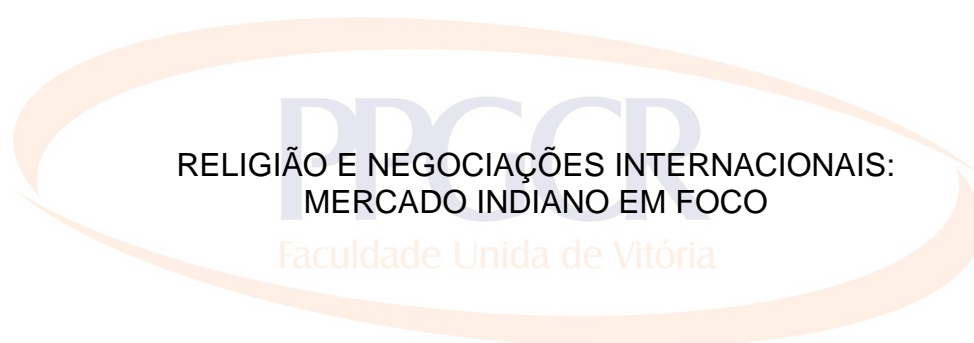


FACULDADE UNIDA DE VITÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DAS RELIGIÕES

DANIELE PERISSÉ RANGEL

Certificado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Unida de Vitória – 30/06/2016



Vitória/ES
2016

DANIELE PERISSÉ RANGEL

RELIGIÃO E NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS:
MERCADO INDIANO EM FOCO

PPGCR
Faculdade Unida de Vitória

Trabalho Final de Mestrado
Profissional para obtenção do grau de
Mestre em Ciências das Religiões.
Faculdade Unida de Vitória. Programa
de Pós-Graduação. Linha
de Pesquisa: Religião e Esfera
Pública.

Orientador: Prof. Dr. Abdruschin Schaeffer Rocha

Vitória/ES
2016

Rangel, Daniele Perissé

Religião e negociações internacionais / Mercado indiano em foco / Daniele Perissé Rangel. – Vitória: UNIDA / Faculdade Unida de Vitória, 2016.

ix, 94 f. ; il. 31 cm.

Orientador: Abdruschin Schaeffer Rocha

Dissertação (mestrado) – UNIDA / Faculdade Unida de Vitória, 2016.

Referências bibliográficas: f. 88-94


1. Ciências das religiões. 2. Análise do discurso religioso. 3. Fundamentalismo religioso. 4. Hinduísmo. 5. Relações internacionais e religião. 6. Simbolismo de consumo. 7. Mercado e religião. - Tese. I. Daniele Perissé Rangel. II. Faculdade Unida de Vitória, 2016. III. Título.

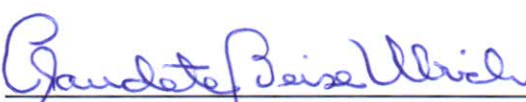
DANIELE PERISSÉ RANGEL

RELIGIÃO E NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS: MERCADO INDIANO EM FOCO

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Ciências das Religiões no Programa de Mestrado Profissional em Ciências das Religiões da Faculdade Unida de Vitória.


Doutor Abdruschin Schaeffer Rocha – UNIDA (presidente)


Doutor Osvaldo Luiz Ribeiro – UNIDA


Doutora Claudete Beise Ulrich – UNIDA

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, em especial, ao meu pai que, apesar de não estar entre nós, continua sendo o meu maior incentivador; à minha mãe que me ajudou muito para que conseguisse chegar ao final deste trabalho; e ao meu marido e meus filhos que tiveram paciência com minha ausência.



AGRADECIMENTOS

A minha imensa gratidão a Deus, sem o qual minha vida não teria sentido e muito menos este trabalho. Foi Ele a me dar forças nos momentos de insegurança e de sensação de impotência diante da elaboração da pesquisa. Ao meu orientador, Prof. Dr. Abdruchin Schaeffer Rocha, por ter me aceitado como orientanda; à Profª Drª Claudete Beise Ulrich, pela gentileza de ler meu texto e dar sugestões valiosas; ao Prof. Dr. Osvaldo Luiz Ribeiro, por aceitar estar nesta banca; aos professores com os quais muito aprendi; e, finalmente, aos colegas que participaram das minhas inquietações oferecendo seu ombro amigo.





“Olho por olho, e o mundo acabará cego.”
(MAHATMA GANDHI)

RESUMO

Esta dissertação configura-se como pesquisa bibliográfica, cuja abordagem teórico-metodológica é de natureza descritiva. Ela procura responder à seguinte questão-problema: por se caracterizar como uma religião fundamentalista, cujos adeptos creem nas suas práticas religiosas como verdade absoluta, que conhecimentos e estratégias convêm às relações internacionais desenvolverem para que as negociações comerciais possam fluir com as Índias sem melindrar o hinduísmo indiano? Nesse sentido, seu objetivo é demonstrar a influência das religiões nas negociações mercadológicas, evidenciando-se as principais questões fundamentalistas do hinduísmo religioso a entravarem e desgastarem as relações internacionais. O trabalho inicia-se com um panorama do cenário mercadológico mundial mediante a influência das religiões, caracterizando filosofia de vida como fator de influência na atitude e decisões das pessoas, apresentando os entraves entre relações internacionais e crenças religiosas, a importância do simbolismo do consumo, as formalidades de protocolo nos negócios com a Índia e o poder da cultura religiosa. Num segundo momento, faz-se uma abordagem holística da religião, mais especificamente do hinduísmo, suas características em comum (vias de salvação, crença divina, vida religiosa e culto de adoração), embrenhando-se pela antropologia e sociologia da religião. Por fim, dicorre-se sobre o impacto das religiões nas relações comerciais internacionais, em especial o fundamentalismo presente no mercado indiano. Deferencia-se ética de moral, analisa-se como esses padrões se inserem nas relações organizacionais e explicita-se o seu confronto entre capitalismo e negociações mercadológicas com hinduístas. A relevância do estudo está no fato de tais relações fazerem parte de um mundo globalizado e a Índia ser uma nação de destaque nesse cenário, mas que requer do negociador muito conhecimento, traquejo e, *a priori*, um planejamento estratégico que inclua rigoroso estudo holístico da Índia, priorizando filosofia de vida, simbologia do consumo, evitando-se, assim, entraves inconvenientes a uma prática mercadológica ética, moral, harmoniosa e profícua para ambas as partes da transação. Conclui-se, que o capitalismo do mundo global tem impactado a cultura desse povo, desde sua atuação de frente na concorrência internacional, a ponto de alavancar significativamente sua economia, embora muitos problemas persistam decorrentes da imensa desigualdade social reinante no país.

Palavras-chave: Fundamentalismo religioso, Hinduísmo, Relações internacionais, Simbolismo de consumo.

ABSTRACT

This dissertation is configured as bibliographical research, whose theoretical-methodological approach is of descriptive nature. She tries to answer to the following subject-problem: for characterizing as a religion fundamentalista, whose followers have faith in their religious practices as absolute truth, what knowledge and do strategies agree to the international relationships develop so that the commercial negotiations can flow with India without offending the Indian Hinduism? In that sense, his/her objective is to demonstrate the influence of the religions in the negotiations mercadológicas, being evidenced the main subjects fundamentalistas of the religious Hinduism impede her and they consume the international relationships. The work begins with a panorama of the scenery world mercadológico by the influence of the religions, characterizing life philosophy as influence factor in the attitude and the people's decisions, presenting the impediments between international relationships and religious faiths, the importance of the symbolism of the consumption, the protocol formalities in the businesses with India and the power of the religious culture. In a second moment, it is made an approach holística of the religion, more specifically of the Hinduism, their characteristics in common, (salvation roads, divine faith, religious life and adoration cult) hiding in the woods for the anthropology and sociology of the religion. Finally, dicorre-if on the impact of the religions in the international commercial relationships, especially the present fundamentalism in the Indian market. Deference her morals ethics, is analyzed as those patterns interfere in the organizational relationships and esplicita-if his/her confrontation between capitalism and negotiations mercadológicas with hinduístas. The relevance of the study is in the fact of such relationships do part of a world globalizado and India to be a prominence nation in that scenery, but that requests of the negotiator a lot of knowledge, experience and, a priori, a strategic planning that includes rigorous study holístico of India, prioritizing life philosophy, simbologia of the consumption, being avoided, like this, inconvenient impediments to a practice mercadológica ethical, moral, harmonious and useful for both parts of the transaction. It is concluded, that the capitalism of the global world has impactado the culture of that people, from his/her front performance in the international competition, to the point of alavancar significantly his/her economy, although many problems persist current of the immense inequality social reinante in the country.

keywords: Religious fundamentalism, Hinduism, International relationships, Consumption symbolism.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| INTRODUÇÃO | 10 |
| 1 CENÁRIO MERCADOLÓGICO MUNDIAL E INFLUÊNCIA DAS RELIGIÕES..... | 16 |
| 1.1 Filosofia de vida: fator de influência na atitude e decisões das pessoas..... | 18 |
| 1.2 Cultura religiosa: poder que possui | 22 |
| 1.3 Importância do simbolismo do consumo | 26 |
| 1.4 Entraves entre relações internacionais e crenças religiosas | 30 |
| 1.5 Formalidades de protocolo nos negócios na Índia | 33 |
| 2 RELIGIÃO NUMA VISÃO HOLÍSTICA..... | 38 |
| 2.1 Antropologia da religião..... | 39 |
| 2.2 Sociologia da religião | 43 |
| 2.3 Hinduísmo numa visão antropológica e sociológica..... | 46 |
| 2.3.1 Características em comum da crença hinduísta..... | 47 |
| 2.3.2 Três vias de salvação..... | 50 |
| 2.3.3 Crença divina | 53 |
| 2.3.4 Vida religiosa e culto de adoração | 56 |
| 3 IMPACTO DAS RELIGIÕES NAS RELAÇÕES COMERCIAIS: A ÍNDIA EM FOCO..... | 60 |
| 3.1 Fundamentalismo do mercado indiano nas relações internacionais | 62 |
| 3.2 Ética e moral nas relações com a Índia..... | 67 |
| 3.2.1 Diferenciando conceitos | 69 |
| 3.2.2 Relações organizacionais: padrão ético e de moralidade | 75 |
| 3.2.3 Confronto entre capitalismo e ética nas relações comerciais com hinduístas.... | 79 |
| CONCLUSÃO..... | 84 |
| REFERÊNCIAS..... | 88 |

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa discorre sobre o estudo da relevância do conhecimento das religiões para o estabelecimento de negócios entre países de culturas diferentes, uma vez que as religiões possuem um papel muito importante na cultura das sociedades, sendo capazes de modificar seus atos e decisões. Desta maneira, demonstra-se que, para negociar com qualquer país ou comunidade, é conveniente estudar as religiões dessas localidades. Há casos em que, para a gestão de empresas, o elemento cultural religião pode até mesmo se tornar uma barreira intransponível para as relações comerciais, quando não consideradas.

Nesse cenário, utiliza-se como objeto de estudo as religiões e, para delimitá-lo, o foco da pesquisa recai sobre o hinduísmo indiano. Por se caracterizar como uma religião fundamentalista¹, cujos adeptos creem nas suas práticas religiosas como verdade absoluta, que conhecimentos e estratégias convêm às relações internacionais desenvolverem para que as negociações comerciais possam fluir com as Índias sem melindrar o hinduísmo indiano?

Instaurado o *problema* acima, o *objetivo geral* desta pesquisa é demonstrar os principais conhecimentos e estratégias convenientes nas relações internacionais para se evitar entraves e desgastes em face de questões fundamentalistas quando se trata de negociações com o hinduísmo indiano. Com o intuito de atingir esse objetivo geral, algumas ações pormenorizadas se estabelecem resultando nestes *objetivos específicos*: a) destacar as principais dificuldades do mercado mundial atual em meio às formalidades de protocolo nos negócios e ao simbolismo do consumo na Índia; b) definir religião caracterizando de modo particular o hinduísmo indiano caracterizado como fechado a quaisquer mudanças; c) verificar os impactos religiosos e suas consequências frente à importância do mercado indiano na economia mundial, pontuando questões éticas, morais, organizacionais e capitalistas.

A *justificativa* do estudo em pauta é resultante de alguns fatores. Primeiro, pelo fato de as relações internacionais se constituírem num fator excepcionalmente

¹ Fundamentalismo religioso – “É o termo usado para se referir à crença na interpretação literal dos livros sagrados. Fundamentalistas são encontrados entre religiosos diversos e pregam que os dogmas de seus livros sagrados sejam seguidos à risca”. A leitura do capítulo 1 é esclarecedora para melhor entendimento de fundamentalismo. KÜCHLER, Adriana. O que é fundamentalismo. *História*. Edição 215, jul. 2005. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/historia/o-que-e-fundamentalismo>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

fundamental para a cidadania nesta sociedade globalizada, que encurta as distâncias, tornando o mundo cada vez menor, os homens mais próximos mediante os avanços prodigiosos da tecnologia de comunicações, os meios de transporte mais velozes e uma economia internacional multifacetada, demandando vínculos cooperativos e pacíficos entre as diversas nações. Em segundo lugar, pela economia diversificada da Índia: excelência de seus produtos manufaturados, tecnologia em frenético crescimento, indústria acelerada, pecuária (um dos maiores rebanhos bovinos do planeta), agricultura (chá, trigo, arroz, algodão, milho, juta, cana-de-açúcar, tabaco) voltada para a exportação, serviços com mão de obra barata a despeito de ser especializada e qualificada. Por fim, por procurar esclarecer questões religiosas que emperram o comércio internacional e exigem grandes manobras das relações internacionais².

Nesse sentido, o hinduísmo (religião predominante na Índia com mais de 80% da população) rege os domínios da vida do povo indiano por meio de um sistema de castas – fator provocador de preconceitos, discriminações e de seguidores fiéis à tradição³. A religião permeia as entranhas da vida desse povo repercutindo em suas relações políticas, educacionais, alimentares, profissionais, nupciais e, como não podia ser diferente, comerciais. Inclusive, os hindus “consideram as vacas como seres sagrados, não comem carne (nem usam couro)” e “não permitem que ninguém, fora de sua casta ou religião, toque em sua comida”⁴. Por razões como essas arroladas, crê-se na importância deste trabalho na atualidade.

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, que gera um texto acadêmico-científico, cuja abordagem teórico-metodológica é de natureza descritiva. A partir dos dados coletados, fichados, analisados, resenhados, estabelece-se entre eles uma conciliação entre autorreflexão e clareza de respostas ao problema ora apresentado. Conforme Gil, “as pesquisas sobre ideologias, bem como aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema, também costumam ser desenvolvidas quase exclusivamente mediante fontes bibliográficas”⁵.

Para dar conta desta investigação, elencou-se uma gama de teóricos cujas obras são pertinentes ao tema; uma, porém, sobressai como referencial teórico a

² Cf. SANTOS, Clara; BELLINI, Rogério. *Índia: perfil e oportunidades comerciais*. Brasília-DF: Apex-Brasil, 2012, p. 86.

³ Cf. NARAYANAN, Vasudha. *Conhecendo o Hinduísmo*. Petrópolis: Vozes, 2009, p. 60.

⁴ ACUFF, Frank L. *Como negociar qualquer coisa, com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004, p. 307.

⁵ GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002, p. 44.

sustentar o texto desta dissertação que é O livro das religiões, de Jostein Gaarder, Victor Hellern e Henry Notaker⁶, utilizada amiúde no decorrer do trabalho. Além de demonstrar o universo das religiões, muitas destas de modo contextualizado, ela tangencia o pluralismo religioso em sua complexidade e diversidade cultural; discorre sobre crenças, vida eterna, sagrado, divindade, orações, imolação, oferendas, ética, enfim, peculiaridades intrínsecas à religião. Isto posto, são apresentadas as religiões (orientais e ocidentais) discriminadas em suas particularidades.

Outras obras a se destacarem foram estas:

a) Capítulo 1: Convite à filosofia, de Marilena Chaui⁷, obra que aborda vários domínios do saber, inclusive religião, cultura, ideologias, poder e suas relações de dominação, simbologia. São valiosas as considerações arroladas para o embasamento dos tópicos deste capítulo. Também não se pode deixar de mencionar a obra de Mircea Eliade⁸, *O sagrado e o profano*, que apresenta as ações das sociedades inspiradas em suas crenças, nas relações que o homem estabelece com a natureza donde emergem significações provocadoras de frequentes conflitos entre o arcaico e o moderno, principalmente no tocante ao homem, às religiões e seus mitos.

b) Capítulo 2: O espectro disciplinar da Ciência da Religião, de Frank Usarski⁹, obra que penetra na complexa área das: Ciências da Religião, fundamentando de modo especial este capítulo, nos esclarecimentos que faz sobre este tema sob os enfoques antropológico e sociológico. Inteirando-se da geografia da religião, estabelece um exame minucioso no contexto onde elas se instalam, o que possibilita perscrutá-las no seu devido espaço e o impacto que aí provocam.

c) Capítulo 3: Ética empresarial, de Robert Henry Srouer¹⁰, tem sua relevância para a discussão sobre os vários aspectos que permeiam as transações empresariais e que, muitas, vezes, melindram a ética. O autor, apresenta casos, reais e da ficção, a partir dos quais define ética; *As organizações são morais?*:

⁶ GAARDER, Jostein; HELLERN, Victor; NOTAKER, Henry. *O livro das religiões*. 9. reimpressão. Trad. Isa Mara Lando. Revisão técnica e apêndice: Antônio Flavio Pierucci. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

⁷ CHAUI, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 2000.

⁸ ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*. Trad. Rogério Fernandes. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

⁹ USARSKI, Frank. *O espectro disciplinar da Ciência da Religião*. São Paulo: Paulinas, 2007a.

¹⁰ SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial*. São Paulo: Elsevier, 2013.

responsabilidade social, ética empresarial e empresa cidadã, de Wagner Siqueira¹¹, é uma obra que faz uma advertência para a necessidade de separação de ordens sociais empresariais visando a evitar conflitos de interesses entre indivíduo e organização; *Fundamentalismo, terrorismo, religião e paz*, de Leonardo Boff¹², possibilita ao leitor a percepção de um tipo de globalização fundamentada em economia/mercado/finanças e, mais que isso, a ocidentalização do mundo massacrando tradições milenares e pulverizando identidades. Por sua vez, forças identitárias se reúnem originando o fundamentalismo, que professa suas verdades como absolutas. O resultado é a intolerância ao radicalismo da alteridade.

Após a apresentação acima, passa-se a discorrer sobre o desenvolvimento do trabalho que se distribui por três capítulos, não estanques, mas coadunados entre si, em que se tentou construir um forte liame que conduz à coesão total da obra. O primeiro capítulo aborda a estrutura do cenário mercadológico mundial que, devido à globalização, houve uma maior proximidade entre os países, possibilitando a negociação internacional. No entanto, para negociar com países de culturas sobejamente diferentes, deve ser feita uma análise tanto do mercado em foco quanto do perfil do público que se deseja alcançar, do mesmo modo como ensina Philip Kotler, o guru do marketing: "pensar globalmente, atuar localmente"¹³.

Nesse sentido, como na maioria das culturas, a religião tem papel determinante em grande parte das suas ações humanas, há aquelas nas quais o credo interfere até mesmo nas recreações e na alimentação do povo. Assim, demonstra-se, neste capítulo também, que a importância da religião vai além da cultura. Ter uma filosofia de vida, religiosa ou não, é transcendente e própria da natureza humana e se coloca, para muitos, como resposta às questões existenciais. Desse modo, a religião é capaz de influenciar atitudes e decisões das pessoas – fator este que não deve ser ignorado nas questões existenciais e no relacionamento interpessoal, caso se deseje ter sucesso nestas relações¹⁴.

¹¹ SIQUEIRA, Wagner. *As organizações são morais? responsabilidade social, ética empresarial e empresa cidadã*. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2014.

¹² BOFF, Leonardo *Fundamentalismo, terrorismo, religião e paz: desafio para o século XXI*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2009.

¹³ Cf. OLIVA DESIGN. *A fidelização e o impacto na equidade da marca: 3ª parte do texto de Kotler*. Disponível em: <http://www.olivadesign.com.br/falando/fundo_oliva.gif>. Acesso em: 16 abr. 2016, p. 1.

¹⁴ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 28.

No primeiro capítulo, são ainda apresentadas barreiras que surgem nas relações comerciais advindas de aspectos culturais incluídos nas restrições às importações. O consumo pode representar um simbolismo na compra e venda de produtos. E, portanto, para negociar com qualquer país, é auspicioso que se verifique se existem formalidades de protocolo nas negociações. O capítulo se encerra trazendo à baila a relevância das religiões para o homem que a pratica e as relações de poder que exercem sobre ele, uma vez que estão inseridas nos meios de dominação da sociedade, inclusive sendo ferramentas de conhecimento ligados ao processo social¹⁵.

No capítulo 2, pautando-se sobre uma visão holística, apresenta-se, de início, a religião, em suas visões antropológica e sociológica. Ainda sob essas perspectivas, analisa-se o hinduísmo na sociedade indiana onde a maior parte da população tem-no como credo. Toma-se como pressuposto o que expressa Friedrich Schleiermacher sobre religião: “um sentimento ou uma sensação de absoluta dependência”¹⁶. Retratam-se suas crenças e o que há de mais comum nelas: o aspecto politeísta (crença em muitas divindades como sagradas), os cultos (nas casas, templos), os costumes (banhos em rios sagrados, subidas a montanhas sagradas) – tudo isso com a finalidade de implorar a felicidade nesta vida e para a vida futura. Aliás, a maior parte dos hindus crê que a alma é imortal e também crê na reencarnação¹⁷. Para eles, a religião professa a vida e o *dharma*¹⁸, mostra as obrigações do indivíduo para com a comunidade. Expõem-se as três vias de salvação desses seguidores: sacrifício, conhecimento e salvação. Enfim, o capítulo explicita, a vida religiosa e o culto de adoração desse povo.

O terceiro e último capítulo de desenvolvimento aborda os impactos sofridos pelas negociações internacionais causados pelas religiões, que resultam em

¹⁵ Cf. SANTOS, José Luiz dos. *O que é cultura*. 16. ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

¹⁶ SCHLEIERMACHER *apud* GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 19.

¹⁷ Cf. NARAYANAN, 2009, p. 58.

¹⁸ À guisa de esclarecimento, “**Dharma**” (ou *darma*), é uma palavra do idioma antigo *sânscrito* que significa literalmente “**aquilo que sustenta, que mantém**” [...] No **Yoga**, “Dharma” é a força régia da existência, a essência verdadeira do que existe, ou a própria Verdade, trazendo significados associados como a direção universal que baliza a vida humana ou o devir pessoal. [...] No **Budismo**, “Dharma” (ou *dhamma*) é a Verdade contida nos ensinamentos do **Buddha Gautama**, que também apontam na direção do que é a Verdade [...] O *dharma* “indiano” também guarda semelhanças com o “**Tao**” chinês e com o “**logos**” ocidental. O significado profundo de *dharma* não está nas palavras, mas na experiência, na observação verdadeira e na compreensão. O QUE É DHARMA? *Qual seu significado?* Disponível em: <<http://dharmalog.com/dharma>>. Acesso em: 20 abr. 2016. Mais adiante, no Capítulo 2, esse conceito será trabalhado com mais precisão, com embasamento teórico em NARAYANAN, 2009.

modificações nos sistemas de produção e distribuição de empresas em atendimento a preceitos de crença religiosa local. Como a delimitação da pesquisa foca o hinduísmo indiano, demonstra-se a importância do mercado indiano para a economia mundial, uma vez que a Índia é o segundo país de maior população do mundo (mais de 1 bilhão de habitantes). E, segundo a ONU, num período de 50 anos será o país de maior população do mundo, superando a China, e possuirá um dos 15 maiores PIB (Produto Interno Bruto) mundiais¹⁹.

O terceiro capítulo trata também das consequências do fundamentalismo indiano nas negociações internacionais, já que a Índia possui o hinduísmo como religião predominante. Discute-se a ética na relação entre os homens e, mais especificamente, entre os religiosos, para quem não existe diferença entre o ético e o religioso, entre princípios morais e princípios religiosos, tais como sacrifícios e orações. Seguindo por esse itinerário, também se inclui a questão da moralidade nas organizações para, por fim, se estabelecer um confronto entre capitalismo e ética. De um lado, sociedades organizadas na base do jogo de interesses pessoais; de outro, ética, desinteressada, que não se justifica frente a interesse particular²⁰.

E, assim, se encerra o texto de desenvolvimento, pois, em seguida, apresentam-se as conclusões – oportunidade em que se sublinham os pontos altos do trabalho e seus achados.

¹⁹ Cf. ALMEIDA, José Ricardo de Souza Barbosa de et al. A influência das barreiras culturais nas estratégias de venda de empresas exportadoras brasileiras: um estudo sobre exportações para a Índia, 12p. In: *Jovens Pesquisadores*, v. 2, n. 1 (2), jan./jun. 2005, p. 169-170.

²⁰ SIQUEIRA, 2014.

