisco Paulo e Melo Neto, César Froes. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2001.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO E DO EMPREGO. *Atlas da Economia Solidária no Brasil*. Disponível em <http://www.mte.gov.br>, acessado em 18.03.2007
- MOLTENI, Mario. Os problemas de desenvolvimento das empresas de “motivação ideal”. BRUNI, L. (org.). *Economia de comunhão: uma cultura em várias dimensões*. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 2002.
- MOTTA, Nair de Souza. *Ética e Vida Profissional*. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural Edições, 1984.
- MOVIMENTO DOS FOCOLARES. *Da comunhão dos bens até uma economia de comunhão na liberdade*. Vargem Grande Paulista, 2004. Disponível em <<http://www.focolares.org.br/Pagehist.htm#parte3>>, acessado em 16 de março de 2004.
- NASH, Laura L. *Ética nas Empresas*. São Paulo: Makron Books, 1993
- JOÃO PAULO II. *Sollicitudo Rei Socialis*. Vaticano, 1987. Disponível em <http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jpii/nc_30121987_sollicitudo-rei-socialis_po.html>, acessado em 20 de Janeiro de 2006.
- PORTER, Michael E., *Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. São Paulo. Editora: Campus, 6ª ed. 1991.
- . Economia dos setores populares: propostas e desafios. SINGER, P. Economia dos Setores Populares: Entre a Realidade e a Utopia. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.
- SORGI, Tommaso. A cultura do dar. COSTA, R. (org.). *Economia de comunhão: projeto; reflexões e propostas para uma cultura da partilha*. 2. ed. Vargem Grande Paulista: Ed. Cidade Nova, 1998.
- SROUR, R. H. Poder, Cultura e Ética nas Organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- VIDO, Elói. *Gestão baseada nos princípios da “Economia de Comunhão”: uma proposta de mudança da cultura empresarial*. 2004. 46f. Monografia (conclusão de curso) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.

Notas

¹ Estas informações foram retiradas de anotações e observações feitas quando de visita realizada ao Pólo Spartaco em outubro de 2005, além de documentos referentes às empresas.

² Mariápolis Ginetta é uma das trinta e três cidades do Movimento dos Focolares.