1 CENÁRIO MERCADOLÓGICO MUNDIAL E INFLUÊNCIA DAS RELIGIÕES

De acordo com a Organização Mundial do Comércio, o comércio cresceu muito nos últimos anos no mercado internacional. Essa evolução pode ser observada através do surgimento de blocos econômicos, de novas oportunidades de negócios e de nova relação entre tempo e espaço. As pessoas estão interconectadas em tempo real, o que acarreta dinamismo e acirramento da competitividade de mercado²¹. Com a globalização houve uma redefinição das noções espaço-temporais aproximando países e facilitando contatos e relações comerciais, como considera Featherstone: “como consequência do processo de globalização admite-se a ausência dos limites do planeta e da humanidade que busca familiarizar-se com a maior diversidade e amplitude das culturas locais”²².

Com tudo isto, cada detalhe em relação a temas macroeconômicos possuem relevância, destaque, como fator fundamental ao se negociar nos mercados internacionais; por sua vez, as relações interpessoais se tornam um diferencial no processo de negociação.

Faz-se necessário, portanto, o estudo, observação e conhecimento dos costumes e peculiaridades locais do cliente, sem os quais a negociação pode não ter o sucesso almejado. Sendo assim, à medida que as empresas estendem seus esforços de vendas para o exterior, tornam-se cada vez mais conscientes da importância de compreender as diferenças culturais nos processos de internacionalização²³.

De acordo dados de 1990 apresentados por Satridián, pode-se constatar que o mundo é religioso, pois, se divide em 17 milhões de judeus representando 0,3%; em 1.572 milhões de cristãos representando 32%; em 851 milhões de muçulmanos representando 17,7%; em 464 milhões de hinduístas representando 9,5%; em 314 milhões de confucionistas representando 6,4%; em 305 milhões de budistas representando 6,3%; em 200 milhões de animista representando 4,1%; e em 469 milhões de outras religiões, possuindo somente 600 milhões de agnósticos e ateus representando 12,5% da população mundial. É, portanto, inegável a relevância da

²¹ FEATHERSTONE, Mike. *O Desmanche da Cultura*. São Paulo: Nobel Ltda, 1997, p. 24.

²² FEATHERSTONE, 1997, p. 24.

²³ HOUTART, François. *Mercado e religião*. São Paulo: Cortez, 2003, p. 56-57.

religião como fator externo cultural a ser considerado para a gestão empresarial quando se pretende se relacionar comercialmente no mercado mundial²⁴.

Os pressupostos da economia de mercado, com o passar do tempo, se viram na iminência de incluírem a cultura (e, por extensão, a religião) em seu discurso empreendedor. “Cada cultura inventa seu modo de relacionar-se com o tempo, de criar sua linguagem, de elaborar seus mitos e suas crenças, de organizar o trabalho e as relações sociais [...]”²⁵. Por essa linha de pensamento, Viana afirma que, nos dez mandamentos da boa administração, todos os fatores devem ser analisados para iniciar um negócio: 1) Análise de mercado: onde se deve obter informações certas que permitam encontrar oportunidades para manutenção de relações comerciais. 2) Perfil do público: saber sobre necessidades do consumidor em foco a fim de traçar metas para atuação da empresa. 3) Compras e estoques: saber sobre estoque mínimo utilizado para atender a demanda. 4) Custos e formação de preço: para saber preço correto de venda. 5) Fluxo de caixa: conhecer fluxos de entrada e saída de dinheiro. 6) Ponto de equilíbrio: descobrir faturamento mínimo necessário para cobrir despesas. 7) Planejamento Tributário: saber quais impostos e taxas devem ser pagos e seus efeitos sobre o custo. 8) Estrutura Comercial: conhecer grau de receptividade de produto no mercado. 9) Política de Recursos Humanos: saber utilizar métodos de motivação para funcionários. 10) Informática: adquirir agilidade e dinamismo do negócio²⁶.

Pode-se observar que, dentre os mandamentos citados, estão análise de mercado e de perfil do público, que são importantes para uma boa administração. Sendo assim, percebe-se que, quando se quer negociar com países com cultura totalmente diferente da que se tem, deve-se primeiro estudá-la, antes de começar o negócio para se obter êxito, principalmente em países onde a cultura é extremamente religiosa e fundamentalista²⁷.

Observa-se que a religião tem um papel muito importante na vida social e política em todo o globo terrestre. São frequentes as informações de práticas religiosas: católicos, protestantes, muçulmanos, hinduístas na Índia, budistas no Sri Lanka, inclusive seitas extremistas no Japão e Estados Unidos com suas práticas

²⁴ Cf. SANTRIDIÁN, Pedro R. *Dicionário básico das religiões*. Aparecida-SP: Santuário, 1996, p. 412.

²⁵ CHAUI, 2000, p. 62.

²⁶ Cf. VIANA, João José. *Administração de materiais: um enfoque prático*. São Paulo: Atlas, 2015, p. 38.

²⁷ Cf. VIANA, p. 38.

terroristas. Em contrapartida, há representantes de inúmeras religiões promovendo auxílio aos pobres e necessitados do terceiro mundo. Particularidades como essas tornam, portanto, muito difícil compreender a política internacional sem entender a religião dos povos envolvidos²⁸.

Um conhecimento religioso sólido também é útil num mundo que se torna cada vez mais multicultural. Muitos de nós viajamos para o exterior, entrando em contato com sociedades que têm diferentes valores e modos de vida, ao mesmo tempo imigrantes e refugiados chegam a nossa própria porta, confrontando-se com um sistema social que lhes é totalmente estranho. Além disso, o estudo das religiões pode ser importante para o desenvolvimento pessoal do indivíduo. As religiões do mundo podem responder a perguntas que o homem vem fazendo desde os tempos imemoriais²⁹.

Isto posto, pode-se assegurar que, em face deste cenário mercadológico mundial, torna-se catastrófico negligenciar a influência das religiões. Com efeito, também, não é propício para as negociações internacionais ignorar a filosofia de vida do povo (atitudes e decisões das pessoas) com o qual se travam transações mercadológicas, nem também suas crenças religiosas e seu simbolismo de consumo. Para tanto, as formalidades de protocolo nos negócios precisam estar afinadas a toda a esfera de operação comercial, não se descuidando do poder que as religiões têm³⁰. É sobre essas questões que este capítulo trata a seguir, tendo como principais fontes de embasamento Marilena Chauí (*Convite à filosofia*) e Mircea Eliade (*O sagrado e o profano*).

1.1 Filosofia de vida: fator de influência na atitude e decisões das pessoas

A relevância da religião para a vida das pessoas vai além de aspectos culturais, sociais e ideológicos; instaura-se como uma necessidade de se ter uma filosofia de vida, religiosa ou não; é transcendente e própria da natureza do ser humano com capacidade de influenciar atitudes e decisões das pessoas. Ao se observar aqui e ali, questões como relações de significado dos sonhos, da astrologia, da telepatia, dentre outras, rodeiam a vida das pessoas, o que demonstra

²⁸ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 213, p. 16.

²⁹ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 16.

³⁰ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 17.

que a necessidade de orientação na vida humana é muito importante³¹. Como seres racionais e pensantes, os homens não se satisfazem apenas através da satisfação de suas necessidades biológicas; mais que isso, ele precisa descobrir que está vivo. Daí surgem questões existenciais de definir quem é?, como o mundo passou a existir?³².

Em face de tantas interrogações, surge uma série de filosofias que, para algumas pessoas, serve de resposta a questões existenciais, religiosas ou não. Mas são as questões existenciais que formam a estrutura das religiões. Segundo Marilena Chaui, “a religião organiza o espaço e lhe dá qualidades culturais, diversas das simples qualidades naturais”; entretanto, ela “não transmuta apenas o espaço. Também qualifica o tempo, dando-lhe a marca do sagrado”³³.

Os discursos das religiões procuram transformar objetos sem sentidos e vazios em algo que possa fazer sentido para as pessoas. Não se quer dizer com isso que religião seria apenas imaginação e fantasia, mas sim que possui o poder, a amorosidade e a dignidade do imaginário. Consta-se isso no fato de os homens terem inventado os instrumentos musicais, danças, terem escritos poemas, criados adornos para si, e para suas casas. O homem, portanto, cria a cultura e, através dela, o simbolismo da religião³⁴.

Na maior parte das culturas, a religião configura-se como uma esquematização explicativa geral, provocando causas e efeitos, “relações entre seres, valores morais e também sustentação ao poder político. Nela se efetiva uma visão de mundo única, válida para toda a sociedade e fornecendo a seus membros uma comunidade de ação e de destino”³⁵. Essa relação pode ser expressa em emoções (como confiança e medo), em conceitos de suas crenças e ações (como sua ética e culto ao sagrado). Decorrente de tamanha complexidade, existem inúmeras religiões no mundo e cada uma tem suas crenças e cerimônias³⁶.

Há, porém, muitos homens que encontraram explicações de suas questões existenciais numa base humana não religiosa, mas sim em filosofias de vida não religiosas, como o humanismo, o iluminismo, o materialismo e o marxismo, por

³¹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 9.

³² Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 10.

³³ Cf. CHAUI, 2000, p. 381.

³⁴ Cf. ALVES, Rubem. *O que é Religião?* São Paulo: Loyola, 2002, p. 30-32.

³⁵ CHAUI, 2000, p. 395-396.

³⁶ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p.11.

exemplo³⁷. Enquanto o humanismo privilegia o humano (vida, dignidade, liberdade) numa escala de importância, o iluminismo inaugura um novo capítulo na história: é um movimento cientificista, mas que traz maiores contribuições para o humanismo. “Nesse período há grande interesse pelas ciências que se relacionam com a ideia de evolução e, por isso, a biologia terá um lugar central no pensamento ilustrado, pertencendo ao campo da filosofia da vida”³⁸.

Já sob a visão do materialismo, só existem átomos e partículas, o mundo é uma coisa, não há nenhuma força ou poder espiritual; a consciência do homem é apenas um produto do cérebro que não passa de uma máquina complicada. Sob a ótica fundamentada nas crenças do filósofo e político alemão Karl Marx que, em conjunto com Friedrich Engels, publicou o Manifesto Comunista, a filosofia gasta o tempo contemplando o mundo em vez de conhecê-lo para nele intervir com justiça, fartura e felicidade envolvendo todos os homens³⁹.

No século XX, por conta das duas guerras mundiais, a filosofia começa a desconfiar do otimismo prometido no final do século XIX (*Belle Époque*⁴⁰) advindo do progresso científico-tecnológico, que construiria uma vida justa e feliz. Surgem, então, as denominadas sociedades totalitárias (autoritárias e ditatoriais): fascismo, nazismo, stalinismo. “[...] a Filosofia também passou a desconfiar do otimismo revolucionário e das utopias e a indagar se os seres humanos, os explorados e dominados serão capazes de criar e manter uma sociedade nova, justa e feliz”⁴¹. Esclarece-se, ainda, que “a Filosofia do século XX tendeu a dar maior importância ao finito, isto é, ao que surge e desaparece, ao que tem fronteiras e limites”⁴².

Existem, hoje, muitas perspectivas de vida, religiões, sincretismo religioso, tendências exotéricas, astrologia, espiritismo, ufologia, dentre outros prismas a partir dos quais as relações internacionais devem procurar entender para efetivarem

³⁷ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 19.

³⁸ CHAUI, 2000, p. 58.

³⁹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 273-279.

⁴⁰ A expressão francesa *Belle Époque* significa “bela época”, e representa um período de cultura cosmopolita na história da Europa. A época em que esta fase era comum foi marcada por transformações culturais intensas que demonstravam novas formas de pensar e viver. Considerada uma época de ouro, beleza, inovação e paz entre os países; a fase trazia invenções que faziam com que a vida se tornasse mais simples para todos os níveis sociais. PETRIN, Natália. *Belle Époque. Estudo prático*. Disponível em: <<http://www.estudopratico.com.br/belle-epoque/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

⁴¹ CHAUI, 2000, p. 60-61.

⁴² CHAUI, 2000, p. 64.

transações mercadológicas com sucesso⁴³. Na época do apogeu do Império Romano, houve um crescimento de religiões orientais, “os contatos comerciais e culturais entre ocidente e oriente fizeram aumentar os contatos dos filósofos helenistas com a sabedoria oriental. Podemos falar numa orientalização da Filosofia, sobretudo nos aspectos místicos e religiosos”⁴⁴.

Seja qual for a filosofia de vida em que se acredita, a razoabilidade no trato para com o outro é relevante e passível de se desenvolverem bons valores, manterem raciocínio e comportamento ético, moral, senso de justiça e responsabilidade conectados com boas ações⁴⁵. Religiosas ou não, muitas pessoas, em nome de suas filosofias de vida, são capazes de se sacrificarem por elas. Por exemplo: a) o caso de Marianella Garcia Vilas, assassinada em março de 1983 por militares quando investigava ocorrências de desaparecimentos e torturas; b) o caso de Kim Malthe Brum, condenado à morte por participar de movimento ilegal de resistência. Ambos, mesmo sabendo que seriam mortos, lutaram por questões nas quais acreditavam, inclusive deixaram cartas de despedida como a que se segue⁴⁶.

Hoje, Forgen, Niels, Ludvig e eu nos apresentamos diante de um tribunal militar. Fomos condenados à morte. Sei que você é uma mulher forte e conseguirá suportar tudo isso, mas que compreenda. Eu sou apenas uma coisa insignificante, e como pessoa logo serei esquecido; mas a ideia, a vida, a inspiração de que estou imbuído continuarão a viver. Você as verá em todo lugar – nas árvores da primavera, nas pessoas que encontrar, num sorriso carinhoso.

Eu luto pela vida: um trabalho real, que vale a pena. Não tenho nenhum desejo de morrer, mas já vivi tão perto da morte e de suas consequências que a vejo agora como algo natural. Todos nós devemos morrer um dia, mas a morte sempre virá cedo demais para o homem ou a mulher que tem uma intensa sede de viver. Cada minuto que passa tem um significado, uma profundidade maior do que qualquer outra coisa, mesmo que pareça comum e rotineiro. Cada rajada de vento, cada canto da cigarra, cada revoada de pombos é como um poema⁴⁷.

Percebe-se, pois, a força que a filosofia de vida tem como agente de influência nas atitudes e decisões das pessoas que creem nelas e como o fato de ter uma filosofia de vida é importante para certas pessoas ou comunidades de

⁴³ CHAUI, 2000, p. 50.

⁴⁴ CHAUI, 2000, p. 50-51.

⁴⁵ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 257-280.

⁴⁶ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 12-13.

⁴⁷ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 12-13.

peessoas⁴⁸. Também o caso célebre de Sócrates, filósofo da antiguidade grega, merece menção:

por que Sócrates não se defendeu? “Porque”, dizia ele, “se eu me defender, estarei aceitando as acusações, e eu não as aceito. Se eu me defender, o que os juizes vão exigir de mim? Que eu pare de filosofar. Mas eu prefiro a morte a ter que renunciar à Filosofia”⁴⁹.

Não convém que se ignorem questões existenciais em relações interpessoais, quando se deseja lograr êxito. Muitos bloqueios são passíveis de se instaurarem também em relações internacionais quando se negligenciam crenças religiosas de povo(s) envolvido(s).

1.2 Cultura religiosa: poder que possui

A cultura pode ser compreendida como uma dimensão do processo social e como um instrumento para interpretar as sociedades contemporâneas. No entanto, o que não se deve é discutir sobre cultura sem levar em consideração as relações de poder que existem dentro de uma sociedade ou entre sociedades. É óbvio que o estudo da cultura vai muito além, mas esta é uma realidade que sempre se impõe. Isto porque as próprias preocupações com cultura nasceram associadas às relações de poder e porque assim como dimensão do processo social, a cultura registra tendências e conflitos da história contemporânea e suas transformações sociais e políticas⁵⁰. Conforme Marilena Chaui,

a religião, a culinária, o vestuário, o mobiliário, as formas de habitação, os hábitos à mesa, as cerimônias, o modo de relacionar-se com os mais velhos e os mais jovens, com os animais e com a terra, os utensílios, as técnicas, as instituições sociais (como a família) e políticas (como o Estado), os costumes diante da morte, a guerra, o trabalho, as ciências, a Filosofia, as artes, os jogos, as festas, os tribunais, as relações amorosas, as diferenças sexuais e étnicas, tudo isso constitui a Cultura como invenção da relação com o Outro⁵¹.

Pode-se afirmar ainda que a cultura é um produto da história coletiva pela qual a transformação e os benefícios das forças sociais se confrontam. O que

⁴⁸ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 13.

⁴⁹ CHAUI, 2000, p. 45.

⁵⁰ Cf. SANTOS, 2003, p. 80.

⁵¹ CHAUI, 2000, p. 376.

significa que as preocupações com cultura desenvolveram-se associadas às relações de poder. Também nas religiões ocorre o mesmo fenômeno: “o grupo que detém o saber misterioso, ao tornar-se detentor do poder, possui o poder mais alto: o de encantar, desencantar e reencantar o mundo”⁵². Não é raro o poder religioso se concentrar no âmbito restrito de uma autoridade militar e de domínio econômico sobre certa comunidade. Mas esse poder vai aos poucos se dividindo com o avançar das complexidades sociais; “todo o saber da comunidade – história sagrada, interpretação da lei divina, rituais – encontra-se nas mãos da autoridade religiosa, que passa, dessa maneira, a ser o braço intelectual e jurídico indispensável da autoridade econômica e militar”⁵³.

As relações de poder se consolidaram junto com o processo de formação de nações modernas dominadas por uma classe social e com a expansão de mercados das principais potências europeias; firmaram-se mais ainda com o desenvolvimento industrial do século passado. Hoje, integram a nova ciência do mundo contemporâneo, rompem com domínio e interpretação religiosos, transformam a sociedade, a vida, em consumo⁵⁴. É o que Santos esclarece:

as preocupações com a cultura surgiram assim associadas tanto ao progresso da sociedade e do conhecimento quanto a novas formas de dominação. Note que o conhecimento não é só o conteúdo básico das concepções da cultura, são instrumentos de conhecimento, respondem a necessidade de conhecimento da sociedade, as quais se desenvolveram claramente associadas com relações de poder⁵⁵.

Ainda afirma Santos que nos tempos atuais os centros de poder da sociedade se preocupam com a cultura, procurando definição, entendimento, controle e ação sobre seu desenvolvimento. Há instituições públicas responsáveis por esta tarefa. A cultura é uma esfera de atuação econômica, com empresas diretamente voltadas para ela. Assim, as preocupações com a cultura são institucionalizadas, fazem parte da própria organização social; expressam seus conflitos e interesses e, nelas, os interesses dominantes da sociedade manifestam sua força⁵⁶. Continua Santos:

⁵² Cf. CHAUI, 2000, p. 390.

⁵³ Cf. CHAUI, 2000, p. 390.

⁵⁴ Cf. SANTOS, 2003, p.81.

⁵⁵ SANTOS, 2003, p. 81.

⁵⁶ Cf. SANTOS, 2003, p. 81 e 82.

é uma característica dos movimentos sociais contemporâneos a exigência de que esse setor da vida social seja expandido e democratizado. Isso é particularmente importante quando se considera as mazelas culturais de um povo como o nosso, como por exemplo, o analfabetismo, o controle do conhecimento e seus benefícios por uma pequena elite, a pobreza do serviço público de educação e de formação intelectual das novas gerações⁵⁷.

Como se pode observar, a cultura tem uma ligação muito aproximada com as formas de poder e permanecem interligadas como meio de dominação na sociedade, continuando desta forma como sendo mecanismos de conhecimento ligados ao progresso social. A partir da cultura são gerados conceitos religiosos, que se impregnam num povo, o qual comunga da mesma fé para o enfrentamento das adversidades de seu contexto. Nesse sentido, assim se expressa Sanches: “cada uma das grandes religiões surgiu dentro de um determinado contexto sócio-histórico-cultural”⁵⁸. O homem “cria a cultura, e com ela, as redes simbólicas da religião”. Mas surge o questionamento: como podem os símbolos (entidades tão frágeis e etéreas, emersas da imaginação) terem poder sobre o que é material, concreto? Ocorre que “os homens não vivem só de pão. Vivem também de símbolos, porque sem eles não haveria ordem, nem sentido para a vida [...]”⁵⁹. Fixado na sua cultura, o homem vivencia a sua transcendência, muitas vezes imersa no sagrado.

O sagrado é uma experiência da presença de uma potência ou de uma força sobrenatural que habita algum ser – planta, animal, humano, coisas, ventos, água, fogo. Essa potência é tanto um poder que pertence própria e definitivamente a um determinado ser, quanto algo que ele pode possuir e perder, não ter e adquirir. O sagrado é a experiência simbólica da diferença entre os seres, da superioridade de alguns sobre outros, do poderio de alguns sobre outros, superioridade e poder sentidos como espantosos, misteriosos, desejados e temidos⁶⁰.

Religião e cultura, com o poder que possuem, delineiam as características de uma sociedade, criam coletivamente “ideias, símbolos, valores”, “definem para si próprios “o bom e o mau, o belo e o feio, o justo e o injusto, o verdadeiro e o falso, o puro e o impuro, o possível e o impossível, o inevitável e o casual, o sagrado e o

⁵⁷ SANTOS, 2003, p. 82.

⁵⁸ SANCHES, Mário Antônio. *Bioética: ciência e transcendência*. São Paulo: Loyola, 2004, p. 38.

⁵⁹ Cf. ALVES, 2002, p. 32-34.

⁶⁰ CHAUI, 2000, p. 379.

profano, o espaço e o tempo”⁶¹. E assim os povos passam a se manifestar com suas idiossincrasias na vida social, na “criação das obras de pensamento e de arte”, na “vida religiosa e vida política” e na criação da simbologia⁶².

Os símbolos religiosos assumem um papel de infinita relevância na vida dos crentes; permeando-lhes o imaginário e se mesclando com as suas histórias de vida, dão significado à existência humana. Falar de símbolo é falar de poder. Imagens são representações dotadas de significados que expressam e indicam uma realidade invisível e transcendentais, dando sentido à vida humana. Apela-se para os símbolos diante da incompreensão de infinitos aspectos da vida – razão pela qual todas as religiões se exprimem por meio de uma linguagem simbólica e imagética. O crente atribui às imagens religiosas origem divina, como revelações feitas ao homem⁶³. Para Jung, “[...] mitos de natureza religiosa podem ser interpretados como uma espécie de terapia mental generalizada para os males e ansiedades que afligem a humanidade — fome, guerras, doenças, velhice, morte”⁶⁴. Isso porque os homens temem o desconhecido. É preciso nomeá-lo. E o autor cita outros exemplos do poder de que o homem se reveste quando tomado pelo símbolo:

os índios pueblos acreditam que são filhos do Pai Sol, e esta crença dá a suas vidas uma perspectiva (e um objetivo) que ultrapassa a sua limitada existência; abre-lhes espaço para um maior desdobramento das suas personalidades e permite-lhes uma vida plena como seres humanos.

Há um exemplo ainda mais surpreendente e que deve ser familiar a todos os que nasceram numa sociedade cristã. No Natal, manifestamos a emoção íntima que nos desperta o nascimento mitológico de uma criança semidivina, apesar de não acreditarmos necessariamente na doutrina da imaculada concepção de Maria ou de possuímos qualquer crença religiosa. Sem o saber, sofremos a influência do simbolismo do renascimento. São remanescências de uma antiquíssima festa de solstício que exprime a esperança de que se renove a esmaecida paisagem de inverno do hemisfério norte. Apesar de toda a nossa sofisticação, alegremo-nos com esta festa simbólica da mesma forma com que, na Páscoa, nos juntamos aos nossos filhos no ritual dos ovos de Páscoa ou dos coelhos⁶⁵.

Também, em Eliade, se lê: “o hindu que, abraçando sua esposa, proclama que ela é a Terra e ele é o Céu, está ao mesmo tempo plenamente consciente da

⁶¹ Cf. CHAUI, 2000, p. 61.

⁶² Cf. CHAUI, 2000, p. 61.

⁶³ Cf. CHAUI, 2000, p. 62.

⁶⁴ Cf. JUNG, Carl Gustav. *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000, p. 79-89.

⁶⁵ JUNG, 2000, p. 89; 107-108.

humanidade dele e de sua esposa”⁶⁶. A mulher tem um modelo cósmico, um prestígio religioso mágico, é a figura da Terra Mãe; “é o resultado de uma hierogamia entre o Deus Céu e a Terra Mãe”⁶⁷. O marido é o Céu (é todo o Universo); a mulher é a Terra. Há nesse simbolismo religioso uma possessão. Sendo a religião parte da cultura de um povo, ela sofre influências de eventos históricos (guerras, possessões, invasões, catástrofes naturais), que moldam a sociedade. Confirma Eliade: “[...] a vida religiosa da humanidade, realizando-se na história, suas expressões são fatalmente condicionadas pelos múltiplos momentos históricos e estilos culturais”⁶⁸.

A religião se envolve de poder; tem até mesmo o poder de inclusão social, de resgatar ao fiel a sensação de pertencimento. Mas também pode excluir. “Entenda-se por poder a oportunidade dentro de uma relação social que permite a alguém impor a sua própria vontade mesmo contra a resistência e independentemente da base na qual esta oportunidade se fundamente”⁶⁹. Usufruindo-se de seu privilégio há religiões que usam “da violência sagrada para punir os faltosos ou pecadores”⁷⁰. O poder da religião atinge também a esfera da saúde, pois muitos credos veem nesta uma bênção divina e na doença, uma maldição. Assim tomados pela fé, uma grande parcela de pessoas enfrenta doenças tão somente com o poder de orações, promessas e sacrifícios seguindo princípios religiosos nos indicativos de curas físicas e mentais. “O sagrado opera o **encantamento do mundo**, habitado por forças maravilhosas e poderes admiráveis que agem magicamente. [...] agem à distância, enlaçam entes diferentes com laços secretos e eficazes”⁷¹.

1.3 Importância do simbolismo do consumo

Em muitas sociedades, a religião é centro formador da cultura local, sendo impossível não relacioná-la com a formação dos hábitos, costumes, atitudes e consumo da população. A cultura constitui-se num foco importante para os negociantes globais e, em meio a ela, a religião, por tender ampliar o caráter

⁶⁶ ELIADE, 1992, p. 36.

⁶⁷ ELIADE, 1992, p. 37.

⁶⁸ ELIADE, 1992, p. 81.

⁶⁹ WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*. 2. ed. São Paulo: Centauro, 2002, p. 107.

⁷⁰ CHAUI, 2000, p. 379.

⁷¹ Cf. CHAUI, 2000, p. 380-392.

simbólico, é de grande relevância nas sociedades⁷². Ela enlaça o homem ao sagrado; “realiza o encantamento do mundo, explicando-o pelo maravilhoso e misterioso”. Mas “a religião não sacraliza apenas o espaço e o tempo, mas também seres e objetos do mundo, que se tornam símbolos de algum fato religioso”⁷³.

Podem-se encontrar exemplos de influências da religiosidade no consumo em diversos setores, desde divertimentos, passatempos, até mesmo, sustentação alimentar. Em virtude disso, a cultura de consumo tem tornado cada vez mais atenta aos rituais religiosos. Em culturas fundamentalistas, portanto, o consumo para os crentes está interligado à fé, ao não consumo de itens desaprovados pelos dogmas religiosos; em contrapartida, ocorre a impulsão ao consumo de determinados itens concebidos como fortificantes para reforçarem a fé praticada⁷⁴.

É assim, por exemplo, que certos animais se tornam sagrados ou tabus, como a vaca na Índia, o cordeiro perfeito consagrado para o sacrifício da páscoa judaica, o tucano para a nação tucana, do Brasil. É assim, por exemplo, que certos objetos se tornam sagrados ou tabus, como o pão e o vinho consagrados pelo padre cristão, durante o ritual da missa. Do mesmo modo, em inúmeras religiões, as virgens primogênicas das principais famílias se tornam tabus, como as vestais, na Roma antiga. Também objetos se tornam símbolos sagrados intocáveis, como os pergaminhos judaicos contendo os textos sagrados antigos, certas pedras usadas pelos chefes religiosos africanos, etc.⁷⁵.

Posições como essas ocorrem no caso judaico, em que o consumo foi usado não apenas como forma de integração, mas também como forma de manter as diferenças entre judeus e outros modernos. Com isso, a forma perceptiva do consumidor ganha destaque na mesma proporção em que a espiritualidade “do consumo permite transcender aos limites da tradicional experiência de consumo, colocando um significado simbólico na compra e uso de produtos, para além do eu e do outro”⁷⁶.

Convém lembrar que o homem é um animal simbólico – uma das características basilares que o distingue dos brutos. Seu modo de pensar o mundo físico, isto é, sua relação com o real que o cerca, é realizado por um processo

⁷² Cf. CHAUI, 2000, 383.

⁷³ Cf. CHAUI, 2000, 383-391.

⁷⁴ Cf. CHIAVENATO, Idalberto. *Administração Geral e Pública*. 3. ed. São Paulo: Manole, 2012, p. 341-342.

⁷⁵ CHAUI, 2000, 383.

⁷⁶ ABDALA, P. R. Z. *Espiritualidade e consumo: relações e temáticas de pesquisa*. XXXIV Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração. Rio de Janeiro: Anpad, 2010.

simbólico, “pois é graças aos símbolos que o homem sai de sua situação particular e se ‘abre’ para o geral e o universal”⁷⁷. Se para Freud o inconsciente é, metaforicamente, um “quarto de despejos” onde se aglomeram os desejos reprimidos, para Jung não passa de um mundo real e vital tal qual é o consciente humano⁷⁸.

Dessa forma, consumir também pode ser uma prática religiosa, um rito religioso. Há, pois, consumidor que crê transcender-se pela experiência do consumo de determinados produtos e não se tornar impuro por deixar de consumir itens desaprovados em sua cultura religiosa, a qual cria a identidade de uma nação, que se reflete também em sua indumentária e em sua língua⁷⁹. Daí a indispensabilidade de tais conhecimentos para a prática com o comércio exterior. No caso da Índia, por exemplo, há costumes e crenças exóticos e de fortes contrastes, que provocam o choque no outro, o qual só pode ser evitado com o prévio conhecimentos das particularidades do país⁸⁰.

Há, pois, a existência de um domínio simbólico e do sistema de simbolização que requerem do negociador uma investigação rigorosa na mente simbólica do consumidor. Como se percebe, os homens simbolizam suas vivências e suas referências ao se relacionarem com a realidade, o que atesta que o consumo está imerso no simbolismo. Marcas e produtos, nesse caso, ditam a regra de mercado, apontando de modo fascinante e metafórico qual deve ser o comportamento do consumidor⁸¹.

Hoje, principalmente, na era da imagem, a exploração do símbolo se intensifica e entra na memória do povo se instaurando em vários níveis de profundidade do emaranhado inconsciente humano⁸². Compreender tal sistema simbólico se tornou imperativo para a compreensão da própria espécie humana – razão pela qual uma das exigências do comércio é o investimento pesado no

⁷⁷ Cf. ELIADE, 1992, p. 102.

⁷⁸ Cf. JUNG, 2000, p. 12.

⁷⁹ Cf. JUNG, 2000, p. 12.

⁸⁰ Cf. SILVA, Suélen Lúcia da. *Trabalho de Iniciação Científica Brasil e Índia: as diferenças culturais e seu reflexo nas negociações internacionais*. Estágio Supervisionado do Curso de Comércio Exterior do Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Gestão, da Universidade do Vale do Itajaí. Itajaí-SC, 2015, p. 9.

⁸¹ Cf. WOLFF, Fabiane. *Simbolismo no comportamento do consumidor: construindo uma nova escala*. 15p. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/MKT/2002_MKT1902.pdf>.

Acesso em: 21 abr. 2016, p. 1.

⁸² Cf. WOLFF, p. 1.

marketing, que entra, sem pedir licença, na mente da população consumidora impondo seu simbolismo sob sua trama espessa⁸³. Tornar-se ciente de preferências, atitudes, decisões e comportamento armazenados no âmago do inconsciente de um povo é tarefa complexa, mas de crucial relevância para as empresas, que passam a partir de então a ter um novo olhar, mais promissor, sobre o consumidor, o qual adquire produtos mais pelo seu simbolismo (preenchimento de lacunas afetivas) do que pela necessidade e funcionamento deles⁸⁴.

O símbolo do consumo, em muitos povos, precisa estar em sintonia com a religião, dado que “um símbolo religioso transmite sua mensagem mesmo quando deixa de ser compreendido, conscientemente, em sua totalidade, pois um símbolo dirige se ao ser humano integral, e não apenas à sua inteligência” e, na verdade, “graças aos símbolos, o Mundo se torna ‘transparente’, suscetível de ‘revelar’ a transcendência”⁸⁵.

A perspectiva econômica, mediante tal “transparência”, compreende o consumo não como simples troca de objeto envolvendo dinheiro e preço, mas como produtos “substituídos, isto é, selecionados, em função da sua utilidade marginal”⁸⁶. O consumo de massa envolve uma afinação com diversos modelos estratégicos legitimadores das diversidades de significação não tanto pelos produtos em si, mas pelo modo de aquisição deles – o que significa que “não se trata de preencher necessidades, mas de as criar: não está em causa o consumo de determinado tipo de bem, mas o de uma marca em vez de outra”⁸⁷. Na lógica do consumo de massa de uma cultura homogênea, Featherstone considera que

[...] podemos designar o aspecto “duplamente” simbólico das mercadorias nas sociedades ocidentais contemporâneas: o simbolismo não se evidencia apenas no design e no imaginário embutido nos processos de produção e marketing; as associações simbólicas das mercadorias podem ser utilizadas e renegociadas para enfatizar diferenças de estilo de vida, demarcando as relações sociais⁸⁸.

⁸³ Cf. WOLFF, 2016, p. 1.

⁸⁴ Cf. WOLFF, 2016, p. 1.

⁸⁵ Cf. ELIADE, 1992, p. 65.

⁸⁶ Cf. PORTUGAL, Jorge. A escolha das lojas alimentares: a lógica do consumido. In: *Marketeer*, n. 25, Lisboa, 1998, p. 46.

⁸⁷ BAUDRILLARD, Jean. *Para uma crítica da economia política do signo*. Lisboa: Edições 70, 1981, p. 42.

⁸⁸ FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 35.

Pierre Bourdieu – que concebe toda e qualquer ação humana (ou de organização humana) sacralizada pelo simbolismo, que a torna legítima à ótica alheia – afiança que o consumo, além de recursos financeiros e capital econômico, depende, sobretudo, do capital social do consumidor. Por isso, as transações comerciais ocorrem enredadas numa teia de muitas relações, tanto pessoais quanto institucionais, numa cadeia classificadora e hierarquizante, imersa no contexto social. Embora tais relações não se agreguem, em especial, a um único capital, qualquer um destes tem o potencial de intervir como ferramenta de consecução do outro, isto é, o capital social impele a conquista do capital econômico, o qual, por seu turno, norteia-se para o capital cultural⁸⁹.

Considerando o capital simbólico como corolário dos demais (econômico, cultural, religioso, social), também considerando o povo indiano marcado por um alto grau de conservadorismo em suas tradições, torna-se ponto fulcral conhecer suas formalidades de protocolo antes de quaisquer negociações com o país.

1.4 Entraves entre relações internacionais e crenças religiosas

Nas relações comerciais internacionais – neste mundo globalizado, integrado e interdependente nas práticas rotineiras do cotidiano –, é fundamental que se tenha conhecimento com o país com o qual se pretende comercializar. Assim sendo, o negociador precisa de antemão conhecer cultura, religião, sociedade, economia e costumes do outro para evitar constrangimentos que possam resultar em negociação fracassada. Em contrapartida, “o estabelecimento de um lado pessoal em suas relações comerciais ajudará a desenvolver a confiança mútua e facilitará as negociações”⁹⁰.

Ao se manifestar conhecedor do conhecimento (ou parte dele) do povo, torna-se auspicioso o contato, pois, ciente, o negociador dá provas de seu empenho para firmar o estabelecimento de confiança e respeito no trato para com o outro. Assim, evitam-se gafes, certos melindres, pois, desprovido de tais conhecimentos, o negociador nem percebe ter “arranhado” o diálogo e, às vezes, até insultado o outro no que ele tem de mais essencial para a sua vida: a religião, como é o caso de

⁸⁹ Cf. BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, 2007.

⁹⁰ BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. *Como Exportar*. Índia. Ministério das Relações Exteriores. Brasília: O Ministério, 2012, p. 113.

muitos povos. Os negociantes devem atentar-se “às sensibilidades culturais e religiosas”, “às normas culturais e locais” como medida que “ajudará a fortalecer os vínculos pessoais com os parceiros”⁹¹ de culturas distintas.

Barreira pode ser definida como alvo, obstáculo, limite, ou seja, tudo aquilo que constitui empecilho que pode ser intransponível para alcançar determinada classe social⁹². Os países importadores possuem inúmeras restrições que podem representar barreiras à importação. Dentre elas podem-se citar:

a sua localização dentro do espaço geográfico, as quotas de importação, as restrições à importação, embargos, altas tarifas alfandegárias, boicotes, moeda não conversível, economia instável, capacidade de pagamento, excesso de regulamentação, nível tecnológico, competição, pressão dos sindicatos, leis *antidumping*, código de subsídios e direitos compensatórios, código de normas técnicas, código de valor aduaneiro, acordo relativo a procedimentos sobre licenças de importação, falta de transparência na política de importação, exigência de certificados e testes, legislação sanitária, aspectos culturais, formas de comercialização, formas e custos de promoção, exigências de um alto índice de nacionalização dos produtos e falta de credibilidade⁹³.

Além disso, ainda existem inúmeras variáveis que devem ser levadas em conta para que sejam possíveis as relações comerciais internacionais – variáveis estas que, como já foram mencionadas, são de extrema importância para que haja viabilidade dos negócios na esfera internacional, devido às diferenças culturais existentes, conforme aponta Minervini:

[...] o tempo, espaço, protocolo, etiqueta, idade, sexo, religião, história, educação, saudação, higiene, dar presentes, hospitalidade, piadas, superstição, política, linguagem corporal, idioma, valores, atitudes, leis, organização social, adorno do corpo, folclore, tabu em relação a alimentos, música, propriedade, status e a cor⁹⁴.

Ou seja, os fatores culturais de certa comunidade se encontram umbilicalmente incluídos nas restrições às importações. Por conseguinte, ter um planejamento estratégico faz parte do processo das organizações no qual há uma adaptação e aprovação das decisões a serem tomadas, para se encontrarem

⁹¹ Cf. BRASIL, 2012, p. 211.

⁹² Cf. FERREIRA, Aurélio B. de H. *Pequeno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Nobel, 1972, p. 159.

⁹³ MINERVINI, Nicola. *O exportador: como iniciar e conduzir sua empresa a uma estratégia sólida e segura de exportação*. São Paulo: Makron, 1991, p. 339.

⁹⁴ MINERVINI, 1991, p. 339.

respostas sobre o motivo da existência das organizações, como ainda se inteirar do que e como se deve fazer/proceder. Os resultados encontrados nessa busca passam a ser utilizados como guia nas organizações, o qual deve manter-se “relacionado com a adaptação da organização e seu ambiente mutável”⁹⁵.

Nesse sentido, há de se estar concentrado de todo o entorno da organização e subordinado à incerteza dos eventos que podem ocorrer. Devido ao fato de se relacionar com a incerteza, as atitudes não de ser tomadas com base em julgamentos e em relação a dados reais. Não convém que se esqueça de que “há, portanto, uma diferença de experiência religiosa que se explica pelas diferenças de economia, cultura e organização social – numa palavra, pela história”⁹⁶.

O planejamento estratégico possui cinco características fundamentais nas organizações empresariais: a) orientação para período futuro; b) compreensão; c) construção de consenso como um processo; d) aprendizagem organizacional como meio; e) ambiente internos e externos como parâmetro de visão de futuro⁹⁷. Abaixo são explicitados, por Chiavenato, com mais detalhes, cada um desses atributos.

1- O planejamento estratégico é orientado para o futuro. Seu horizonte de tempo é o longo prazo. Durante o curso do planejamento, a consideração dos problemas atuais é dada apenas em função dos obstáculos e das barreiras que eles possam provocar para um desejado lugar no futuro. É mais voltado para problemas do futuro que os de hoje.

2- O planejamento estratégico é compreensivo. Ele envolve a organização como uma totalidade, abarcando todos os seus recursos, no sentido de obter efeitos sinérgicos de todas as capacidades e potencialidades da organização. A resposta estratégica da organização envolve um comportamento global, compreensivo e sistêmico.

3- O planejamento estratégico é um processo de construção de consenso. Dada a diversidade de interesses e necessidades dos parceiros envolvidos, o planejamento oferece um meio de atender a todos eles na direção futura que melhor convenha a todos.

4- O planejamento estratégico é uma forma de aprendizagem organizacional. Como está orientado para adaptação da organização ao contexto ambiental, o planejamento constitui uma tentativa constante de aprender a ajustar-se a um ambiente complexo, competitivo e mutável.

5- O planejamento estratégico se assenta sobre três parâmetros: a visão do futuro, os fatores ambientais externos e os fatores organizacionais internos. Começa com a construção do consenso sobre o futuro que se deseja: é a visão que descreve o mundo em um estado ideal. A partir daí examinam-se as condições externas do ambiente e as condições internas da organização⁹⁸.

⁹⁵ Cf. CHIAVENATO, 2012, p. 344.

⁹⁶ Cf. ELIADE, 1992, p. 16.

⁹⁷ Cf. CHIAVENATO, 2012, p. 344-345.

⁹⁸ CHIAVENATO, 2012, p. 345.

O ato de planejar envolve definição de objetivos e projeção da confirmação de serem atingidos, além de previsões relacionadas ao futuro, análises conjecturais de possibilidades de ações, escolhas de alternativas viáveis e exclusão das inviáveis, seleção da forma mais conveniente e profícua de se realizar uma avaliação dos resultados encontrados⁹⁹. Como se percebe, as empresas se deparam com inúmeras pressões vindas de várias fontes. O ambiente externo possui regulamentações governamentais e técnicas de desenvolvimento bem complexas, uma economia globalizada, que provoca incertezas e necessidade de redução de custos para a obtenção de produtos competitivos. O planejamento ajuda no aumento do foco e da flexibilidade: o foco é o esforço; a flexibilidade é a agilidade para se adaptar e se ajustar na medida em que se torna necessário. Mantendo-se o foco, a organização conhece o que seus clientes precisam; e, mantendo-se flexibilidade, dinamiza-se todo o processo¹⁰⁰.

Imerso na negociação, o negociador carece de conhecer, também, as formalidades de protocolo e o simbolismo de consumo do cliente, que resulta tanto na falta de atenção por um produto quanto na compra deste.

1.5 Formalidades de protocolo nos negócios na Índia

Para se efetivarem negócios com qualquer país, deve-se primeiramente verificar se há formalidades de protocolo a serem consideradas. Formalidades de protocolo são inúmeras atitudes a serem praticadas ou não durante as negociações, pois podem significar algo positivo ou até mesmo ofensivo, conforme cultura/religião do país com o qual se está negociando¹⁰¹. Por isso, quando se pretende negociar com um país, deve-se primeiramente estudar os protocolos, pois a falta de prévios conhecimentos pode acarretar prejuízos para a negociação. Sendo com a Índia, a atenção deve se voltar para estas peculiaridades culturais: “a divisão social em castas, a formalidade nos cumprimentos, a discriminação da presença de mulheres em mesas de negociação, a linguagem corporal, a tomada de decisão coletiva e demorada, parece ser importante”¹⁰².

⁹⁹ Cf. CHIAVENATO, 2012, p. 341.

¹⁰⁰ Cf. CHIAVENATO, 2012, p. 342.

¹⁰¹ Cf. ALMEIDA et al., 2005, p. 1.

¹⁰² Cf. ALMEIDA et al., 2005, p. 1.

Essas formalidades são significativas, devido ao fato de esse país ter como religião predominante o hinduísmo, moldando as classes sociais de forma tão explícita, que não há como separar a religião das relações comerciais. Portanto, estar a par dessas formalidades é fundamental para o sucesso nas negociações, pois, “segundo os hinduístas o que a pessoa faz é mais importante do que aquilo em que ela acredita. O costume correto é mais importante que a ortodoxia; o rito religioso é mais importante do que o conteúdo religioso”¹⁰³. Por isso, adverte-se que se escolham prudente e escrupulosamente os parceiros das transações comerciais. “Os homens de negócios devem tentar compreender também os aspectos políticos, econômicos e sociais da Índia, as práticas de negócios locais, e as sensibilidades culturais e religiosas de seus habitantes”¹⁰⁴.

Há aspectos destacados por Gesteland nos quais se verificam as principais características de formalidades na negociação com a Índia. São princípios que devem ser obedecidos para que haja êxito nesse processo e não se incorra no risco de que o negociante indiano se sinta ofendido, mas sim que impute maior confiança em relação ao negociante¹⁰⁵.

Gesteland arrola estes recursos: a) Idioma – os principais: inglês (o mais utilizado nas transações comerciais, políticas e educacionais) e hindu. b) Cumprimentos – homens: aperto de mão com pressão moderada; mulheres: símbolo *namastê*¹⁰⁶. Variam os modos de tratar o negociador indiano. Duas regras devem ser praticadas: perguntar-lhe como deseja ser tratado e utilizar um título acadêmico ou profissional. A troca de cartões profissionais é feita com a mão direita. c) Vestimentas – homens: terno escuro em reuniões com oficiais do governo, mas com empresas privadas colete, camisa e gravata em dias mais frios e camisa de mangas curtas sobre as calças nos dias mais quentes; mulheres: vestidos clássicos ou blusa com manga, sem transparência, e saia abaixo do joelho. d) Hospitalidade – para não vulnerar o negociador, atenção para estes pontos: hindu (maioria vegetariana); muçulmano abstêm-se de álcool. Ambos não comem carne de porco. Sendo convidado à refeição em casa indiana, o hospede deve, gentilmente, recusar na

¹⁰³ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 55.

¹⁰⁴ BRASIL, 2012, p. 124.

¹⁰⁵ Cf. GESTELAND, 2001, *apud* ALMEIDA et al., 2005, p. 6.

¹⁰⁶ Namastê é um cumprimento e saudação típica do sul da Ásia, que significa “eu saúdo a você”, na tradução para o português. Este termo utiliza-se principalmente na Índia e no Nepal por hindus, sikhs, jainistas e budistas. SIGNIFICADOS. *O que é Namastê?* Disponível em: <<http://www.significados.com.br/namaste>> Acesso em: 29 mar. 2016.

primeira chamada e nunca agradecer ao final, o que é considerado insulto. e) Reservado – conversações intercaladas de pequenos silêncios; manutenção de 40cm a 60cm com o interlocutor, evitando o seguinte: tocá-lo (principalmente na cabeça ou com os pés), forçar o contato visual, apontar o dedo indicador para alguém. Só ofertar presente com as duas mãos, ao final da reunião; ao recebê-lo, dispô-lo ao lado e só abri-lo longe do presenteador¹⁰⁷.

Pode-se inferir, por meio desse repertório, quantas peculiaridades fazem parte da convivência em sociedade indiana e que, apesar de aparentemente simplórias para quem as conhece, pode incitar constrangimentos e, até mesmo, um ambiente ameaçador, devido ao fato de fazerem parte da formação cultural da comunidade. Nas negociações, as leis conferem proteção propícia aos direitos de propriedade e aos direitos contratuais, todavia o judiciário é muito moroso. Ademais, nas transações, é preciso superar não somente as formalidades, mas os elevados custos do judiciário¹⁰⁸. Para driblar tais empecilhos, recorre-se à prática da arbitragem privada, o que é corrente. Com vista a deliberações no domínio nacional e internacional por disputas comerciais, há como recorrer ao órgão de arbitragem sediado em Paris: Tribunal Internacional de Arbitragem da Câmara Internacional de Comércio (ICC), o qual dispõe de comitês nacionais nos vários cantos do mundo¹⁰⁹.

Asseverando o exposto, Na Índia, conforme o relatório “Doing Business 2011”, do Banco Mundial, soluciona-se por arbitragem a maior parte dos contratos comerciais por ser esta modalidade menos onerosa além de possibilitar o sogilo. O país é o sexto mais lento do mundo nas resoluções de disputas. Liquidar uma empresa no país pode levar sete anos. Há carência de pessoal nos tribunais, o que gera acúmulo de casos pendentes, processos. Além das formalidades, o “apelo ao poder judiciário é extremamente dispendioso”¹¹⁰.

A negociação com a Índia anda em passos lentos devido a tantas formalidades, protocolos, restrições em todos os setores de atuação. Por exemplo: visitantes (pessoas físicas): em negócios com a Índia pode se estabelecer no país por um período não superior a 3 meses; transações bancárias: enquanto 80% dos

¹⁰⁷ Cf. GESTELAND, 2001, *apud* ALMEIDA et al., 2005, p. 6-7.

¹⁰⁸ Cf. GESTELAND, 2001, *apud* ALMEIDA et al., 2005, p. 7.

¹⁰⁹ Cf. MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Oportunidade de Negócios em Serviços: Brasil e Índia*. Secretaria de Comércio e Serviços. Departamento de Políticas de Comércio e Serviços. Oportunidade de Negócios em Serviços. Disponível em: <www.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em: 24 abr. 2016.

¹¹⁰ Cf. BRASIL, 2012, p. 120.

depósitos emanados do mercado indiano são controlados pelos bancos estatais, os bancos estrangeiros, além de não poderem abrir subsidiárias, são fortemente regulados pelo Reserve Bank of India (RBI) sob abrigo do Banking Regulation Act; transportes: nesse setor, a participação estrangeira é baixa em razão de muitos controles relacionados a investimento direto estrangeiro; comércio: “em alguns setores, empresas estrangeiras somente podem atuar mediante a constituição de *joint ventures*¹¹¹ com parceiros locais¹¹². Nesses casos, a propriedade estrangeira não pode exceder 51% do capital”. Destacam-se os serviços de engenharia, pesquisa e desenvolvimento, construção de estradas e pontes e outros. “Na distribuição de filmes cinematográficos e vídeos, a presença comercial é permitida mediante escritórios de representação e a importação de títulos está limitada por um sistema de quotas anuais”¹¹³.

A despeito de tantas restrições, pode-se afirmar que a Índia progrediu na sua política de comércio exterior na última década, que, de protecionista, passou a mais liberal. Apesar de tais progressos na economia, ainda que significativos, o país defronta-se com muitos desafios e objeções de infraestrutura, os quais ainda emperram o crescimento econômico. “Os encargos administrativos e a burocracia são um obstáculo ao crescimento. De acordo com o relatório de investimentos mundiais das Nações Unidas de 2010, a Índia ocupa a 134ª posição global no item facilidade de se fazer negócios”. Foi recomendado ao governo reduzir os bloqueios “ao comércio e ao investimento direto estrangeiro”¹¹⁴.

Urge enfrentar essas questões em tempo hábil. E o governo, sabedor disso, tem trabalhado nessa direção, impulsionando a economia, abrindo “o setor a participantes privados”, liberando “normas de investimento estrangeiro”, introduzindo “isenções fiscais, parcerias público-privadas” e desenvolvendo projetos¹¹⁵. Tem-se atualmente um governo proativo que, inclusive, “desenvolveu zonas Econômicas e

¹¹¹ “JOINT” significa um conjunto, uma associação. “VENTURE” significa um negócio, um projeto, uma aventura. “JOINT VENTURE” acarreta de um lado uma série de esforços conjuntos e riscos e de outro, a possibilidade de um resultado positivo. MIRANDA, Maria Bernadete. *Joint Venture. Direito Brasil*. Disponível em: <<http://www.direitobrasil.adv.br/arquivospdf/revista/revistav31/aulas/jv1.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

¹¹² Cf. MDIC. Acesso em: 24 abr. 2016.

¹¹³ Cf. BRASIL, 2012, p. 30.

¹¹⁴ Cf. BRASIL, 2012, p. 30.

¹¹⁵ Cf. BRASIL, 2012, p. 38.

Comerciais Especiais, oferecendo isenções fiscais e convidando empresas internacionais a fazer da Índia a sua base de produção e exportação”¹¹⁶

Como se percebe, as formalidades de protocolo nos negócios com a Índia, que tanto obstaculizaram as relações comerciais com o exterior, ainda que muito fortes, estão sofrendo a pressão da globalização. Subjacentes a tais formalidades estão as religiões e a cultura embebidas de poder¹¹⁷. O poder não negligencia as religiões, pois “o sagrado é o real por excelência, ao mesmo tempo poder, eficiência, fonte de vida e fecundidade”¹¹⁸. Em se tratando do hinduísmo, essas concepções ficam ainda mais claras, como se pode verificar no capítulo a seguir.



¹¹⁶ Cf. BRASIL, 2012, p. 50.

¹¹⁷ Cf. BRASIL, 2012, p. 50.

¹¹⁸ ELIADE, 1992, p. 21.

2 RELIGIÃO NUMA VISÃO HOLÍSTICA

Se Schafranske entende religião como uma busca de sentido e por isso “produz conhecimento, desperta motivação e muitas vezes leva à transformação pessoal”¹¹⁹, Friedrich Schleiermacher a entende como “um sentimento ou uma sensação de absoluta dependência”¹²⁰. Já sob a ótica de C. P. Tiele,

religião significa a relação entre o homem e o poder sobre-humano no qual ele acredita ou do qual se sente dependente. Essa relação se expressa em emoções especiais (confiança, medo), conceitos (crença) e ações (culto e ética)¹²¹.

Nesse contexto, o termo *sagrado* passou a ser a palavra-chave usada pelos pesquisadores para definir o que é religião indicando que é algo separado e consagrado¹²². Em contrapartida, tem-se o profano, designando o que está fora do templo. Para facilitar a compreensão do conceito de religião, os autores Gaarder, Hellern e Notaker dizem que alguns pesquisadores decidiram estudá-lo por quatro ângulos diferentes, que seriam crenças, cerimônias, organização e experiência religiosa de cada religião¹²³.

Mediante tamanha complexidade de conceituação do termo, este capítulo procura demonstrar, através do estudo das ciências das religiões, as visões antropológica e sociológica, já que, ao se estudar uma determinada comunidade, defronta-se com o fato de os indivíduos construírem sua comunidade baseando-se em suas crenças religiosas, de tal modo que a religião se torna parte integrante da formação do povo. Desta feita, o tema é, inicialmente, abordado sob as interpretações da antropologia e da sociologia para que se possa estudar a comunidade indiana, em sua maioria praticante do hinduísmo, o qual também é analisado sob esses dois enfoques.

Firmado isso, são apresentadas as características da crença hindu, as três vias de salvação, a crença divina, a vida religiosa e o culto de adoração. Procura-se analisar cada um de seus tópicos concebendo a religião sob a perspectiva

¹¹⁹ SHAFRANSKE *apud* PAIVA, Geraldo José de. Ciência, religião, psicologia: conhecimento e comportamento. In: *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v.15, n. 3, Porto Alegre 2002, p. 6.

¹²⁰ SCHLEIERMACHER, Friedrich *apud* GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p.19.

¹²¹ TIELE, C. P. *apud* GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 19.

¹²² TIELE, C. P. *apud* GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 19.

¹²³ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 20.

holística¹²⁴ por se crer que, para dar conta dos objetivos propostos desta dissertação, a visão newtoniano-cartesiana seria insuficiente, dado o seu caráter fragmentado, substancialista e mecanicista, em face de um tema plural e multidimensional, imbricado na questão cultural, que, por sua vez, requer que se fundamente em sinergias. Acredita-se que, assim, analisando as partes e remetendo-as sempre ao todo, rompem-se as fronteiras causadoras de dicotomias, uma vez que implica pautar-se pela inter- e transdisciplinaridade, segundo os fundamentos da visão holística. Toma-se como pilar teórico a obra *O espectro disciplinar da Ciência da Religião*, de Frank Usarski.

2.1 Antropologia da religião

A antropologia da religião busca estudar as formas pelas quais os indivíduos criam suas sociedades e expressam, nesta construção, suas crenças religiosas “através de seus mitos, lendas, narrativas folclóricas, noções de tempo e espaço. Também expressam por suas ações, por sacrifício, orações e correlatos”¹²⁵.

Tem como foco os aspectos sociais e pertencentes ao povo, porém estuda a religião sob o ponto de vista individual, procurando contextualizá-la através do aspecto social, demonstrando que a experiência religiosa é um construto social. A antropologia da religião se baseia no conjunto de vivência de um homem junto com os fatos sociais, donde se deduz que a religião não possui autonomia. Ela procura explicar como os indivíduos contextualizam suas experiências religiosas na formação de sua sociedade¹²⁶.

A religião pode ser definida, do ponto de vista antropológico, como um conjunto de símbolos que atua no temperamento das pessoas concebendo e justificando a sua existência de tal maneira que as pessoas creem que esses sentimentos são realistas, e assim estabelecem a relação entre seu caráter moral e sua concepção de mundo¹²⁷.

¹²⁴ TEIXEIRA, E. Reflexões sobre o paradigma holístico e holismo e saúde. *Rev. Esc. Enf. USP*, v. 30, n. 2, p. 286-290, ago. 1996, p. 286. “O paradigma holístico emerge de uma crise da ciência, de uma crise do paradigma cartesiano-newtoniano, que postula a racionalidade, a objetividade e a quantificação como únicos meios de se chegar ao conhecimento. Esse paradigma busca uma nova visão, que deverá ser responsável em dissolver toda espécie de reducionismo. A holística força um novo debate no âmbito das diversas ciências e promove novas construções e atitudes.”

¹²⁵ Cf. USARSKI, 2007a, p. 70.

¹²⁶ Cf. USARSKI, 2007a, p. 79.

¹²⁷ Cf. USARSKI, 2007a, p. 79.

Sob as lentes da abordagem antropológica da religião, não se despreza nenhum aspecto do contexto humano em análise. Há de se considerar fenômenos culturais, comportamentos, costumes, atitudes, técnicas, linguagens, símbolos e outros¹²⁸. Busca-se entender o modo como o homem se vê como um ser religioso a partir de uma reflexão acerca da humanidade e da cultura em suas complexidades. Nesse sentido, não se atém a um credo específico, mas sim ao fenômeno religioso na vida do ser humano – o que requer remeter-se às diversas manifestações universais de cultura e religião (em especial as mais conhecidas) que, de modo mais contundente, intervêm na vida das sociedades. Atenta-se o olhar para a percepção do valor de cada uma, mas mantendo-se a neutralidade na análise das variadas interpretações provenientes das distintas culturas e religiões. Procura-se reelaborar o próprio pensar, porém atentando-se para manter a necessária crítica¹²⁹.

As interpretações antropológicas da religião ligam-se intrinsecamente às antepassadas e a outras disciplinas, configurando-se a antropologia sempre num enfoque inter- e transdisciplinar¹³⁰. Ainda assim é possível agrupar características comuns sob certas perspectivas, como orienta Stewart E. Guthrie: a) Humanismo – qualquer explicação para a religião é secular e naturalista como resultantes da cultura e da natureza humana. Não se distingue, portanto, de outras concepções de pensamento, ideologias e ações humanas. Nesse sentido, descartam-se exteriorizações de fenômenos *sui generis*, transcendentais ou sobrenaturais. b) Evolucionismo darwinista – sendo uma subdivisão da antropologia biológica, nessa perspectiva, toda e qualquer forma de vida é, em sua essência, produto de seleção natural. Já sob o foco da antropologia cultural, é fundacional a seleção natural. Sob esse olhar, as sociedades estratificadas imputam os seus modelos morais a determinações religiosas. Ostenta-se o funcionalismo dos organismos sociais justificando-o por seus efeitos positivos. A religião, nesse caso, é explicada em razão da responsabilidade que tem pela coesão social. c) Comparações interculturais – o ponto fulcral do objeto de estudo deixa de ser a religião em determinado tempo e lugar para ser a religião estudada em todos os lugares e em

¹²⁸ Cf. OLIVEIRA, José Lisboa Moreira de. *Antropologia da Religião*, 17p. Universidade Católica de Brasília. Disponível em: ww.ucb.br/sites/000/14/PDF/antropologiadareligiao.pdf. Acesso em: 29 abr. 2016, p. 4.

¹²⁹ Cf. OLIVEIRA, . Acesso em 29 abr. 2016a, p. 4.

¹³⁰ Cf. GUTHRIE, Stewart E. *Teorias antropológicas da religião*. Trad. Desidério Murcho. Universidade de Fordham, 2009. Disponível em: <http://criticanarede.com/antropologia.html>. Acesso em: 02 maio 2016.

todas as épocas, em meio a um emaranhado de crenças e práticas que exclui qualquer consenso e nega o ecumenismo. Antropólogos pós-modernistas recusam o comparativismo e asseveram a necessidade de interpretação de uma cultura por vez¹³¹.

A antropologia considera difícil chegar-se a um denominador comum sobre conceito de religião. Comparando todas elas na sua globalidade, o conceito é ao mesmo tempo central e intimidador. Para Stewart E. Ghthrie, pode-se desenvolver sobre as religiões ocidentais o olhar humanista e já para as não ocidentais, o olhar iluminista. Tais dessemelhanças aumentam o questionamento sobre a universalidade da religião. Pode-se aferir que tudo depende do enfoque de cada definição: se muito abstrata, como um cuidado máximo/supremo, a religião está por todo o lado; se compreendida pela crença em um ser superior, ocorre uma restrição. A tendência antropológica é defini-la de modo amplo, até mesmo universal¹³². Ghthrie conclui que

nenhuma linha clara distingue as religiões de outros pensamentos e acções. As religiões não foram em si seleccionadas pela evolução, nem constituem um fenómeno unitário. Ao invés, são uma família de efeitos secundários das nossas propensões perceptivas e cognitivas, ligadas entre si pela nossa procura de ordem e significado.

As religiões, como outras formas de animismo e antropomorfismo, podem ter diversos fins. Contudo, esses usos não explicam a sua existência nem garantem que são benéficos. Em última análise, as religiões são produtos do acaso evolutivo: consequências inintencionais de produtos evolutivos prévios¹³³.

O etnógrafo Émile Durkheim entende que a semelhança entre os homens está, não no fado de serem tão distintos entre si, mas na união decorrente da interdependência entre eles na realização das atividades sociais¹³⁴. E aí se inclui a religião, que é capaz de formar uma consciência coletiva. Em sua obra *As formas elementares da vida religiosa*, o autor tenta formular uma teoria geral da religião, partindo das mais simples e primitivas. Considera a necessidade de crenças em consenso na sociedade moderna, a emersão de uma fé coletiva, capaz de fazer o homem vislumbrar uma esperança de que se fabriquem deuses, já que os antigos

¹³¹ Cf. GUTHRIE. Acesso em: 02 maio 2016.

¹³² Cf. GUTHRIE. Acesso em: 02 maio 2016.

¹³³ Cf. GUTHRIE. Acesso em: 02 maio 2016.

¹³⁴ Cf. DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 47.

estão ultrapassados. E assim, cada época constrói os deuses de que precisam. As inclinações simbólicas são formas simbólicas das tendências sociais e morais¹³⁵. Raquel Weiss, entretanto, não compactua com a visão simplista de Durkheim. Para ela,

possivelmente um dos pontos mais frágeis e mais contestados dessa obra, podendo ser considerada um resquício de concepções evolucionistas que ainda faziam parte do imaginário sociológico e antropológico da época e que, por isso mesmo, soa como uma ofensa às consciências contemporâneas¹³⁶.

Recorre-se, mais uma vez, a Stewart E. Guthrie¹³⁷ para explicar o conceito antropológico de religião. Na sua forma didática de explicar, o autor divide as teorias pertinentes em três grupos: a) Teorias da solidariedade social (ou da coesão social) – as necessidades mais primárias da sociedade explicam o surgimento e a manutenção da religião na hipotética efetivação de harmonia, coesão e satisfação social – um modo de funcionalismo. Ela superdimensiona os sentimentos de comunidade por meio do simbolismo permeando roupas próprias, cantos, louvores, dança, arquitetura, discursos. Daí se depreende o quanto a religião é uma atividade simbólica, cujos símbolos podem vir, muitas vezes, ocultos ou até mesmo de modo inconsciente. De qualquer forma, o simbolismo religioso fortalece a sociedade, unificando-a, solidarizando-a. Em contrapartida, há situações em que a religião, ao invés de unir, pode desunir/dispersar famílias, comunidades étnicas, inclusive, estados. A coesão social, nesse caso, é ineficaz frente a objeções resistentes do conceito nuclear que polariza sagrado e profano. b) Teorias do sonho alto – partindo-se das emoções primárias do homem, a religião é explicada pelo atenuar dos sentimentos negativos (medo, solidão) e o promover da força interior e da serenidade. A religião funciona como paliativo para inquietação e frustração humanas, fortifica a crença no presente e no futuro. Há o apelo aos deuses para ser sempre melhor, porque eles prometem um futuro compensador de qualquer mal do presente, o que torna suportável a vida. Freud é um dos maiores defensores desta teoria porque acredita que as religiões nascem das necessidades humanas de suportar a vida – concepção que não se coaduna com toda e qualquer religião. c)

¹³⁵ Cf. DURKHEIM, 2000, p. 48.

¹³⁶ WEISS, Raquel. Durkheim e as formas elementares da vida religiosa. In: *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 13, n. 22, p. 95-119, jul./dez. 2012, p. 100.

¹³⁷ Cf. GUTHRIE, 2009.

Teorias intelectualistas (ou cognitivistas) – a partir da necessidade primária do homem de compreender o mundo que o cerca e outros mundos mais como também enigmáticas experiências humanas, tem-se a religião como tentativa desse intento de compreensão e de manutenção das ações pautadas por ele. Essa teoria enfatiza a evolução cultural, que parte de um abrangente comparativismo e reforça o prisma naturalista da religião, resultante da atividade mental do homem, como animismo, segundo Tylor, uma crença emersa universalmente de sonhos e morte alheias¹³⁸.

Toda religião, enfim, segundo a antropologia da religião, se desenvolve em meio a uma comunidade humana e a esta se submete mediante um comportamento metodológico que pode ser entendido como projeção. De modo diferente é a sociologia da religião à qual não interessa qual seja o tipo de crença, mas sim o seu papel fundamental na vida em sociedade.

2.2 Sociologia da Religião

Nestas primeiras décadas do século XXI, a humanidade está vivendo momentos de mudanças paradigmáticas de modo que a inversão de valores tem sido uma constante impactando sobremaneira as gerações que adentraram este novo milênio, já numa fase mais madura da vida. O capitalismo fulminante imprime na sociedade uma ordem: consumir desenfreadamente. As mais diversas mídias veiculam essa determinação como norma do mercado global¹³⁹. Nesse contexto de velocidade, tecnologia, informatização, virtualidade, cai a deusa da ciência, que reinara outrora. A religião, por sua vez, emerge nesse cenário; é bastante discutida, mas agora sob o enfoque de sua “mercadorização”, sua privatização, enfim sobre sua perda de importância *versus* sua retomada, a ‘revanche de Deus’, como muitos autores têm designado o fenômeno de explosão de novos movimentos religiosos¹⁴⁰.

A sociologia da religião busca entender fenômenos religiosos como esses, não para discutir se eles são verdadeiros ou não, mas com o intuito de entender o seu funcionamento da sociedade. Assim, a ciência passa a utilizar a religião como objeto de seu estudo, o que só foi possível a partir do momento no qual a sociedade moderna deixou de lado seus ensinamentos religiosos, passando a questionar a

¹³⁸ Cf. GUTHRIE, 2009.

¹³⁹ Cf. OLIVEIRA, Fabiana Luci de. O campo da sociologia das religiões: secularização versus a “revanche de Deus”. 14p. In: *InterThesis*, n. 2, v. 2, Florianópolis-SC, jul./dez. 2005, p. 1.

¹⁴⁰ Cf. OLIVEIRA, 2005, p. 2.

veracidade de dogmas e verdades, sendo inevitável o aparecimento de conflitos. O saber, por longo tempo, era avaliado pela religião¹⁴¹. Em outras palavras: só se podia ter o conhecimento daquilo que fosse autorizado pela religião, a qual controlava “a vida social, econômica e política das comunidades pela imposição de normas de conduta e pelo domínio sobre a criação artística, assim como pela elaboração do saber”¹⁴²

A partir do estudo da sociologia da religião é possível entendê-la sem que seja necessário ser adepto dela. Sendo tratada como fato social, submetida às mudanças impostas pelo processo de transformação social, ela passa então a ser confrontada com a ciência. Desta forma, é preciso compreender as práticas sociais, já que a religião é um de seus elementos formadores¹⁴³. Por esse modo de análise, explicam-se as consequências da influência dos ritos e crenças nas sociedades, modificando assim a sua estruturação, sem se procurar entender o espírito da religião. Ao invés de entendê-la, procura-se descobrir como são as práticas religiosas e seu efeito transformador na organização da sociedade. Em suma, o objetivo é analisar a religião como fato social, o que se dá de forma empírica¹⁴⁴.

O Brasil é um exemplo clássico de como uma questão religiosa pode se tornar tema polêmico e de debates políticos. A questão do “aborto” foi usada em época de campanha eleitoral em 2010 e tinha como pano de fundo, argumentos políticos que se fundavam em valores religiosos. A justificativa era que essa questão estava ligada a valores que podiam causar problemas quanto a concepção de família e da vida. Deixando a razão instrumental da campanha de lado, o interessante é como um tema que poderia ser debatido por diferentes prismas vai ser analisado justamente por pressupostos “religiosos ou morais”. E como os sujeitos tomam partido de uma questão política tendo como fundamento e pressuposto o aspecto religioso em um país que já passou por um processo de laicização¹⁴⁵.

Para Max Weber, o fenômeno da religiosidade se forma em meio a uma subjetividade coletiva munida de lógica interna.

Em alguns casos, as formas de pensamento e de condutas fornecidos por uma determinada religião ou comportamento religioso podem interferir no processo econômico, como é o caso da ética protestante, que desenvolveu

¹⁴¹ Cf. USARSK, 2007, p. 102.

¹⁴² Cf. USARSK, 2007, p. 102.

¹⁴³ Cf. USARSK, 2007, p. 103.

¹⁴⁴ Cf. USARSK, 2007, p. 103.

¹⁴⁵ FERREIRA, José Roberto M.; ALVES, Adjair. O fenômeno religioso na perspectiva da sociologia compreensiva de Max Weber, p. 58-75. In: Revista *Diálogos*, n. 7. Revista de Estudos Culturais e da Contemporaneidade. Garanhuns-PE: UPE/Faceteg, 2012, p. 69.

formas de concepções de como lidar com as riquezas “terrestres” ao possibilitar a compreensão de que, para o mundo protestante, ganhar dinheiro dentro da ordem econômica moderna é, enquanto feito legalmente, o resultado e a expressão de virtude e de proficiência em uma vocação¹⁴⁶.

Para Mircea Eliade, a religiosidade é pródiga na condução das práticas sociais; é por ela que o homem confere coerência à sua existência e norteia seu caminho em meio a valores; é guarnecida de simbolismo e representatividade os quais tanto interferem nas relações sociais quanto destas emanam; é um fenômeno fundamental e ininterrupto da existência humana; exprime o ser humano, como fenômeno social que é; seus símbolos dão sentido à existência humana. O autor afirma que a religiosidade imprime a razão de ser no mundo¹⁴⁷.

Foi discutindo esse tema que se compreendeu melhor o decurso histórico da consolidação do capitalismo criando para o homem paradigmas comportamentais de ética e moral de modo que os sujeitos históricos passassem a atribuir sentido do viver em sociedade, a qual é tomada pelo simbólico como um fenômeno significativo e efetivo na construção de sua coletividade. “A religião tem, portanto, a função de agregar os indivíduos à sociedade, servindo enquanto um instrumento de controle social, de manutenção da ordem”¹⁴⁸.

Conforme Ferreira e Alves, a religião vem travestida de uma situação social, como uma orientação viável e relevante, com significados imputados às práticas religiosas inseridas no contexto cultural. É sempre indispensável, quando se deseja compreender a vida em sociedade, considerar a religião. “Por ter esta um conjunto de significados que permite ao homem dar sentido e fundar seu mundo frente ao Sagrado, assim como ao Profano, ela tem se constituído no principal vetor do comportamento humano”¹⁴⁹. As interpretações da contemporaneidade asseguram que as religiões não assumem mais a sua função moralizadora, a qual se transformou em pragmática. Mas há uma corrente da sociologia da religião que reconhece o retorno do sagrado, argumentando que a eclosão “do pluralismo religioso representa um processo de ressacralização, dessecularização ou mesmo reencantamento do mundo”¹⁵⁰. Nesse sentido, essa corrente, por um lado, nega um

¹⁴⁶ WEBER. Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 2. ed. São Paulo: Pioneiro Thomson Learning, 2005, p. 28.

¹⁴⁷ Cf. ELIADE, 1992, p. 27.

¹⁴⁸ OLIVEIRA, 2005, p. 4.

¹⁴⁹ FERREIRA; ALVES, 2012, p. 66-67.

¹⁵⁰ OLIVEIRA, 2005, p. 4.

suposto declínio do sagrado; por outro, afirma, “com base no surgimento de novos movimentos religiosos, a importância da religião no mundo atual”¹⁵¹.

Para Pierucci, tem havido uma alteração no direcionamento das preocupações do homem atual, uma “virada para o eu”, que nada mais é do que, em obediência à lógica do mercado, se instaura uma des-moralização, de modo que a religião passa a ser uma empresa de salvação; declina-se em face do paradigma de secularização (transformação de um contexto monopolizador/hegemônico de uma religião específica para um contexto de pluralismo religioso); não mantém seu lugar garantido na sociedade, limita-se à esfera individual. Para o autor, nem mais o domingo é o dia dedicado ao Senhor; agora, é um dia qualquer. Ele procura insistir na tese da secularização¹⁵².

Segundo o ponto de vista de Campbell, tem havido uma transfiguração no modo de crer do homem ocidental que parte de um deus pessoal e avança para uma espécie de espírito ou força vital, isto é, uma crença em graus de espiritualidade, concebendo haver vida após a morte¹⁵³. Ainda que venha ocorrendo alterações de foco nesse âmbito, isto é, uma maior personalização em face da lógica do mercado e a do consumo sobre a religiosidade, a religião ainda é concebida como um modo de moralização. Cabe lembrar que a religião, como parte da cultura e, por isso mesmo, inserida num contexto histórico, não fica paralisada diante de mudanças sociais, econômicas e políticas. Nas últimas décadas, houve sim certo declínio com a modernidade que a colocava em cheque em face da razão e da ciência tidas como verdades absolutas. Mas ela renasceu, agora com uma nova roupagem, o que inclui moral, ética e valores transfigurados¹⁵⁴. Ainda trilhando pelos domínios da antropologia e da sociologia da religião, passa-se o foco, na seção que se segue, para o hinduísmo.

2.3 Hinduísmo numa visão antropológica e sociológica

Os estudiosos da antropologia da religião têm como alvo de estudo as aldeias objetivando estudar e entender sua cultura e sua religião, com o intuito de encontrar

¹⁵¹ Cf. OLIVEIRA, 2005, p. 4.

¹⁵² Cf. PIERUCCI, A. F. Reencantamento e dessecularização, p. 99-117. In: *Novos Estudos Cebrap*, n. 49, 1997, p. 100.

¹⁵³ Cf. CAMPBELL, C. A Orientalização do Ocidente: reflexões sobre uma teodiceia para um novo milênio, p. 5-22. In: *Religião e Sociedade*, v. 18, n. 1, 1997, p. 15.

¹⁵⁴ Cf. CAMPBELL, 1997, p. 16.

as explicações de seus costumes e práticas. No entanto, afirmam os cientistas da religião que, para conseguir obter explicações em inserções estrangeiras, se faz necessário ter uma distância crítica para que se consiga entender seu significado, compreender a dinâmica desses conceitos e organizações da sociedade¹⁵⁵.

No que diz respeito ao estudo sociológico da religião, de acordo com Uzarsk, pode-se entendê-lo como sendo fruto do processo histórico que ajuda explicar e entender a sociedade criada. O espírito da religião se ocupa por uma visão racional da realidade e a sociologia da religião se propõe a compreender a sociedade de forma científica. Do mesmo modo, ao se estudar cientificamente a comunidade indiana, pode-se compreender seus costumes e práticas construídos, interpretá-los inseridos no seu contexto social; desta forma, suas afirmações, por mais incoerentes que pareçam, obtêm um significado admissível, portanto considerado como válido¹⁵⁶.

Pautando-se sempre pelas perspectivas antropológica e sociológica do hinduísmo, este subcapítulo, sequencialmente, apresenta as características mais comuns dentro desta crença, as três vias de salvação, a crença divina e a vida religiosa e o culto de adoração.

2.3.1 Características em comum da crença hinduísta

Lecionam os autores Gaarder, Hellern e Notaker que o hinduísmo é isento de um fundador, de um credo estabelecido e de uma organização de qualquer espécie, por isso é melhor entendê-lo a partir das inúmeras formas de religião desenvolvidas na Índia, cada qual delas simultaneamente visíveis em seus estágios históricos¹⁵⁷. Por sua vez, Bruno Glaas considera possível explorar o hinduísmo projetado como um todo, mesmo em meio a tamanha complexidade; concebe-o como a “religião eterna”¹⁵⁸.

¹⁵⁵ USARSK, 2007, p. 70-72.

¹⁵⁶ USARSK, 2007, p. 73-101.

¹⁵⁷ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 46.

¹⁵⁸ “É oportuno lembrar que o termo *Hindu* é, na realidade, um nome aplicado pelos muçulmanos e também pelos ocidentais aos povos da Índia. Este termo só se tornou universal a partir do século XVIII. O nome usado pelos próprios hindus é, geralmente, *Sanatana dharma* (fé eterna), mas também se criou um neologismo *Hindutva* (hinduíce)”. GLAAB, Bruno. *Os fenômenos religiosos: Hinduísmo*. Disponível em: <<http://www.estef.edu.br/brunoglaab/wp-content/uploads/2011/09/Hindu%C3%ADsmo.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2016.

Lembram Gaarder, Hellern e Notaker que as origens do hinduísmo remontam aos anos 1500 a.C e 2000 a.C., quando “nobres” (denominados arianos) passaram a dominar o vale do rio Indo. Suas crenças assimilavam às dos indoeuropeus, gregos, romanos e germanos. Os arianos professavam o sacrifício e as oferendas aos deuses com vista a controlar as forças do caos. Os textos mais lidos dos hindus são os Upanishads, escritos em forma de diálogos entre mestre e discípulo de onde se insere o conceito de Brahman (força espiritual basilar de todo o universo, de onde nascem todos os seres vivos, onde vivem e morrem e para onde retornam)¹⁵⁹. O hinduísmo é mais do que uma religião, é um complexo de padrões de comportamento diversos e muitas vezes contrastantes entre si, o que dificulta sistematizá-lo teologicamente em uma só religião¹⁶⁰.

Hodiernamente, a despeito da variedade imensa de cultos, observa-se que os hinduístas têm características comuns, em especial no tocante a castas, vaca e carma¹⁶¹. Bruno Glaas lembra que o hinduísta “professa o sistema de castas, ou seja, vê a divisão de classes como imposição divina”¹⁶². Nesse sentido, convém trazer à baila a seguinte explicação de Gaarder, Hellern e Notaker sobre a diacronia do termo *casta*: “a palavra inglesa *caste* vem do português *casta* (feminino de *casto*, ‘puro’)”, e normalmente está vinculada a profissões especiais¹⁶³.

Desde a antiguidade o sistema de quatro classes sociais sempre existiu: dos sacerdotes (brâmanes), dos guerreiros, dos agricultores e dos servos. As castas têm as próprias regras de comportamento e de prática religiosa. Estabelece-se com quem a pessoa pode casar, com o que pode se alimentar e se associar e o tipo de trabalho que pode realizar, tendo como base religiosa a noção de pureza e impureza, que permeia por todo o hinduísmo¹⁶⁴. Com efeito, a divisão da sociedade em castas deu um sentido à vida do indiano. Quando expulso de uma casta, o indiano tem o seu pior castigo que só é utilizado para os crimes mais graves. O nível mais baixo do sistema de castas é o dos sem casta, conhecido como *párias*, composto por criminosos, lixeiros e trabalhadores que curtem couro de animais. Ficam classificados assim também os cristãos e os muçulmanos. Existem normas muito rígidas que tratam do contato social entre as castas, no entanto a constituição

¹⁵⁹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 46.

¹⁶⁰ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 47.

¹⁶¹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 47.

¹⁶² GLAAB. Acesso em: 01 maio 2016.

¹⁶³ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 46.

¹⁶⁴ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p.46.

indiana, datada de 1947, trouxe medidas para banir a discriminação imposta pelo sistema de casta, todavia não basta a simples mudança na legislação para que este sistema seja extinto, pois ele continua tendo um papel importante na sociedade indiana¹⁶⁵.

Outra característica comum entre os hindus é considerar sagrada a vaca e adorá-la nas festas religiosas. “Proteger a vaca significa proteger a todos os seres mudos que Deus criou”¹⁶⁶. Esta crença remonta a um antigo culto da fertilidade, entendendo que a vaca supre tudo que é preciso para manutenção à vida, o que a torna o símbolo da vida, não sendo permitido matá-la (a despeito da grande fome que abate as castas indianas de menor prestígio). Ao tocá-la, a pessoa está ritualmente limpa. Os seus derivados, como o leite e a manteiga, são utilizados nos rituais de purificação¹⁶⁷. Afinal, ela supre tudo que é preciso para a manutenção da vida, o que a torna um símbolo, não sendo permitido matá-la. Este ato é visto por muitos ocidentais de forma negativa, uma vez que existe muita fome na Índia e as vacas poderiam ser utilizadas como alimento para resolver tal situação. Embora seja adorada, a vaca é utilizada na agricultura indiana e seu excremento é aproveitado como fertilizante e combustível. Também são considerados sagrados o macaco em especial, o crocodilo e a cobra. Os hinduístas de modo geral não gostam de tirar a vida, o que fez com que muitos deles se tornassem vegetarianos¹⁶⁸.

Mais uma característica comum entre os hindus é o carma. Eles creem que, depois da morte das pessoas, sua alma (que é imortal e nem envelhece) renasce num novo ser, tendo a possibilidade de renascer numa casta mais alta, mais baixa ou na forma de um animal. Acreditam que existe uma ordem no ciclo da vida, um impulso que mantém o ser humano em movimento que é o carma, ou seja, é a lei natural da vida, sendo impessoal¹⁶⁹. Não reconhecem nenhum destino sem ser premeditado. Sendo o seu destino hoje fruto de seus atos na vida anterior, a pessoa está colhendo o que plantou: o seu carma. Embora tenha que se submeter ao carma herdado de sua vida anterior, o hinduísta possui também livre arbítrio na sua vida atual, podendo melhorar seu carma e lançar possibilidades para uma vida melhor na

¹⁶⁵ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 46-47.

¹⁶⁶ DELUMEAU, J.; MELCHIOR-BONNET, S. *De religiões e de homens*. São Paulo: Loyola, 2000, p. 309.

¹⁶⁷ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 47-48.

¹⁶⁸ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 48.

¹⁶⁹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 48.

posterior reencarnação¹⁷⁰. Para o hindu, toda a Índia é sagrada por ser o local de se realizarem ações que constituem a base do carma. Baseado na doutrina do carma, o hindu se apega a três vias de salvação: sacrifício, conhecimento e devoção.

2.3.2 Três vias de salvação

O hinduísmo é uma religião que não possui uma doutrina clara quando se trata de salvação que indique como o homem pode escapar do ciclo das reencarnações. Inclusive, existem inúmeros movimentos e seitas de visões diferentes. Contudo, distinguem-se três vias para a graça (sacrifício, conhecimento e devoção), mas compreendendo que não são movimentos religiosos organizados, e sim tendências de maior importância a nortearem o hinduísmo. A via é de livre escolha, porém, sendo conveniente, o hinduísta pode optar pelas três, que são fundamentadas no carma, que desempenha uma função capital no hinduísmo¹⁷¹.

Os hinduístas creem que a trilha do sacrifício, também conhecida como da ação (karma-marga), é recompensadora. Fazendo-se sacrifícios e boas ações, alcançam felicidade na terra, riqueza e abundante descendência; conseguem manter boa saúde; garantem viver vidas harmonizadas; libertam-se do ciclo vicioso da transmigração do espírito¹⁷². Por essa via, o homem encontra a salvação agindo de modo ritualmente correto. O devoto hinduísta segue seus rituais diários, do nascer ao pôr do sol. Os brâmanes, por exemplo, meditam ao amanhecer e ao entardecer. A cremação é o corpo humano oferecido como o último “sacrifício dos sacramentos hinduístas, realiza-se para segurar o bem do falecido no outro mundo. A vida para os hinduístas é vista como um contínuo sacrifício e a morte para eles é o último grande ato sacrificial”¹⁷³.

A ética hinduísta ensina a libertar o espírito do corpo praticando esforços sistemáticos de controle das forças físicas e psíquicas naturais do homem. Hans Küng lista cinco exercícios éticos cuja vivência garantiria saúde e bem tanto à alma

¹⁷⁰ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 48.

¹⁷¹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 49.

¹⁷² Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 49-50.

¹⁷³ LIBÓRIO, Luiz Alencar. Religiosidade e saúde integral no hinduísmo e no budismo, p. 9-40. In: *Revista de Teologia e Ciências da Religião da Unicap*. Ano IX, n. 2, jul./dez. 2010, p. 28.

do praticante quanto à própria sociedade. São eles: não violência (não ferir), veracidade, não furtar, castidade (vida pura), não cobiça, (não possuir)¹⁷⁴.

Lê-se no *Mahabharata* (sexto livro do *Bhagavad-Gita*), considerado como o evangelho dos hinduísmo, que “a vida é um ‘campo de batalha’, um ‘lugar de luta’ com conflitos externos e internos”¹⁷⁵. A atitude moral, em face desta condição se resume nesta frase: “cumpre teu dever no mundo, mas não te deixes vencer por ele”¹⁷⁶. E assim haverá um comprometimento sem mácula e sem subserviência.

A outra via de salvação, a da compreensão ou do conhecimento (jnanamarga), intui que a ignorância do homem o prende ao ciclo da reencarnação. Logo, compreender a própria existência é o contrário da ignorância. Somente a partir do momento em que o homem obtém o conhecimento correto, ele é redimido da implacável rota da transmigração. Ele compreende a unidade entre a alma e o *brahman* (mundo espiritual; divindade pessoal que permeia tudo, sendo o início da construção do universo); o objetivo é a dissolução no *brahman*, pois, do mesmo jeito que uma gota de chuva se dissolve no mar, “o homem tem uma centelha divina em seu interior. E mesmo que ele seja obliterado como indivíduo, sua origem divina permanece e vai se unir novamente com o espírito universal”¹⁷⁷. Nesse sentido, o conhecimento é o caminho para a salvação, no qual a alma humana e o mundo espiritual são a mesma coisa. A alma não pertence apenas aos seres humanos, mas também às plantas e aos animais. As almas das pessoas são reflexos de uma única alma universal. Os reflexos podem ser inúmeros reflexos, mas apenas uma alma¹⁷⁸.

A meditação, a ioga e a filosofia são os caminhos para o povo hindu superar a ignorância (que o mantém atado ao ciclo da encarnação), e alcançar o conhecimento, a salvação. Até mesmo a verdadeira saúde consiste no “conhecimento” (mediado pela meditação) de atman¹⁷⁹ e de Brahman. A sabedoria é o fio condutor da salvação. “A ‘renúncia’ é outro fator que impede que homem se impressione com o colorido da vida, distraíndo-se das coisas fundamentais e, portanto, adoecendo porque perde o seu centro: o equilíbrio”¹⁸⁰.

¹⁷⁴ KÜNG, Hans. *Religiões do mundo: em busca de pontos comuns*. Campinas: Verus, 2004, p. 89.

¹⁷⁵ KÜNG, 2004, p. 90.

¹⁷⁶ KÜNG, 2004, p. 90.

¹⁷⁷ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 50.

¹⁷⁸ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 51.

¹⁷⁹ “O atmã é uma parte integrante não só dos seres humanos, mas também se encontra nas plantas e nos animais. Isso é conhecido como panteísmo”. ÍNDIA. Disponível em:

<<http://www.arturbruno.com.br/images/conteudo/file/India2014.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2016.

¹⁸⁰ LIBÓRIO, 2010, p. 18.

Desse modo, “o sacrifício, a ascese, o conhecimento e a meditação, a devoção e a reverência agem positiva ou negativamente sobre o karma”¹⁸¹. O resultado pode gerar “saúde ou doença, impedindo ou não o progresso que leva à total libertação (moksha) do ciclo das reencarnações (samsara)”¹⁸². O conhecimento impele o hindu a redirecionar-se em busca consciente da fonte perpétua da bem-aventurança que há dentro de si próprio. Nesse estágio desaparecem seus desejos e vontades¹⁸³.

A terceira via para a salvação, a de devoção (bhakti-marga), proposta por volta de 600 a.C., começou a se difundir no sul da Índia e se disseminou por todo o subcontinente, predominando na Índia moderna. Desde o século III esta via para a graça já tinha encontrado sua expressão clássica em poema catequético, ocupando o lugar superior na vida do indiano médio. Esta via é caracterizada através do amor¹⁸⁴. Aparentemente, esta via é a mais fácil; entretanto, “ela de fato propõe a entrega de todas as ações humanas, mesmo as mais cotidianas, a um Senhor, ou seja, tudo o que o devoto fizer deve ser realizado como uma oferenda voluntária a um Ser Divino. Bastaria tal atitude para se receber a graça”¹⁸⁵. A situação se complica quando tal devoção beira ao radicalismo, afinal, humanos e não humanos são seres sagrados para a filosofia hindu.

O caminho da devoção, conforme reconhece Bhagavad-Gita, expressa o conhecimento da Grandeza Divina no avizinhamo amoroso efetivo de ação neste mundo e seus modos de realização. Segundo Heinrich Zimmer (2003), este princípio ético

requer que o indivíduo continue executando suas obrigações costumeiras e atividades cotidianas, mas com uma nova atitude de desapego quanto aos frutos, ou seja, os possíveis ganhos ou perdas que resultem de tais atos. O mundo e seus meios de realização não devem ser abandonados, mas, na ação, a vontade do indivíduo deve unir-se ao fundamento universal, não às vicissitudes do corpo e do sistema nervoso¹⁸⁶.

Evidente é que nenhuma das vias guarda seu significado quando isenta da sua conjuntura que prima por ações despojadas, desinteressadas. Do contrário,

¹⁸¹ LIBÓRIO, 2010, p. 19.

¹⁸² LIBÓRIO, 2010, p. 28.

¹⁸³ LIBÓRIO, 2010, p. 28.

¹⁸⁴ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 51.

¹⁸⁵ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 51.

¹⁸⁶ ZIMMER, Heinrich. *Filosofias da Índia*. São Paulo: Palas Athena, 2003, p. 277.

seriam ineptas no alcançar qualquer objetivo, muito menos o da libertação. Aqui, “as relações de troca não têm lugar. Elas se tornam impotentes diante da ação desinteressada mergulhada no rio da autoentrega e da devoção ao Ser Divino”¹⁸⁷.

2.3.3 Crença Divina

O hinduísta adora, de várias formas, o espírito supremo, conhecido como cósmico. A crença divina hindu impele o homem a experimentar a divindade que permeia várias coisas. São inúmeros seus deuses; suas divindades foram personalizadas e, por sua vez, os sacrifícios foram substituídos pela adoração. Mas o destino do homem está atrelado, acima de tudo, a seu próprio esforço, às suas ações. Conforme Andrade, a religiosidade hindu expressa o desenho de seus complexos rituais pelas “metáforas das relações entre a montanha e a planície, picos nevados e beiras de rios”¹⁸⁸.

Contemplando os grandes picos dos Himalaias, o cume do mundo, a tentativa suprema da terra para alcançar os céus! Eles se jogam no vasto firmamento como se estivessem prontos para receber as águas que foram faladas no livro do Gênesis, para captá-la e jogá-la na terra, primeiro como correntes torrenciais abrindo espaço ao lado das montanhas, mas logo em seguida como os rios tranquilos nas regiões planas fazendo-as férteis aos seres humanos. [...] Encontra-se nisto, um mundo inacessível, do qual vem o ser humano e para qual ele vai retornar, encontra o mundo em baixo no qual por um momento o ser humano é ordenado para lidar com sua vida terrena¹⁸⁹.

De acordo com Gaarder; Hellern; Notaker, “no hinduísmo o que a pessoa experimenta nesta vida atual de riqueza ou pobreza, alegria ou tristeza, saúde ou doença, é fruto de suas práticas em sua vida anterior”¹⁹⁰. Também esta é a explicação que os hinduístas têm a respeito das diferenças sociais que existem entre as pessoas. A pessoa deve aceitar o carma que herdou de sua vida anterior, porém tendo livre arbítrio no âmbito de sua existência atual para que possa praticar

¹⁸⁷ FOLLMANN, José Ivo; SCARLATEL, Cleide Cristina. Lições Milenares do oriente hinduísta para uma conduta ética na sociedade de hoje, p. 18-42. In: *Revista de Estudos da Religião*, n. 4, 2006. p. 28.

¹⁸⁸ Cf. ANDRADE, Joaquim. *Deus do deserto, Deus do vale: a geografia como ponto de partida para a compreensão do fenômeno religioso*, 27p. Disponível em:

<http://www.sementesdoreino.com.br/novo/pastorais/escola_teologica/14_4_fenomeno_rel_deus_do_deserto_pe_joachim_andrade.pdf>. Acesso em: 01 maio 2016, p. 16.

¹⁸⁹ ABHISHIKTANANDA, 1974, p. 138 *apud* ANDRADE, 2016, p. 16.

¹⁹⁰ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 48.

ações que permitam melhorar seu carma, criando assim fundações para uma vida melhor em sua próxima encarnação¹⁹¹. A religião para o hindu “não é a aceitação de abstrações acadêmicas nem celebração de cerimônias, mas uma espécie de vida ou experiência. Ela é a percepção da natureza da realidade (darśana) ou experiência da realidade (anubhava)”¹⁹².

A maioria dos hindus acredita na imortalidade da alma e na sua reencarnação. Há também uma crença popular em fantasmas e em espíritos, inclusive em espíritos que podem tomar posse do corpo da pessoa. A morte é seguida por renascimento, formando um ciclo de nascimento e morte, que permanece até a pessoa alcançar a libertação, que é chamada de *moksha*. O renascimento da pessoa é compreendido como sofrimento resultante da felicidade desfrutada sobre a terra¹⁹³.

As tradições religiosas e a cultura levam o hindu a perceberem “a vida humana como parte de um universo, que, por sua vez, também tem um sentido, na medida em que é emanado de uma divindade suprema e na medida em que é também lugar onde os deuses e forças sobrenaturais estão sempre presentes”¹⁹⁴. A necessidade que tem em se manifestar no mundo está nitidamente expressa “no Bhagavad-Gita, ao mostrar como a Divindade Suprema mesma, por meio do divino porta-voz Krishna, está visceralmente implicada nos acontecimentos do mundo”¹⁹⁵.

O homem hinduísta vive em permanente busca de sua performance e, para isso, procura cumprir seus deveres religiosos (Dharma) prescritos nas escrituras. Ele pode alcançar a sua liberação (Moksha) tão somente pela realização divina, pois, além de crer na onipresença deste, encontra divindade em todos os homens, ainda que não esteja manifestada em todos eles. “O propósito das práticas espirituais é manifestar essa divindade inerente, e quando essa divindade se torna completamente manifesta, tal pessoa é uma alma que realizou Deus e atingiu moksha”¹⁹⁶. Convém lembrar que “a divindade não é um ser pessoal, mas uma

¹⁹¹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 48-49.

¹⁹² RADHAKRISHNAN, 1971, p. 13 *apud* ANDRADE, 2016, p. 9.

¹⁹³ Cf. NARAYANAN, 2009, p. 78-79.

¹⁹⁴ FOLLMANN; SCARLATEL, 2006, p. 40.

¹⁹⁵ FOLLMANN; SCARLATEL, 2006, p. 37.

¹⁹⁶ SÍNTESE DO HINDUÍSMO. 23p. Disponível em:

<http://www.vedantacuritiba.org.br/site/txt/sintese_hinduismo.pdf>. Acesso em: 01 maio 2016, p. 3.

força, uma energia que permeia tudo: os objetos inanimados, as plantas, os animais e os homens”¹⁹⁷.

Quando a Índia foi invadida pelos arianos (2000 a.C.), eles introduziram vários hinos (os Vedas) que idolatram os deuses védicos (divindades conhecidas como mais antigas). “São eles, Surya (deus do Sol), Agni (deus do Fogo), Vayu (deus do Ar e do Vento) e Varuna (deus do Céu e da Água e o Rei dos deuses védicos)”¹⁹⁸. Há também um líder guerreiro (Indra) que batalhou contra demônios (asuras e rakshasas) chefiando deuses védicos. Era “forte, corajoso, gostava de comer e beber, qualidades que agradavam ao antigo povo ariano. E há 2 mil anos, três deuses conhecidos como Trimurti emergiram como os mais importantes: Brahma, Vishnu e Shiva”¹⁹⁹.

O criador do Universo material é denominado Sri Brahma e o transformador do universo material é denominado Sri Shiva. Este último também é conhecido como o deus destruidor, ao mesmo tempo que é considerado o devoto mais puro de Krishna. Para os vários universos existem Senhores Brahmas diferentes. Para os Vaishnavas o centro da trimurthi (divina trindade indiana), cuja unidade é Krishna, é Sri Vishnu²⁰⁰.

Não há como caracterizar um indivíduo hindu tomando por base determinada crença ou por seguir determinado texto sagrado que o torne um autêntico hindu. Porém, o que há em comum é o fato de os fiéis compartilharem as crenças, nas quais se incluem a *samskaras* e o *karma*.

- Samskaras = palavra sânscrita que se refere ao ciclo de morte e renascimento. Os hindus creem que estamos presos no *samskaras* e que após a morte renascemos, dependendo do estado espiritual de cada um.
- K arma = se refere à ação e à Lei de Causa e Efeito, a qual rege a vida e o renascimento do Espírito²⁰¹.

Os hindus se empenham em atingir o *moksha*, a libertação do ciclo de morte e renascimento; chegando a ele, entra-se em comunhão com *Brahman*. O hindu não se preocupa por incorporar a humanidade, isso porque não há conversão. “Quem

¹⁹⁷ GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 52.

¹⁹⁸ CAMPOS Neto, Antonio Augusto Machado de. O Hinduísmo, O Direito Hindu, O Direito Indiano, p. 71-111. In: *Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo*, v. 104, jan./dez. 2009, p. 73.

¹⁹⁹ Cf. CAMPOS, 2009, p. 74.

²⁰⁰ PINTO, Osman Valdés. Hinduísmo, p. 134-149. In: *Jointh*. Disponível em:

<file:///C:/Users/Windows/Downloads/2jointh-7453%20(4).pdf>. Acesso em: 01 maio 2016, p. 137.

²⁰¹ CAMPOS Neto, 2009, p. 79.

não nasce hindu um não-hindu será por toda a vida, independentemente de sua crença ou do seu modo de viver; noutras palavras, mesmo que ele aceite e acredite nas crenças hindus ou siga seus preceitos”²⁰².

O Hinduísmo espelha, enfim, uma diversidade inumerável de divindades, mas tem em Brahmas a força unificadora, “a eterna unidade do Universo, porque ele não é um deus; é a alma do Universo e a essência da vida: o deus-criador”²⁰³.

2.3.4 Vida religiosa e culto de adoração

O hinduísmo é caracterizado pelo politeísmo. Cultuam-se muito os deuses em locais determinados. Inúmeros hindus visitam regularmente as cidades sagradas, prestando culto em templos e banhando-se em rios sagrados e subindo as montanhas sagradas com a finalidade de implorar a felicidade nesta vida e na vida futura. Esta ideia de Índia como território sagrado começou no início de nossa era²⁰⁴.

As cidades e as vilas da Índia possuem dezenas de templos e santuários. As imagens de deuses e deusas são expostas em lugares bem visíveis: comércios, hospitais, departamentos públicos. Os praticantes do hinduísmo criam, em muitas manifestações do divino, seus templos e altares, os quais são abastecidos de muitas divindades. A maioria dos praticantes tem em sua residência uma sala/lugar especial designado para adoração onde se colocam estampas e esculturas representando um ou mais deuses. É comum haver um altar para a família celebrar o serviço divino, em diversos horários no mesmo dia; há casos de o fazerem uma vez por semana, mais comumente na sexta-feira²⁰⁵.

O culto no lar varia de casa para casa, mas é normal haver sacrifício, adoração, recitação de textos sagrados e meditação. Antes de iniciar o ritual, a pessoa deve estar limpa, por isso que um banho purificador é sempre o primeiro passo, posteriormente prepara-se o sacrifício, podendo colocar arroz, frutas ou flores no altar. Posteriormente a isso, o adorador se curva até o chão com as mãos unidas diante de suas divindades. É comum, durante a adoração, repetir-se o nome dos deuses e se recitarem os textos sagrados, porém também é permitida a oração

²⁰² Cf. OLIVEIRA, Arilson Silva de. Os mentores intelectuais do confucionismo, do taoísmo e do hinduísmo na perspectiva weberiana, p. 132-150. In: *Horizonte*: Belo Horizonte, v. 5, n. 10, jun. 2007, p. 145.

²⁰³ CAMPOS Neto, 2009, p. 104.

²⁰⁴ Cf. NARAYANAN, 2009, p. 64.

²⁰⁵ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 54.

espontânea. Quando são colocados frutos para as imagens, estes posteriormente poderão ser utilizados como alimento pela família ou oferecidos a visitas²⁰⁶.

Não existe regra que obrigue ao praticante do hinduísmo ir aos templos. Nestes existem muitos serviços populares podendo ser encontrados em cada aldeia da Índia. O dia do templo é celebrado com música para despertar os deuses. Na celebração do dia dos deuses são lhes oferecidos alimentos. Todas as pessoas que vêm ao templo rezam, oferecem sacrifício de presentes, ou simplesmente participam da interpretação das escrituras ministradas pelo sacerdote. De acordo com a crença hinduísta, a pessoa que pratica o ato é mais importante que a crença, ou seja, o costume correto é mais significativo do que a ortodoxia, o rito religioso é mais relevante do que o conteúdo de sua religião²⁰⁷.

A vida religiosa costuma variar de acordo com o *darma* (lei ou ética comum), não pode ser entendido como igualdade entre pessoas. O *darma*, como norma que é, trata da responsabilidade que as pessoas têm para com sua família, sua casta e toda a comunidade – responsabilidades desde o nascimento do hindu. Diferente de religiões como o catolicismo, por exemplo, no hinduísmo “[...] os termos *sanatana* e *dharm*a significam mais as obrigações religiosas ideais do que um uma comunidade de fé”²⁰⁸. O contexto religioso funde-se com o social, podendo ser constatado na divisão das tarefas. Um membro de uma casta possui regras diferentes dos de outra. O que é considerado certo para uma casta não é via de regra bom para outra. O costume correto é adotar preceitos e deveres de sua própria casta²⁰⁹.

As três vias de salvação são de grande valor para o hinduísta, no entanto ele precisa cumprir suas obrigações com a família e com a comunidade, conciliando-as. Para o hinduísta, desde o início dos tempos, a vida do ser humano teve sua divisão em quatro estágios úteis para a compreensão, a adoração e os deveres de sua casta – divisão essencial, principalmente para os brâmanes do sexo masculino. Os agricultores e os guerreiros também podem seguir essas vias. No entanto, os quatro estágios da vida simbolizam o ideal que não é praticado por todos²¹⁰.

Quando se torna um pai de família (segundo estágio), o jovem brâmane casa-se, tem filhos, cumpre deveres da casta, obrigações de sacrifício e usufrui das

²⁰⁶ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 54.

²⁰⁷ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 55.

²⁰⁸ COOGAN, M. D. *Religiões, história, tradições e fundamentos da principais crenças religiosas*. São Paulo: Publifolha, 2007, p. 126.

²⁰⁹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 55.

²¹⁰ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 55.

coisas boas da vida – fase que dura até o crescimento dos netos²¹¹. O brâmane chega ao estágio contemplativo da vida (o terceiro) acompanhado só da esposa. Ele vai para um local tranquilo, antigamente era para a floresta, hoje, geralmente, para o monastério ou centro religioso. Os que prosseguem até o quarto estágio da vida se tornam santos andarilhos. Nesta fase, o homem idoso fica perambulando pelas ruas sem casa fixa nem qualquer bem pessoal. Sobrevive de esmolas e passa todo o tempo buscando autoconhecimento. Nesta fase, não possui mais os deveres de casta, e todos os laços externos são rompidos, pois o divino faz dele sua morada²¹².

Existe um grande contraste sobre o papel da mulher na sociedade e o modo como ela é considerada no campo espiritual; ela “tem um lugar preponderante. Porém, ela é dependente do homem. A sorte das viúvas é trágica, pois, sendo ela dependente do homem, na ausência deste, nada lhe resta”²¹³. Nos textos sagrados, homens e mulheres são iguais, assim como as duas rodas de uma carroça. No entanto, na vida prática esta teoria tem sido bem difícil de aceitação. No livro indiano, com normas de dois mil anos, o papel da mulher é viver para o marido ou ajudando-o nos deveres dele e por ele ensinados; é tratada como posse dele. Se solteira, possui um baixo status; casada sem filhos, a situação é bem precária²¹⁴. Em contrapartida, a Índia foi uns dos primeiros países onde uma mulher exerceu cargo de primeiro ministro: Indira Gandhi. Ser membro de determinada casta é um determinante na situação feminina. O culto das inúmeras deusas indianas do sexo feminino também é um fator importante, que auxilia na elevação da consciência das mulheres²¹⁵.

Na crença hindu, montes, bosques, rios, cidades, aldeias e florestas são considerados espaços sagrados – e todo o subcontinente sul-asiático também o é. Milhares de lugares reivindicam um status especial e têm sido visitados por peregrinos durante séculos. Muitos hinduístas têm a crença de conseguir alcançar a libertação visitando um lugar sagrado ou banhando-se num rio sagrado²¹⁶.

Existem vários templos construídos, conforme normas rígidas, voltados para direções auspiciosas específicas, exibindo cosmologia encarnada do hinduísmo; outros foram construídos com coordenação astronômica precisa. Esses templos,

²¹¹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 56.

²¹² Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 57.

²¹³ GLAAB. Acesso em: 01 maio 2016.

²¹⁴ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 57.

²¹⁵ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 57.

²¹⁶ Cf. NARAYANAN, 2009, p. 58.

além de fontes de piedade e poder, são centros econômicos e ainda mantêm um vínculo para atividades culturais; são reproduzidos em novos territórios como uma marca da migração hindu²¹⁷. No calendário hindu, encontram-se tempos auspiciosos e propícios para fazer viagens, começar novos negócios, entrar em casa, casar ou fazer celebrações. Astrologia e horóscopo são comuns na vida do hinduísta. Existem tempos que são bons para todas as pessoas e outros que são específicos para algumas pessoas. Os tempos de mal agouro também são assinalados. Os dias de festival envolvem momentos de festa e jejum; são cheios de cores e alegria e quase sempre associados à festa e ao lazer²¹⁸.

Dentre os deuses mais cultuados, destacam-se: Brahman (alma universal, onisciente e onipotente); Vishnu (divindade solar, preside e conserva a criação; protege a ordem cósmica e sociorreligiosa; é onipresente); Shiva (destruidor, preside a água e o fogo)²¹⁹. “Entre as características comuns do que agora significa “Hinduísmo”, encontra-se a aceitação dos Vedas como revelação divina (shruti)”²²⁰. Na maior parte das aldeias indianas, existe um templo dedicado aos deuses *Vishnu* ou *Shiva*. No entanto, esses deuses são concentrados nas maiores questões universais e são homenageados nos grandes festivais. As pessoas também costumam visitar templos menores, dedicados a divindades com menor importância, que, mesmo menos poderosas (como *Vishnu* e *Shiva*), torna-se mais fácil conseguir maior aproximação delas para problemas de menor importância como os pessoais e de doenças²²¹.

Grande parte deles é de origem humana, podendo ser “heróis que morreram em batalha, ou esposas que se ofereceram para serem queimadas na pira funerária do marido”. Outros deuses podem ser espíritos malignos abandonados por homens maus. Cultuando estes deuses, é possível controlar e neutralizar o mal – assim creem os hinduístas²²²

²¹⁷ Cf. NARAYANAN, 2009, p. 68.

²¹⁸ Cf. NARAYANAN, 2009, p. 68.

²¹⁹ GLAAB, 2016.

²²⁰ USARSKI, 2007a, p. 149.

²²¹ Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 53.

²²² Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 54.

3 IMPACTO DAS RELIGIÕES NAS RELAÇÕES COMERCIAIS: A ÍNDIA EM FOCO

A religião, nos domínios das relações internacionais, é concebida como um ator não-estatal gerador de impacto sobre a realidade do Estado (leis, instituições) e sobre o processo de governabilidade; é potencialmente forte na moldagem de valores, atividades, costumes e preceitos sociais e morais; é a mais antiga atividade cultural e influencia, como sempre o fez com tal vigor, indivíduos e comunidades, os quais são capazes de julgar e condenar quem ouse contestar os seus ensinamentos religiosos²²³. Soares assevera ser falsa a assertiva de alguns teóricos de que vivemos num mundo secular. Para ele, o mundo atual é inegavelmente religioso. Prova disso é a profusão de religiões emergentes no mundo a sustentar a tese de que a religião não ressurgiu porque nunca desapareceu como fenômeno público ou extensão cultural, mas a globalização tem transformado a configuração religiosa no mundo²²⁴.

Nessa conjuntura, as relações comerciais internacionais sofrem impactos quando se trata de países de religião fundamentalista, como a Índia, que tem abalado sobremaneira o mercado internacional ao longo da história, a ponto de empresas de renome no mundo dos negócios mudarem o perfil de seu produto. Exemplo digno de nota é o do McDonald's (empresa famosa pelos sanduíches que produz, em sua grande maioria, com o bife bovino) que, para se inserir no mercado indiano, necessitou se repaginar criando o sanduíche vegetariano, respeitando assim o credo hinduísta de que a vaca é um ser sagrado e o costume dos muçulmanos de não comerem carne de porco²²⁵. O respeito e o empenho da empresa às diferenças culturais do consumidor da Índia rendeu ao McDonald's o elogio do jornal *The Indian Express*²²⁶.

A agroindústria brasileira também optou por seguir essa diretriz com o propósito de manter negociações profícuas com o mercado consumidor estrangeiro. O foco tem sido nos muçulmanos, consumidores de carne bovina e de frangos, mas

²²³ Cf. SOARES, Pedro Gustavo Cavalcanti. Um coeficiente religioso nas teorias das relações internacionais: paradigmas, teóricos e soft power, p. 46-71. In: *Caderno de Relações Internacionais*, v. 3, n. 5. Faculdade Damas, 2012, p. 50.

²²⁴ Cf. SOARES, 2012, p. 50-51.

²²⁵ Sobre este aspecto, baseando-se na revelação de Deus registrada no Alcorão 6: 145, Aisha Stacey explica: "porque certamente é impura". Cf. STACEY, Aisha. Por que o consumo de porco é proibido no Islã? 26 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.islamreligion.com/pt/articles/2513/por-que-o-consumo-de-porco-e-proibido-no-islam-parte-1-de-2/>>. Acesso em: 05 maio 2016.

²²⁶ Cf. ALMEIDA, 2005.

cujo abate deverá ser diferenciado, seguindo criteriosamente certas exigências religiosas, sob as bênçãos de seus credos²²⁷. Em se tratando de islâmicos, o frango (visando à sua morte instantânea) deve ser degolado, posicionado na direção de Meca (cidade sagrada na Arábia Saudita). Antes, porém, o degolador oferece a Alá cada uma dessas aves, pronunciando estas palavras, em árabe: *em nome de Deus*; em seguida, o animal é sacrificado. Essa é uma forma de o animal sofrer o mínimo possível ao servir de sustento para o homem. Aprendendo e respeitando a cultura do outro, as relações comerciais têm sido muito expressivas com os países muçulmanos²²⁸. Reforçando essa condição, os professores e administradores Mariane Verger e Fábio Lotti Oliva afirmam:

para ingressar em mercados globalizados e competitivos, a partir dos anos 90, empresas brasileiras abatedouras de frango como Sadia, Perdigão, Ceval-Seara e Frangosul, vêm encarando como oportunidade de expansão de negócios a adaptação de seus processos e de sua infraestrutura fabril às exigências da prática do Halal, preceito islâmico na produção de certos alimentos. Em um dos abatedouros da empresa de alimentos Sadia, próximo a Uberlândia (MG), 14 mil frangos são sacrificados por dia voltados para Meca, em obediência ao que determina o Alcorão, livro sagrado do islamismo. Atender a essas normas tem contribuído para aumentar a confiança dos muçulmanos nos produtos brasileiros e estreitar as relações comerciais entre o Brasil e os países islâmicos²²⁹.

Enfim, os resultados a que se chegam, após pesquisas inter-, trans- e multidisciplinares e apresentação de exemplo concretos, se convergem para a relevância de se acatar a religião do consumidor (neste caso é o hinduísmo) como variável determinante nas negociações. Principalmente quando há conveniências de negócios em mercados propícios, é preciso atentar-se e atender às peculiaridades e determinações na produção como passo indispensável para garantir o estabelecimento de negociações com países de religiões fundamentalistas, como se verá no subcapítulo a seguir, que foca essa questão especialmente no mercado indiano. Como não se chega a uma relação consolidada entre povos sem se respeitar a ética e a moral que permeiam suas raízes e configuram o homem à sua

²²⁷ Cf. PORTAL BRASIL. *Indústrias brasileiras fazem abate religioso de carnes para garantir mercados estrangeiros*. 29 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2011/01/industrias-brasileiras-fazem-abate-religioso-de-carnes-para-garantir-mercados-estrangeiros>>. Acesso em: 04 maio 2016.

²²⁸ Cf. PORTAL BRASIL, 2011. Acesso em: 04 maio 2016.

²²⁹ WEGER, Mariane; OLIVA, Fábio Lotti. O impacto da religião na gestão dos negócios. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/8semead/resultado/trabalhosPDF/279.pdf>>. Acesso em: 04 maio 2016.

imagem e semelhança, os demais tópicos enveredam-se por esses estudos e, em derradeiro, confronta-os com o capitalismo. Para tal empenho, tomou-se como leituras básicas Robert Henry Srouer (*Ética empresarial*), Wagner Siqueira (*As organizações são morais? responsabilidade social, ética empresarial e empresa cidadã*) e Leonardo Boff (*Fundamentalismo, terrorismo, religião e paz*).

3.1 Fundamentalismo do mercado indiano nas relações internacionais

Entende-se o fundamentalismo como um sistema que não está aberto a questionamentos, cujas práticas são a verdade absoluta, sem sombra de quaisquer dúvidas e, por isso mesmo, quem não professa a mesma fé fica propenso à intolerância. Os fundamentalistas têm a morte como positiva de tal modo que lhes convém morrer pelos seus ideais uma vez que “não fazem necessariamente uma opção contra a vida, eles renunciam ao desejo de viver sobre esta terra, porque acreditam que uma nova vida os aguarda além da morte, na qual todos os seus desejos serão plenamente satisfeitos”²³⁰.

A vida terrena é uma execução de obrigações para transformar as pessoas em fiéis ou suprimir os que não aceitarem essa conversão. O agrupamento ao qual pertencem simboliza a ratificação de sua crença, assegurando-lhes a sua certeza. Conforme Leonardo Boff, questiona-se se os fundamentalistas são capazes de ser felizes em razão de se manifestarem exigentes e de aparência triste. Os fatos ocorridos pesam-lhes os ombros como gravíssimos e muito importantes. O gesto de sorrir para eles diminui a importância das coisas, que pelo fato de serem muito sérias pode acabar em prejudicá-las²³¹.

Na concepção dos fundamentalistas, “a ação política deve ser sempre orientada pela verdade religiosa. A sociedade perfeita é aquela que se submete à verdade religiosa. A partir desse princípio justificam-se intervenções violentas nos Estados independentes e as guerras”²³², uma série de casos de humilhação e de sofrimento, gerando assim as mesmas atitudes dessas pessoas diante dos outros –

²³⁰ ROCHA, Zeferino. A perversão dos ideais no fundamentalismo religioso. Rev. latinoam. psicopatol. fundam. vol.17 no.3 supl.1 São Paulo Sept. 2014. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-47142014000600761>. Acesso em: 28 maio 2016.

²³¹ Cf. BOFF, 2009, p. 56-57.

²³² OLIVEIRA, José Lisboa Moreira de. *Riscos atuais do fundamentalismo religioso*. Disponível em: <<http://www.ucb.br/sites/000/14/Fundamentalismo.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016.

fato que não justifica a tolerância com as pessoas dispostas a destruir a vida humana e o planeta, devendo estes serem objeto de rigoroso controle. Segundo Boff, em muitos povos fundamentalistas não se permitem homicidas de inocentes, crimes contra crianças, comércio de órgãos humanos, exploração de menores, muito menos terroristas que, em nome de sua religião, cometem qualquer crime²³³.

Refletindo sob esse viés, Silas do Carmo Delfino adverte sobre a premência de se entender origem, propósito e modo de articulação do fundamentalismo religioso com o intuito de se ter um panorama de suas ações na “relação com a política internacional dos Estados”²³⁴. Para se efetivarem as relações internacionais, convém que o país envolvido seja profundo conhecedor da radicalidade na interpretação de textos sagrados, levando em conta cada tradição para que não se surpreenda com o fundamentalismo que pode se manifestar até mesmo por ações terroristas, “pois o terrorismo nas relações internacionais constitui um fenômeno cuja especificidade e elemento fundante podem ter causas variadas, e inclusive causas contidas e derivadas do fundamentalismo religioso”²³⁵.

Ivo Pedro Oro entende o fundamentalismo como um conjunto de ações de um grupo de pessoas conservadoras e autoritárias, crenes nos alicerces de sua fé como verdades absolutas sem quaisquer possibilidades de análise de seus textos. Com uma explicação não crítica criam e exibem o seu simbolismo; manifestam seu fervor excessivo característico de um regime totalitário e preconceituoso. Seus adeptos ardorosos geralmente são fiéis de classes mais baixas da população e algumas pessoas da classe média que tiveram maiores mudanças socioeconômicas, as quais são as mais propensas a tal doutrina²³⁶.

Dentre as várias temáticas estudadas nas relações internacionais, uma de grande relevância é o fundamentalismo religioso, em especial nestas primeiras décadas do novo milênio em que as negociações no mundo globalizado se intensificam. Nessa conjuntura, a religião, se não for bem entendida e tratada com muito zelo, é capaz, pela sua força, de bloquear quaisquer transações, impedir as chances de diálogo entre os indivíduos envolvidos. Para os fundamentalistas, “o

²³³ Cf. BOFF, 2009, p. 58-59.

²³⁴ DELFINO, Silas do Carmo. *O estudo da religião nas relações internacionais*. 34p. Monografia. Centro Universitário de Belo Horizonte. Curso de Relações Internacionais. Belo Horizonte-MG, 2010, p. 22.

²³⁵ Cf. DELFINO, 2010, p. 22.

²³⁶ Cf. ORO, Ivo Pedro. *O Outro é o Demônio: uma análise sociológica do fundamentalismo* São Paulo: Paulus, 1996, p. 72-73.

princípio da diplomacia e da negociação não são reconhecidos, e a visão de mundo instituída através do texto considerado sagrado pela tradição religiosa é que prevalece”²³⁷.

Insiste-se: depreende-se, em face do exposto, a grande necessidade de se conhecer o fundamentalismo do mercado indiano antes de se estabelecerem as relações internacionais, principalmente agora com as atenções globais voltadas à Ásia, com o *boom* econômico. “O conjunto de saberes internacionais reunidos e estilizados interdisciplinarmente está, de forma simultânea, no microcosmo humano e no macroambiente das relações externas”²³⁸. Sem esses conhecimentos, as relações internacionais se tornam mais difíceis, em especial quando se está em jogo um país fundamentalista como a Índia. A força do saber internacional “questiona e transforma o Estado, seu papel e suas atribuições, (re)equacionando a lógica de poder entre cidadãos, empresas, unidades subnacionais, sociedade civil e organismos multilaterais”²³⁹. Após a Guerra Fria, houve um reordenamento mundial sobre o qual Samuel Huntington alerta grandes possibilidades de conflitos “e prevê um mundo de divergências mais profundas do que aquelas baseadas em conflitos ideológicos, que seriam substituídos pelas disputas civilizacionais, orientadas segundo linhas culturais, étnicas e religiosas”²⁴⁰.

Nas relações com a Índia, muitas são as dificuldades de entendimento inerentes à história milenar do país, que assimilou distintas culturas de diferentes povos com os quais teve contatos prolongados no todo de sua formação. Entretanto, Berndt e Nunes lembram o quanto o fim da Guerra Fria modificou o sistema internacional. No caso da Índia, “a heterogeneidade cultural, social e religiosa [...] faz do país um verdadeiro caleidoscópio e, portanto, qualquer análise sobre o passado e o futuro do país deve levar em consideração a [sua] história milenar [...]”²⁴¹.

É o que as empresas brasileiras, visando mercados promissores, vêm fazendo: empenham-se na adaptação dos cumprimentos exigidos por parceiros

²³⁷ Cf. DELFINO, 2010, p. 2.

²³⁸ CASTRO, Thales. *Teoria das relações internacionais*. Brasília: FUNAG, 2012, p. 53.

²³⁹ Cf. CASTRO, 2012, p. 54-81.

²⁴⁰ HUNTINGTON, 1997, *apud* DELFINO, 2010, p. 4.

²⁴¹ Cf. BERNDT Priscila Pimont; NUNES, Tiago Estivallet. *A Índia e a nova ordem mundial: do desenvolvimento interno à influência externa*. 11p. Disponível em: <www.ufrgs.br/nerint/folder/artigos/artigo5.pdf>. Acesso em: 05 maio 2016.

fundamentalistas; adotam “políticas do marketing de exportação [...] para conquistar tais mercados e clientes”²⁴².

Não é profícuo, nessas relações, questionar religião, partir para o pensamento lógico, estruturado; mas sim respeitar a postura mais tradicional para países que se dispuseram a abrir as portas de negociações lucrativas no mercado internacional. A própria globalização tem facilitado “a disseminação cultural e o pluralismo religioso”²⁴³.

Se, no passado, a teoria das Relações Internacionais tratava sobretudo da política exterior dos Estados nacionais, as variadas interações e a magnitude dos riscos orientaram o trabalho dos pesquisadores em direção ao marco do sistema internacional global. Assim sendo, os assuntos que mais interessam atualmente são questões como: a estrutura do sistema internacional; as condições básicas para a paz; os fatores condicionantes da política exterior e as decisões que a afetam; os conflitos e as crises; os processos de integração regional e as organizações internacionais²⁴⁴.

Jamais, portanto, se deve negligenciar a força ideacional da religião nas relações internacionais, pois ela tem poder suficiente de instaurar elos indispensáveis no fomento pela paz, pelo diálogo e pela multiculturalidade. Para a construção de um mundo mais justo e equânime não se pode dispensar o “diálogo inter-religioso, a convergência dos ideais universais e comuns a todas as tradições”²⁴⁵. Aliás, “o investimento em diplomacia cultural consiste na resposta aos fundamentalismos e a rejeição das normas e valores da sociedade internacional contemporânea”²⁴⁶.

Berndt e Nunes alertam que “as atuais relações internacionais indianas [...] só podem ser analisadas mediante a compreensão dos acontecimentos durante [principalmente] a década de 90 e os primeiros anos do novo milênio”²⁴⁷. Aquele período foi vigorosamente assinalado pela virada em direção “ao liberalismo econômico (contrariando a tradição protecionista)”²⁴⁸; houve o progressivo impacto do nacionalismo hindu em que se verificaram algumas ascensões para as camadas mais abastadas. Destaca-se, em todo o processo, o papel importante do saber

²⁴² SOARES, 2012, p. 51.

²⁴³ Cf. SOARES, 2012, p. 51.

²⁴⁴ CASTRO, 2012, p. 32.

²⁴⁵ DELFINO, 2010, p. 26.

²⁴⁶ DELFINO, 2010, p. 26.

²⁴⁷ Cf. BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁴⁸ Cf. BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

internacional para poder intervir no mundo, pois ele “amplia nossas visões, redefine quem somos como cidadãos e disseca a forma de analisar e tratar o outro”²⁴⁹.

O mercado de capitais floresceu e Bangalore se transformou numa espécie de 'Vale do Silício' indiano. Conforme Stanley Wolpert, a abundância de brilhantes matemáticos e cientistas da computação ajudou a elevar a economia indiana dos últimos estágios da industrialização a órbitas de comunicação global futurística e tecnologias de satélites guiados eletronicamente, além do poder nuclear. Para o terço mais pobre da população, porém, a abertura só significou maiores dificuldades, principalmente nas crescentes favelas em torno dos centros urbanos. A globalização aumentou a inflação, o desemprego e a desigualdade²⁵⁰.

Mas a Índia “projeta-se como um país de liderança regional e de reinserção na lógica de mercado e de comércio exterior em razão também de sua mão de obra abundante”²⁵¹. No período pós-Guerra Fria foi difícil a instauração do espaço indiano (levando-se em conta os vizinhos asiáticos) na reorganização do espaço mundial. Os principais grandes embaraços com que a Índia confrontou foram: a) o desenlace estabelecido com a União Soviética; b) o decrescente envolvimento com sua metrópole colonizadora, o Reino Unido, o qual passara a pertencer à União Europeia; c) o corte de parcerias comerciais relevantes dos países do Oriente Médio; d) a escalada asiática proveniente da Revolução Científico-Tecnológica²⁵².

Essas grandes forças de pressão resultaram na inevitável guinada indiana, que se viu na iminência de estreitar laços, primeiramente, com países da Ásia. Como se vê, as complexidades peculiares da Índia em seu todo precisam ser consideradas²⁵³. E, dentre elas, a própria dimensão territorial do país (3.287.263 km²; 2,4% do território mundial) onde se concentra a segunda maior população do planeta (1.028 bilhões de habitantes segundo o censo de 2001), onde são faladas 17 línguas oficiais (incluindo-se o inglês e o híndi), sem contar as centenas de dialetos. É um país, todavia, que, pela tradição, não opta pelo uso de forças militares. Sua imposição se faz nos âmbitos cultural e econômico²⁵⁴.

²⁴⁹ Cf. CASTRO, 2012, p. 53.

²⁵⁰ BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁵¹ CASTRO, 2012, p. 227.

²⁵² Cf. BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁵³ Para maior aprofundamento sobre o tema, sugere-se a leitura da obra *Conhecendo o Hinduísmo*, de Vasudha Narayanan, algumas vezes mencionada nesta dissertação. O texto penetra no cerne do hinduísmo e está organizado a partir de nove temas fundamentais: “origens e desenvolvimento histórico, aspectos do divino, textos sagrados, pessoas sagradas, princípios éticos, espaço sagrado, tempo sagrado, morte e vida após a morte, e sociedade e religião”. NARAYANAN, 2009.

²⁵⁴ Cf. BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

O pós-Guerra Fria levou o país a construir e reconstruir alianças para emparelhar-se ao dragão chinês. Esmoreceu-se a tríade Paquistão/Estados Unidos/China, que se defrontava com a dupla Rússia/Índia, diante da reorganização no continente asiático. Desfeita a dupla, os Estados Unidos estabeleceram relações mais igualitárias com os países da Ásia²⁵⁵. Como consequências de tal histórico, a Índia (agora, aliada basilar dos norte-americanos) tem controlado os extremismos de caráter religioso-nacionalista e gerado um vertiginoso desenvolvimento autossustentável: “o combate à fome, ao analfabetismo e a busca por melhores condições de vida. [...] em parte, graças aos amplos avanços tecnológicos que o país tem conseguido obter”²⁵⁶. Mas há ainda uma trajetória pela frente e que não dispensa a ética em suas relações organizacionais como possibilidade de um convívio harmônico e profícuo para as partes envolvidas.

3.2 Ética e moral nas relações com a Índia

Na perspectiva de Oro, para a religião não existe diferença entre o ético e o religioso. As regras ou os princípios morais são considerados pertencentes à religião da mesma forma que os sacrifícios e as orações. O ser humano é responsável por todas as suas ações, assim como seus rituais, ações morais, sociais e políticas²⁵⁷. Marilena Chaui, estudando a história da ética, percebeu que ela está intrinsecamente ligada aos mecanismos de se evitar, diminuir ou controlar a violência – o que sempre levou às formações sociais e culturais instituírem “conjuntos de valores éticos como padrões de conduta, de relações intersubjetivas e interpessoais, de comportamentos sociais que pudessem garantir a integridade física e psíquica de seus membros e a conservação do grupo social”²⁵⁸. Sob o domínio da ética, pessoas devem ser tratadas como pessoas, e não como coisas. A condição de sujeito rejeita qualquer tipo de manipulação. As normas éticas, por sua vez, impõem “limites e controles ao risco permanente da violência”, inclusive nas relações organizacionais²⁵⁹.

²⁵⁵ Cf. BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁵⁶ Cf. BERNDT; NUNES. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁵⁷ Cf. ORO, 1996, p. 34.

²⁵⁸ Cf. ORO, 1996, p. 34.

²⁵⁹ CHAUI, 2000, p. 432.

Apesar de todas as suas diferenças religiosas ou culturais, pode haver um senso comum em situações práticas na vida social como mudanças importantes conquistadas “em questões de desarmamento, poluição ambiental ou no relacionamento entre ricos e pobres”²⁶⁰. A fundamentação da ética hindu são as lições sagradas védicas que entendem Brahman como o “Ser” interior que habita o homem para além da psicofísica, já que se trata de algo divino, que difere do físico, dos sentidos, da mente e da energia vital. Entende-se que o Ego do homem extrapola o seu Ser por ser tão somente uma ideia. A base da concepção ética hindu professa que, quando o indivíduo machuca o outro, ele machuca a si próprio; logo, ninguém deve ferir ninguém. Ademais, uma das virtudes morais dos hindus é manter uma virtuosa imagem da família; o casamento, por sua vez, transcende a união entre um homem e uma mulher: é, pois, um laço entre famílias²⁶¹.

Nas relações organizacionais a união de pessoas de convicções variadas, mas com semelhanças éticas, pode unir forças na solução de questões de interesse comum universal²⁶². Não é à toa que a globalização e a reestruturação competitiva de mercado requerem um comportamento ético das organizações no sentido de, pelo respeito, converter seus propósitos em práticas efetivas de sucesso, nas quais se pode verificar tanto satisfação e motivação dos profissionais quanto resultados compensadores nas negociações²⁶³.

Se a globalização dos mercados derrubam barreiras comerciais e fronteiras políticas, a transnacionalização das empresas obrigam seus executivos a negociarem cada vez mais com representantes do poder político local, os legislativos, com órgãos reguladores mais severos e atentos. Se as comunidades abrem suas portas ao consumo e franqueiam seus mercados, cobram das empresas, por outro lado, retribuição social, ética no relacionamento, respeito às suas leis, ao meio ambiente, aos consumidores de seus produtos²⁶⁴.

Dependendo do comportamento dos negociadores, sua reputação torna-se vulnerável a riscos nas relações de trabalho prejudicando empresa e transações comerciais. Convém, pois, às empresas associarem-se “cada vez mais a sua capacidade de adotar e aperfeiçoar condutas marcadas pela seriedade, humildade,

²⁶⁰ Cf. CHAUI, 2000, p. 433.

²⁶¹ SÍNTESE DO HINDUÍSMO. Acesso em: 01 maio 2016, p. 7-14.

²⁶² Cf. GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 283.

²⁶³ SIQUEIRA, 2014, p. 15.

²⁶⁴ SIQUEIRA, 2014, p. 16.

justiça e pela preservação da integridade e dos direitos das pessoas”²⁶⁵. Toi e Carmo comentam sobre a necessidade de, nas relações organizacionais, as empresas pautarem-se pela ética para se manterem no mercado dos negócios. Alertam que, “por trás de qualquer decisão, de qualquer erro ou imprudência estão seres de carne e osso. E são eles que vão viver as glórias ou o fracasso da organização”²⁶⁶. Por sua vez, atitudes antiéticas denigrem marca e imagem de empresas. Os autores arrolam exemplos de condutas antiéticas, como: “contratação de pessoal do concorrente para obter informações”²⁶⁷; subfaturação do produto do concorrente; violação do meio ambiente; publicidade enganosa, abusiva ou escandalosa; venda de sonhos em vez de produtos; e outros ²⁶⁸.

Castro menciona que Boutros Boutros-Ghali, ex-Secretário-Geral da ONU, propõe uma significativa revisão da ONU com ênfase na relevância de cada Estado na elaboração “de uma profunda e nova ordem mundial sob a égide da transparência, da cooperação, da ética e da moralidade internacionais”²⁶⁹. Ao se remeter ao sistema jurídico internacional, o autor afirma ser perfeito em suas atribuições, coeso e representante da “forma de regulação dos Estados na esfera internacional”²⁷⁰.

Para que se possa realizar negociações sem conflitos ou menos conflituosas, compete, pois, às relações organizacionais sempre trilharem pelos caminhos da ética e da moral, e muito tato nas relações comerciais com os hinduístas que geram confronto entre o mundo capitalista, a moral e a ética. Antes, porém, é conveniente aprofundar mais nesses conceitos para averiguar suas distinções.

3.2.1 Diferenciando conceitos

A despeito de não terem o mesmo sentido, é de praxe não se distinguirem os termos ética e moral. Enquanto este se refere à conduta real, aquele diz respeito aos preceitos e juízos provocadores destas ações. Em resumo: ética é a teoria/filosofia

²⁶⁵ SIQUEIRA, 2014, p. 17.

²⁶⁶ Cf. TOI, Carmen Steiner; CARMO, Eliane Rodrigues do. *A importância do comportamento ético nas organizações*. 2014. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIseminario/trabalhos/a%20import%C3%A2ncia%20do%20comp.%20%C3%A9tico%20nas.....pdf>>. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁶⁷ TOI, 2014. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁶⁸ Cf. TOI, 2014. Acesso em: 05 maio 2016.

²⁶⁹ Cf. CASTRO, 2012, p. 343.

²⁷⁰ Cf. CASTRO, 2012, p. 349.

moral; moral, a prática. Conforme Houtart, “Todo mundo tem uma moral, pois todos praticam ações que podem ser examinadas eticamente. Mas nem todo mundo já levou em consideração a ética. Examinar questões éticas pode resultar na elevação de nossa moral”²⁷¹. Para os hinduístas, o homem que trilha pelas três vias de salvação instigado por interesses pessoais, não se libertará, e sim apenas movido por uma postura despojada, de autoentrega e de doação ao Ser Supremo²⁷². Verifica-se aí o comprometimento ético da religião hindu, que “consiste em quatro noções: é preciso aspirar à virtude, mesmo em detrimento de certos bens materiais; a virtude é a prática da não-violência; tem que sofrer pelos outros; e os vícios conduzem ao destino demoníaco que é a vida transmigrante”²⁷³. O hinduísta pauta-se também pela moral procurando levar uma vida conforme os ditames dos rituais e obrigações religiosas, em simetria com o Cosmo e a vigência de seu código²⁷⁴.

Mas, na verdade, o que leva à confusão entre os termos ética e moral pode-se explicar pela tradição filosófica que os tratava como sinônimos. Traduziu-se o termo *éthicos* para o latim como *moralis* (de *mores* = usos, costumes); entretanto, não se entende ética nem moral assim²⁷⁵. Ernest Tugendhat verifica que, “na ética aristotélica, não apenas ocorre o termo *éthos* (*com* e *longo*), que significa propriedade do caráter, mas também o termo *éthos* (*com* e *curto*), que significa costume, e é para este segundo termo que serve a tradução latina”²⁷⁶.

O termo *moralis*, por sua vez, em latim, “veio então a ser quase um termo técnico, que não permite mais pensar muito em costumes, mas que foi empregado exclusivamente em nosso sentido de ‘moral’”²⁷⁷. Para o autor, os dois termos são intercambiáveis, indistintos; todavia, refletindo com mais apuro, ele apresenta um tênue discernimento, afirmando: “uma outra definição terminológica possível do termo ‘ético’ é, diferenciando-o do termo moral, compreendê-lo como a reflexão filosófica sobre a moral”²⁷⁸.

²⁷¹ HOUTART *apud* GAARDER; HELLERN; NOTAKER, 2013, p. 284.

²⁷² FOLLMANN; SCARLATEL, 2006, p. 28.

²⁷³ RELIGIÕES. *Islamismo, Judaísmo, Budismo, Hinduísmo e Cristianismo*. 37p. Disponível em: <<http://ensinoreligiosonreapucarana.pbworks.com/w/file/attach/82875082/RELIGIOES.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016, p. 28.

²⁷⁴ VALERA, Lúcio. A vida bem-sucedida no hinduísmo. 9p. In: *Anais do V Congresso da ANPTECRE “Religião, Direitos Humanos e Laicidade”* v. 05, 2015, p. 3.

²⁷⁵ VALERA, 2015, p. 4.

²⁷⁶ TUGENDHAT, Ernst. *Lições sobre ética*. Petrópolis-RJ: Vozes, 1996, p. 35.

²⁷⁷ TUGENDHAT, 1996, p. 36.

²⁷⁸ Cf. TUGENDHAT, 1996, p. 41.

Em se tratando de Estado como tomador de decisão, moralidade e ética são tomados como conteúdos de teor abstrato, mas que podem se flexibilizar se postos em prática de casos concretos, pois, ainda que os problemas se diferenciem entre teóricos e práticos, no âmbito da moral, eles se mesclam, se interligam de modo que, amiúde, um invoca a outro, ora por via da prática ora da reflexão, tornando-se complicado diferenciá-los. Há autores, por exemplo, que não os diferenciam; para eles há “um mesmo sentido, substancialmente idêntico, como ciência prática que tende a procurar pura e simplesmente o bem do homem”²⁷⁹. Ética, para eles, como o é para outros tantos autores, é “a ciência voltada para o estudo filosófico da ação e conduta humana, considerada em conformidade ou não com a reta razão”²⁸⁰; entretanto, suas opiniões são contundentes no sentido de que, embora reconhecerem que seja comum tratá-los como se fossem um só conceito, os dois conceitos têm suas distinções peculiares²⁸¹. Os dois conceitos não podem ser descartados quando se trata de negociação internacional com países onde predomina o fundamentalismo religioso, como é o caso da Índia.

Enquanto a moral regulariza e sinaliza a prática das pessoas, a ética teoriza o projeto que subjaz à moral e condutas a esta pertinentes. Essas duas direções distintas derivam esferas também distintas; daí se infere ética como ciência da moral. Esta, objeto daquela. Enquanto *ser ético* denota “refletir sobre as escolhas a serem feitas, importar-se com os outros, procurar fazer o bem aos semelhantes e responder por aquilo que se faz”²⁸², *ser moral* fica no plano do “agir de acordo com os costumes e observar as normas coletivas”²⁸³.

Não raras vezes, a expressão “comportamento ético” é utilizada, quando, em tese, se deveria dizer “comportamento moral” – fato que demonstra, também, a não distinção de uso entre os termos moral e ética. Moral é toda uma gama de preceitos, regulamentos e valores – considerados como patrimônio conveniente de direções acerca da forma de comportamento em prol de uma vida ideal e equânime – que as gerações transmitem uma a outra, sucessivamente. Ética é reflexão, princípio filosófico, a respeito das questões morais. Se a moral questiona “o quê” fazer; a

²⁷⁹ ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de et al. *Fundamentos de ética empresarial e econômica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003, p. 41.

²⁸⁰ ARRUDA et al., 2003, p. 41.

²⁸¹ ARRUDA et al., 2003, p. 41.

²⁸² SROUR, 2013, p. 62.

²⁸³ Cf. SROUR, 2013, p. 62.

ética fica no “por quê” fazer, reflete sobre o agir²⁸⁴. Mais uma vez reitera-se sobre a necessidade de reflexão sobre esses conceitos para evitar situações indesejadas no comércio internacional.

Os princípios da ética assessoram o homem a efetivar sua autonomia diante de contextos que requerem seu posicionamento, como ser livre de fazer escolhas; a ética lhe aponta um direcionamento, faculta-lhe razões para certas escolhas mediante reflexão e respeito dos conceitos básicos abonadores ou rejeitadores do agir humano²⁸⁵. Para Marilena Chaui, ética é o “estudo dos valores morais (as virtudes), da relação entre vontade e paixão, vontade e razão; finalidades e valores da ação moral; ideias de liberdade, responsabilidade, dever, obrigação, etc.”²⁸⁶. Quando há ética, “a ação é realizada pela vontade guiada pela razão para alcançar o bem do indivíduo, sendo este bem as virtudes morais (coragem, generosidade, fidelidade, lealdade, clemência, prudência, amizade, justiça, modéstia, honradez, temperança, etc.)”²⁸⁷.

Atenta-se para a compreensão de que a ética não é um bem exclusivo de um homem, mas dos homens em sociedade, em suas instâncias práticas, em suas obrigações no tocante aos outros; é um mecanismo de procedimento das responsabilidades sociais, dos deveres para se alcançar objetivos particulares e coletivos a que se dispõe; é o ideal de não se desviar dos propósitos defendidos como supostamente corretos para salvaguardar a dignidade humana; vai muito além do que um conjunto estipulado de normas e códigos, embora estes sirvam de orientação/reflexão para o procedimento ético²⁸⁸.

O comportamento ético não decorre de um cerceamento; é algo mais profundo, mexe com a reflexão e com a sensibilidade do homem, com o seu querer trilhar por este ou aquele caminho²⁸⁹. A “ética está associada à questão do eu: se não compreendermos a unidade entre a alma universal e a alma individual (Hinduísmo), nenhum mandamento, nenhuma regra, nenhum acordo, nenhuma lei, nenhum contrato será eficaz”²⁹⁰.

²⁸⁴ Cf. CORTINA, Adela; MARTÍNEZ, Emilio. *Ética*. São Paulo: Loyola, 2005, p. 20.

²⁸⁵ Cf. CORTINA; MARTÍNEZ, 2005, p. 20.

²⁸⁶ CHAUI, 2000, p. 69.

²⁸⁷ CHAUI, 2000, p. 39.

²⁸⁸ Cf. PASSOS, Elizete. *Ética nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2006, p. 98.

²⁸⁹ Cf. PASSOS, 2006, p. 98.

²⁹⁰ FOLLMANN; SCARLATEL, 2006, p. 23.

Como a moral se relaciona a valores, costumes e normas, em certas conjunturas esses preceitos são válidos, direcionam o que convém se efetivar e o modo de fazê-lo em determinada sociedade. Tais preceitos “evoluem ao longo do tempo e possuem fortes diferenças em relação às normas de outra sociedade e de outra época histórica”²⁹¹. Na Índia, por exemplo, “o hinduísmo é centrado sobre uma variedade de práticas que são vistos como meios de ajudar o indivíduo a experimentar a divindade que está em todas as partes, e realizar a verdadeira natureza de seu Ser”²⁹². Tem-se aí a moral, que estabelece um código do que é certo e do que é errado. A ética é atemporal e atópica: são princípios eternos e independentes de qual seja a sociedade. Conforme Kant, “a ética deve corresponder, de modo perene, às razões mais íntimas do verdadeiro humanismo”²⁹³.

Ao se remeter à conduta ética, faz-se necessário “consciência e responsabilidade”, as quais, consoante Chauí, “são condições indispensáveis à vida ética” que sinalizam para a ação do bem ou advertem para a ação do mal²⁹⁴; infere-se haver um gestor cômico, “aquele que conhece a diferença entre bem e mal, certo e errado, virtude e vício, e que se reconhece como capaz de julgar o valor dos atos e das condutas e de agir em conformidade com os valores morais, sendo responsável por suas ações”²⁹⁵.

Viver com ética é pautar-se pela excelência do agir de forma virtuosa. Por isso, não é plausível compreender ética tão somente como um rol de regulamentos de coerções insensíveis e abstratas. Seria simplório demais. O agir ético pressupõe a formação de uma consciência crítica subjacente ao controle da ação. “Com o processo de reflexão ética, tem-se um aumento dos recursos para tomada de decisões acerca do que deve ser feito”²⁹⁶.

²⁹¹ CLAVO, Luis Carreto. *Aristóteles para executivos: como a filosofia ajuda na gestão empresarial*. São Paulo: Globo, 2008, p. 120.

²⁹² O HINDUÍSMO. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/224764567/O-Hinduismo-pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016.

²⁹³ KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. Trad. Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 2000, p. 6.

²⁹⁴ Cf. CHAUI, 2000, p. 337.

²⁹⁵ NEVES, Rose Irene Souza; ZAGO, Celia Cristina. *Ética na organização: uma construção reflexiva coletiva*. 16p. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGeT). Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/491_Artigo%20etica%20final.pdf>. Acesso em: 09 maio 2016, p. 3.

²⁹⁶ Cf. NEVES; ZAGO. Acesso em: 09 maio 2016, p. 07.

Lembra-se que a reflexão não é privilégio de filósofos, mas encargo a ser efetivado por qualquer homem; afinal, este vive em sociedade, por isso toma sempre atitudes como ser social que é. Suas ações, portanto, devem preceder a consciência de que não infrinja o outro²⁹⁷. Para Aristóteles, o homem como animal político que é, tende à felicidade, e, na busca desta, encadeia muitas ações, mas não pode esquecer que o que articula está na circunscrição da *polis* (cidade). Nessa diretriz, de convivência com seus pares, exterioriza virtudes e vícios, que não devem infringir o bem viver comum²⁹⁸. Para a ética aristotélica, a vida humana se processa objetivando o bem-estar, o qual se atinge pela prática de atos justos e racionais, no convívio em comunidade. Cada ato envolve escolhas quase sempre voluntárias, diferentes do impulso, que são atos involuntários do momento, sem ser escolhidos, ações que resultam de um apetite. Já “a escolha envolve um princípio racional e o pensamento, ela é aquilo que se coloca diante de outras coisas, é, portanto, um ato político”²⁹⁹.

Tanto o agir depende da pessoa quanto o não agir – o que significa dizer que a escolha entre virtude e vício, prática do bem ou do mal, é pessoal. A igualdade, sendo fruto de uma escolha, é uma virtude associada à prudência. Hodiernamente, o conceito de prudência se agrega ao exagero de cautela e precaução, considerando as eventualidades em que o homem necessita decidir sobre muitas questões. Nesse caso, “ele ‘pensa duas vezes antes de agir’, quando age. Se as circunstâncias se revelam arriscadas ou comprometedoras, ele prefere se abster de tomar uma decisão; ele prefere ‘não se envolver’”³⁰⁰.

Como ética reporta-se ao discernimento do agir, as relações organizacionais carecem de estabelecimento de preceitos éticos e de moralidade, de posicionamentos estratégicos “como uma experiência positiva, que pode proporcionar satisfação e realização por si mesma, e não como um conjunto de sanções que limitam e ameaçam pessoas em seus cargos”³⁰¹.

²⁹⁷ Cf. NEVES; ZAGO. Acesso em: 09 maio 2016, p. 08.

²⁹⁸ Cf. ROCHA, Narcisa Ferreira Lima. *O agir ético segundo Aristóteles*. 98p. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza-CE, 2009, p. 11.

²⁹⁹ Cf. ROCHA, 2009, p. 27.

³⁰⁰ Cf. SPINELLI, Priscilla Tesch. *A prudência na ética nicomaqueia de Aristóteles*. São Leopoldo-RS: Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS/ANPOF), 2007, p. 9.

³⁰¹ AGUILAR, Francis J. *A ética nas empresas: maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996, p. 53.

3.2.2 Relações organizacionais: padrão ético e de moralidade

Como o homem tem condições de refletir e reavaliar seu posicionamento, pode redirecionar o rumo de suas ações num processo permeado de dinamismo. Dessa forma, ele é o único que pode agir com ética na sua vida pessoal e nas organizações, uma vez que o contato com estas é mediatizado por pessoas. Assim sendo, é crucial que as empresas mantenham princípios éticos e se pautem por eles, harmonicamente. Desse modo, não cabe ao indivíduo agir conforme seus interesses particulares, pois a ética é desinteressada³⁰². Mas, em relação ao padrão ético e de moralidade nas relações organizacionais, as opiniões se divergem.

De acordo com Siqueira, as organizações não têm (ou não tinham, até bem pouco tempo) suas ações baseadas em deveres morais, mas na procura da realização de seus interesses pessoais. O autor afirma que a empresa “tem centros de custos e de lucros”³⁰³. Não possui qualquer sentimento ou ética, apenas objetiva atingir um resultado financeiro positivo, ficando óbvia a sua ausência de moral e de ética. A empresa, portanto, para ele, não é moral, tem no econômico a sua razão de existir, ou seja, visa lucro. Diz ainda: “não adianta culpar o leão por ser carnívoro, isso faz parte da sua natureza. A busca do lucro faz parte da natureza da organização”³⁰⁴.

As ações das empresas não possuem dever moral, são movidas por interesse. Aliás, essa é uma característica do ser humano: agir por interesse. Procura-se a intermediação entre as pessoas que trabalham e gerenciam as organizações. Já que não existe moral nas organizações, deve existir então uma construção da moral na empresa através das pessoas que trabalham nela³⁰⁵. Para sustentar a tese de Siqueira, o exemplo de Srour vem a calhar:

um funcionário desiludido da Nike levou a um consultor ambiental do Centro de Recursos e Ação junto a Transnacionais um relatório interno sobre as condições de trabalho no Vietnã. O relatório revelava que carcinógeno tolueno estava presente no ar das fábricas 177 vezes acima do nível permitido, e que mais de 75% dos trabalhadores tinham doenças respiratórias. Esses trabalhadores não sabiam que os produtos químicos que usavam na montagem dos tênis eram tóxicos. A história foi parar do

³⁰² Cf. TOI; CARMO, 2014, Acesso em: 05 maio 2016.

³⁰³ SIQUEIRA, 2014, p. 232.

³⁰⁴ SIQUEIRA, 2014, p. 233.

³⁰⁵ Cf. SIQUEIRA, 2014, p. 234-238.

The New York Times, obrigando a Nike e outros fabricantes de tênis a modificar suas práticas³⁰⁶.

O ponto de vista de Siqueira não encontra respaldo em muitos autores como se observa na sequência deste texto. Para Andrade, com o processo de globalização, a ética emergiu em face de uma sociedade, que conhece o código do consumidor e cobra os seus direitos; da imprensa sempre atenta a quaisquer deslizes de pessoas físicas e jurídicas; das demandas dos mercados internacionais, que sofrem pressões externas para se amoldar às inovadas reivindicações dos clientes. “Assim, passou-se a estudar e a empregar a ética empresarial como uma das vertentes da ética aplicada”³⁰⁷.

Convém, *a priori* discernir: *ética empresarial* ou *ética nos negócios* ou, de modo mais abrangente, *ética organizacional* ou *ética nas organizações* são expressões engendradas nas empresas/organizações (entidades lucrativas), a fim de particularizar a ética nesse *locus* e/ou nesse *modus operandi*. Trata-se, pois, do comportamento dessas instituições e, em consonância aos preceitos de moralidade, seguir o regulamento do bom procedimento acatado pela coletividade³⁰⁸. Isso implica a manutenção de posturas fundamentadas em conceitos éticos e morais, envolvendo desde os dirigentes ao funcionário de mais baixo escalão, porém (sublinha-se) com característica utilitária; são procedimentos cotidianos que não ficam no âmbito do pensamento filosófico ideal. Concerne, portanto, a essa ética o “conjunto de princípios, valores e padrões que regula o comportamento das atividades da empresa do ponto de vista do bem ou do mal”³⁰⁹.

Tal regulamento não deve ser tomado como modo de coação, mas como instância favorável para valorização pessoal, para o crescimento da autonomia do sujeito a fim de capacitá-lo a realizar suas escolhas, integrando as funções da organização, envolvendo-se como colaborador e, assim, contribuindo para o estabelecimento de um ambiente propício às circunstâncias de sustentação da conduta ética. Nessa lógica, uma empresa responsável é “aquela que apresenta lucro, mas a que também oferece um ambiente moralmente gratificante”; nela, sua

³⁰⁶ SROUR, 2013, p. 165.

³⁰⁷ Cf. ANDRADE, Zilda Aparecida de Freitas. *A gestão da Ética Organizacional: possibilidade de atuação dos profissionais de comunicação organizacional e relações públicas*. 15p. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba-PR, 4 a 7 de setembro de 2009, p. 6.

³⁰⁸ Cf. ALONSO, Félix Ruiz et al. *Curso de ética em administração*. São Paulo: Atlas, 2006, p. 147.

³⁰⁹ Cf. ALONSO, 2006, p. 147.

clientela pode “desenvolver seus conhecimentos especializados e também suas virtudes”³¹⁰.

Em toda organização ética, a autonomia do sujeito é respeitada. Em vez de coerção, o diálogo, a orientação, o estímulo à habilidade crítica e criadora. Para tanto, não faltam políticas claras e responsáveis propiciadoras da ética e por esta regulada para atingir os alvos organizacionais e os das partes envolvidas com vista à formação de uma sociedade mais igualitária, justa e humana. Há, porém, organizações que privilegiam o marketing da ética em detrimento da implementação de uma filosofia organizacional³¹¹. Essa não é a empresa ética, embora pareça ser. Sob essa lógica, vem a crítica de Siqueira: “a empresa agora, com seus programas pretensamente moralistas e pseudoéticos, pretendem praticar e impor o totalitarismo de suas vontades, um quase monopólio ideológico na sociedade globalizada em que vivemos nos tempos presentes”³¹². Em contrapartida, Gracioso adverte: “o comportamento ético não se mede apenas através da mensagem comercial, mas, sim, através dos atos da empresa, em todos os sentidos”³¹³.

Outrossim, sob a ótica de Aguilar, “nenhum programa ético, por mais bem elaborado que seja, pode ter sucesso se os indivíduos que dele participam não dão nenhum valor a preceitos éticos básicos”³¹⁴. Ocorrem, também dúvidas, em certos casos geradores de discórdias, em que a empresa precisa tomar atitudes graves, como ter de violar certos valores pessoais em detrimento da razão ética, que atende aos interesses gerais. Esclarece-se tal adversidade, com mais um exemplo de Srour:

em 1989, motivada pelo acidente ocorrido com o petroleiro Exxon Valdez, no Alasca – vazamento que causou um dos piores acidentes ecológicos da história e que teve no capitão do navio, embriagado, um dos principais responsáveis –, a empresa norte-americana Exxon Corporation decidiu aplicar um exame de drogas e álcool a seus funcionários. Todas as filiais da empresa pelo mundo afora tiveram que instituir o teste, com a recomendação de que fossem respeitadas as normas legais de cada país. Afinal de contas, a legislação diferenciada poderia gerar dúvidas quanto à aplicação prática. Acontece que, na maior parte dos países, a legislação vigente mostrou ser absolutamente favorável à adoção³¹⁵.

³¹⁰ Cf. ARRUDA et al. 2003, p. 57.

³¹¹ Cf. ARRUDA et al. 2003, p. 58.

³¹² Cf. SIQUEIRA, 2014, p. 238.

³¹³ GRACIOSO, Francisco. Ética: uma revolução silenciosa está mudando o país. In: *Marketing*, São Paulo, v. 38, n. 375, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.revistamarketing.com.br/matéria/index.php?secao=imprimir&id=173>>. Acesso em: 10 maio 2016, p. 3.

³¹⁴ AGUILAR, 1996, p. 113.

³¹⁵ AGUILAR, 1996, p. 113.

Verifica-se, por esse exemplo, que a empresa, em sua decisão, optou pela garantia de um local de trabalho ausente de drogas, ainda que pudesse constringer peculiaridades de parte de funcionários que eventualmente tivesse problemas de saúde de submeter-se aos testes determinados. Nesse caso, a razão ética sobrepôs-se, a fim do estabelecimento do bem geral³¹⁶. Com efeito, primar-se pela “excelência ética” não é simplesmente elaborar programas/códigos de ética, mas viver a ética – condição *sine qua non* de sobrevivência das organizações. Hoje, elas não podem se restringir a seus encargos econômicos e legais; compete-lhes, na mesma medida, o comprometimento ético, moral e social – é o que a sociedade lhes tem exigido³¹⁷. Por conseguinte, mais do que as negociações, o investimento ético na comunidade é cabal, como bem expressa, na informalidade, Carmona:

[...] se você não atuar de maneira íntegra, ecologicamente correta, socialmente aceitável, provavelmente sua marca não sobreviverá. As pessoas, hoje, esperam muito mais do que preço e qualidade, elas querem utilizar uma marca que seja respeitada e admirada no mercado. Daí a importância que se tem dado à ética nas organizações³¹⁸.

Se outrora as empresas primavam por capital e lucro ainda que de modo arbitrário, hoje, o seu patrimônio medular diz respeito à cultura, dignidade e transparência no seu desempenho mercadológico. Atitude ética empresarial virtuosa implica lucro, e não prejuízo, embora pareça o inverso porque, de início, há gastos. Estes, porém, são retornados em forma de lucro, conquista de reputação corporativa e de boa imagem da empresa, estampada em propostas de emprego, prestação de serviços, contribuições sociais, investimento ecológico e outros³¹⁹. Assim como Karl Marx procurou submeter a economia a uma ordem moral, da mesma forma as empresas na atualidade pretendem fazê-lo através da “responsabilidade social, da empresa cidadã, da ética empresarial, do desenvolvimento sustentável e do voluntariado solidário”. Não é possível modificar a sociedade sem antes modificar a si próprio³²⁰. Há muito o que se refletir sobre a ética nas relações empresariais,

³¹⁶ Cf. TOI; CARMO, 2014.

³¹⁷ Cf. TOI; CARMO, 2014.

³¹⁸ CARMONA, Rogério. *Chega de ser chefe: um caminho rumo à liderança*. São Paulo: Meca, 2008, p. 84.

³¹⁹ CARMONA, 2008, p. 85.

³²⁰ Cf. SIQUEIRA, 2014, p. 235.

principalmente, no caso desta dissertação, com os indianos, que abriram as portas para o capitalismo, o qual se confronta com muitos dos valores hindus.

3.2.3 Confronto entre capitalismo e ética nas relações comerciais com hinduístas

Na sociedade pós-industrial ou da informação, surgida da independência política do Terceiro Mundo e da oligopolização mercadológica, as empresas multinacionais, ou melhor, transnacionais, acondicionaram a sede em seu próprio país e expandiram suas unidades de produção a outros, subdesenvolvidos, nos quais custo de mão de obra, incentivos fiscais, matéria-prima e mercado consumidor eram/são obtidos a baixo custo. Com o tempo, esses países se industrializaram, como o correu com Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul e posteriormente, com Cingapura, Taiwan, Coreia do Sul e Hong Kong³²¹. Com as novas tecnologias de comunicação e de transporte, emergiu uma economia global configurando “como consumo, circulação, trabalho, matéria-prima, tecnologia e mercado [que] funcionam em escala mundial, daí chamarmos de globalização esse processo de fortalecimento do capitalismo desde a última década do século passado”³²².

A economia se ajoelha aos fluxos informacionais para garantir poder. Só pode quem sabe; só sabe “quem domina e controla suas tecnologias”³²³. Do contrário, é banido do mercado. A Índia, hoje, se encontra entre os “produtores de alto valor, que mantêm seus negócios com base no trabalho informacional: centros industriais de alta tecnologia (informática, biotecnologia, robótica, telecomunicações, aeroespaciais, etc.)”³²⁴. Bangalore é prova disso, ao lado de “Campinas e São José dos Campos (Brasil), Vale do Silício (Califórnia, Estados Unidos)”³²⁵.

Isso posto, como manter a ética nas relações comerciais com os hinduístas, em meio a um capitalismo, por natureza, tão brutal? Benjamin Franklin, a despeito de ter vivido no século XVIII, pode responder com a seguinte lição:

³²¹ Cf. SIQUEIRA, 2014, p. 235.

³²² Cf. DO CAPITALISMO comercial à revolução do conhecimento. Capítulo 1. 38p. In: *O capitalismo e a organização do espaço globalizado*. Disponível em: <<https://geojurista.files.wordpress.com/2015/02/apostila.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2016, p. 16.

³²³ DO CAPITALISMO, 2015. Acesso em: 11 maio 2016, p. 17.

³²⁴ DO CAPITALISMO, 2015. Acesso em: 11 maio 2016, p. 17.

³²⁵ DO CAPITALISMO, 2015. Acesso em: 11 maio 2016, p. 18.

lembra-te de que tempo é dinheiro. Aquele que pode ganhar dez xelins por dia por seu trabalho e vai passear, ou fica vadiando metade do dia, embora não dependa mais do que seis pence durante o seu divertimento ou vadiação, não deve computar apenas esta despesa; gastou, na realidade, ou melhor, jogou fora, cinco xelins a mais.

Lembra-te de que crédito é dinheiro. Se um homem permite que seu dinheiro permaneça em minhas mãos por mais tempo do que é devido, ele me concede os juros, ou o quanto eu possa fazer com ele durante este tempo. Isto atinge uma soma considerável, quando um homem tiver um bom largo crédito, e fizer bom uso dele.

Lembra-te de que o dinheiro é de natureza prolífera, procriativa. O dinheiro pode gerar dinheiro e o seu produto pode gerar mais, e assim por diante. Cinco xelins em giro são seis; novamente integrados, são sete e três pences, assim por diante, até atingir cem libras. Quanto mais houver dele, mais ele produz em cada turno, de modo que o lucro aumenta cada vez mais rapidamente. Aquele que mata uma porca prenhe destrói toda uma prole até a milésima geração. Aquele que desperdiça uma coroa, destrói tudo que ela poderia ter produzido, um grande número de libras³²⁶.

A atual conjuntura mundial, entretanto, se esculpe de blocos econômicos, intenso fluxo informacional, virtualidade nas negociações, impelindo a corrida ao lucro com tal intensidade que tem provocado “o aumento indiscriminado da pobreza, a globalização das ideias e do consumo, a formação de blocos econômicos e os danos ao meio ambiente”³²⁷ – razões que levam “a política neoliberal, as empresas transnacionais e as desigualdades econômicas criadas pela globalização” a se tornarem “alvo de protestos em vários países do mundo”³²⁸.

Max Weber defende o capitalismo, mas não nessa perspectiva. Para ele, “o impulso para o ganho, a persecução do lucro, da maior quantidade possível de dinheiro, não tem, em si mesma, nada que ver com o capitalismo. Tal impulso existe e sempre existiu entre garçons, médicos, cocheiros [...]”³²⁹. É, pois, uma condição humana que se revela alhures e em todos os tempos. O autor ironiza: “é coisa do jardim de infância da história cultural a noção de que essa ideia ingênua de capitalismo deva ser eliminada definitivamente”³³⁰. Essa ganância desmedida não se configura como capitalismo, o qual se identifica, para Weber, “com a busca do lucro, do lucro sempre renovado por meio da empresa permanente, capitalista e racional”³³¹.

³²⁶ FRANKLIN *apud* WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 2. ed. São Paulo: Pioneiro Thomson Learning, 2005, p. 29-30.

³²⁷ Cf. DO CAPITALISMO. Acesso em: 11 maio 2016, p. 38.

³²⁸ Cf. DO CAPITALISMO. Acesso em: 11 maio 2016, p. 38.

³²⁹ WEBER, 2005, p. 5.

³³⁰ WEBER, 2005, p. 5.

³³¹ WEBER, 2005, p. 5.

Na Índia, embora as leis sejam duras contra o corte das vacas, há, em grande parte, “um comércio ilegal de abate devido ao lucrativo comércio”. Há animais contrabandeados para o exterior, anualmente. Em Delhi, Ashoo Mongia, líder de um grupo de proteção à vaca, com 120 voluntários, supervisiona amiúde mercearias “e mercados ao ar livre”³³², em busca de produtos alimentícios feitos de carne bovina. O ativista e seus seguidores se empenham no combate a esse comércio clandestino que movimentava bilhões de dólares e que contraria a ideologia dos tradicionalistas hindus desejosos de “preservar o status sagrado das vacas”³³³. Ashoo justifica-se: “fazemos isso porque acreditamos no que a vaca representa para o nosso país, nossa cultura e nossa religião hindu”³³⁴.

Vale lembrar que a carne de búfalo, destinada à exportação exterior para os “mercados do Sudeste Asiático e Oriente Médio”³³⁵ se dá em grande escala, em grande escala também é o fundamentalismo hinduísta em confronto com o comércio indiano que almeja dominar a economia e a política no Sul da Ásia. Tal fundamentalismo obsta o crescimento dessa indústria, como consideram certos empresários indianos. Dr. SK Ranjhan (diretor do Hind Agro Industries Limited) diz: “a carne bovina pode ser um negócio muito lucrativo na Índia”³³⁶.

Ranjhan acredita que as atitudes religiosas podem mudar, uma vez que a extensão das oportunidades de negócios seja percebida por uma parte substancial dos indianos. Ele diz: “eu acho que entre 5 e 10 anos, a partir de agora, as pessoas não ficarão tão escandalizadas com a venda de carne de vaca”³³⁷.

Ainda que o povo indiano evite conflitos e guerras, a Índia se nega a assinar o Tratado Não Proliferação Nuclear (TNP) e “os institucionalistas liberais não são capazes de explicar o comportamento”³³⁸ do país. A Índia também enfrenta problemas econômicos (território de Caxemira, disputado com o Paquistão; centro de armamentos nucleares disputado com Paquistão e Afeganistão), mas hoje a Índia desponta como potência de peso político em crescimento, disseminando

³³² Cf. NICOLAU, Amary. *Tudo por dinheiro: Status sagrado das vacas na Índia está ameaçado pela indústria da carne*. 08 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.anda.jor.br/08/06/2013/cresce-o-comercio-de-carne-da-vaca-sagrada-na-india>>. Acesso em: 12 maio 2016.

³³³ NICOLAU, 2013. Acesso em: 12 maio 2016.

³³⁴ NICOLAU, 2013. Acesso em: 12 maio 2016.

³³⁵ NICOLAU, 2013. Acesso em: 12 maio 2016.

³³⁶ NICOLAU, 2013. Acesso em: 12 maio 2016.

³³⁷ NICOLAU, 2013. Acesso em: 12 maio 2016.

³³⁸ STUENKEL, Oliver. *Identidade, Status e Instituições Internacionais: O Caso do Brasil, da Índia e do Tratado de Não Proliferação*, p. 519-561. In: *Contexto Internacional*, vol. 32, n. 2, jul./dez. 2010, p. 521.

preponderância na esfera internacional, buscando modernização, secularizando o Estado no tocante à tradição das castas. Nessa empreitada, depara-se frequentemente com conflitos referentes ao fundamentalismo hindu e muçulmano e embaraços de corrupção. Ainda assim, lê-se na revista Exame (01/01/2016): “o país também conta com as melhores perspectivas de crescimento para a próxima década, com base em um aumento da sofisticação dos produtos que exporta”³³⁹

Continuando, mais adiante:

em novas estimativas de economistas conduzidas por Ricardo Hausmann no Centro para Desenvolvimento Internacional da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, a projeção de crescimento anual de 7% para a Índia até 2024 colocará o país na frente da China, onde avanços similares no know-how da produtividade impulsionou o crescimento do país na última década, mas agora estão perto de serem esgotadas³⁴⁰

Ainda que o hinduísmo seja caracterizado como fechado a quaisquer mudanças (como já discutido no 1º Capítulo), uma mudança até então inusitada está acontecendo: o capitalismo vem minando o lendário sistema de castas na Índia, desde 1991, com as reformas econômicas. Digna de nota foi a abertura de sua economia autorizando os “intocáveis” dalits a se tornarem empreendedores. Assim, de serviçal em ambientes sujos e vetores de doenças (limpeza de fossas, por exemplo), eles passaram a atuar no palco da economia indiana, pois “as empresas rapidamente descobriram que, para sobreviverem em um mercado mais livre, elas tinham que se tornar mais competitivas. O que importava não era mais a casta do fornecedor, mas o preço que ele ofertava”³⁴¹

Em 2014, “os membros do DIOCCI³⁴² faturaram 500 milhões de dólares”³⁴³ e pretendem duplicar esse quantitativo no período de cinco anos. Desse modo, estão saindo da condição de objeto de pena para a de objeto de inveja. Hoje, o que chama atenção é terem mudado de status. Muitos deles são proprietários de terra e restaurantes, costumam até mesmo contratarem empregados de castas superiores.

³³⁹ ECONOMIA. Índia será o país com o crescimento mais acelerado da década. Revista Exame.com, 01 jan. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/india-sera-o-pais-com-o-crescimento-mais-acelerado-na-decada>>. Acesso em: 12 maio 2016.

³⁴⁰ ECONOMIA. Acesso em: 12 maio 2016.

³⁴¹ AIYAR, Swaminathan S. Anklesaria. *Como o capitalismo está destruindo o sistema de castas da Índia*. Trad. Ivanildo Santos. Disponível em:

<<http://www.libertarianismo.org/index.php/artigos/capitalismo-destruindo-sistema-castas-india/>>.

Acesso em: 12 maio 2016.

³⁴² Câmara do Comércio e Indústrias dos Dalit Indianos (em inglês, DICCI).

³⁴³ AIYAR. Acesso em: 12 maio 2016.

A discriminação não foi extirpada na Índia, mas as relações comerciais vêm configurando um novo perfil nessa nação³⁴⁴.

Longe de se querer afirmar que o comércio é solução de todos os infortúnios de um povo, assevera-se ser ele, seguramente, estimulador do comportamento civilizado além de propiciador do incentivo das pessoas a tolerarem ou suprimirem toda ordem de preconceitos que, eventualmente, tenham. Enfim, de fracassos a sucessos econômicos, a Índia vem escrevendo a sua história, imersa em confrontos entre capitalismo e ética nas relações comerciais.



³⁴⁴ Câmara do Comércio e Indústrias dos Dalit Indianos (em inglês, DICCI).

CONCLUSÃO

Nesta parte do trabalho, retoma-se a problemática lançada no capítulo introdutório, que busca respostas para este questionamento: por se caracterizar como uma religião fundamentalista, cujos adeptos creem nas suas práticas religiosas como verdade absoluta, que conhecimentos e estratégias convêm às relações internacionais desenvolverem para que as negociações comerciais possam fluir com as Índias sem melindrar o hinduísmo indiano?

Diversas foram as oportunidades criadas para contemplar o referido questionamento. De início, foi o passeio pelo cenário mercadológico indiano por intermédio da influência das religiões. Fundamentada teoricamente, a investigação viabilizou inferir que, para o sucesso nas negociações, é primordial seguir esta trajetória: a) conhecer a filosofia de vida dos hindus (motor controlador de ações e decisões do homem); b) compreender os principais obstáculos que intervêm nas relações internacionais gerados pelas crenças religiosas; c) apreender o poder da simbologia do consumo; d) desvelar o que subjaz ao cerimonial que se coloca nas negociações com a Índia; e) penetrar na força da cultura religiosa fundamentalista. Toda essa gama de conhecimentos é de importância crucial para a efetivação harmônica nas relações internacionais.

Cada passo da pesquisa foi estrategicamente projetado para “demonstrar a influência das religiões nas negociações mercadológicas, evidenciando-se as principais questões fundamentalistas do hinduísmo religioso a entravarem e desgastarem as relações internacionais”, que foi o objetivo geral delineado no início do trabalho. Para isso, optou-se por uma visão holística da religião, em especial do hinduísmo, percorrendo os domínios sociológicos e antropológicos. Esse itinerário evidenciou o quanto o capitalismo infiltrado nas negociações internacionais têm impactado a cultura religiosa do povo hindu e modificado certas tradições, arranhando questões éticas e morais.

Verificou-se a alavancada da Índia ao embarcar na competitividade do comércio global nas últimas décadas e acompanhar o dinamismo e a fomentação da concorrência. A globalização redefiniu as percepções espaço/tempo fazendo emergir a aldeia global, que avizinha os povos e acelera as ações nas relações comerciais internacionais, mas demandou respeito e tolerância à alteridade indiana, no processo de negociação.

Aferiu-se que orientar-se por um credo religioso é transcendente à vida humana, constitui-se uma filosofia de vida necessária, pois a satisfação das necessidades biológicas são insuficientes para o homem se sentir humano. Sendo assim, uma negociação pode fracassar tendo como único obstáculo a negligência à cultura, religião, hábitos, costumes, história, valores, simbolismo, formalidades de protocolo e identidade do outro. A vaca na Índia, por exemplo, é envolta de uma simbologia que a torna um ser sagrado intocável. Daí se depreende a indispensabilidade de um planejamento estratégico bem elaborado e flexível antecedendo as ações, pois o mercado consumidor está entrelaçado num tecido exposto de muito simbolismo. No que concerne à Índia, a atenção deve ser redobrada para a questão das castas, das relações de poder e do fundamentalismo religioso, principalmente.

Procurou-se definir religião – à luz das ciências da religião nas perspectivas antropológica e sociológica – para entender a sua complexidade. Concluiu-se, pelo estudo antropológico, que a religião não é autônoma, mas está intrinsecamente enredada na formação de uma sociedade e em suas manifestações culturais e religiosas, banhadas de simbolismo, o qual justifica o sentimento religioso como real e estabelece o elo entre moral e conceito de mundo; não se atém aqui a um credo específico. Diferentemente, a sociologia da religião se volta a determinado tipo de crença para, através do entendimento desta, entender a sociedade, as práticas sociais (também imersas em simbolismo), resultantes da religião, que, por sua vez, integra as pessoas e mantém a ordem social.

Ao se direcionar o foco para o hinduísmo e penetrar em seu cerne fundamentalista, mantendo-se os aspectos antropológico e sociológico, verificou-se que o hinduísmo extrapola a esfera da religião fazendo dela emergir diversificados (e até contrastantes) padrões de comportamento. Mesmo assim, em seus cultos, há características comuns fundamentais, como a segregação do povo em castas, gerando um enorme preconceito caracterizado no antagonismo *puro X impuro*; o culto à vaca para a continuidade da vida; e o carma: nada é acaso do destino, tudo o que acontece é resultado do livre arbítrio do homem em suas ações, nesta vida ou em outra(s) passada(s) porque a alma não morre nem envelhece. Nesse sentido (isto é, para a não transmigração do espírito), o povo hindu está apegado a três vias de salvação: sacrifício (prática metódica de esforços controladores das forças físicas e psíquicas: não lesar/ferir, não furtar, não cobiçar, manter a veracidade e preservar

a castidade), conhecimento (o saber redime o homem e a ignorância prende-o à transmigração da alma) e devoção (toda ação deve se realizar como uma oblação voluntária).

O estudo mostrou que a crença divina hindu impulsiona o devoto a experimentar a divindade; isenta de abstração, ela permeia tudo (homens, experiências, animais, plantas, objetos), o que leva o crente a passar a vida buscando sua performance, cultuando deuses regularmente em lugares determinados (montanhas, rios, templos), como nos altares domiciliares também. Há todo um ritual verbal e corporal para esse fim e, assim, desarmar o mal. Embrenhar-se por essas veredas, à luz dos teóricos elencados, foi fundamental para sensibilizar a apreciação da pesquisadora desta dissertação em sua análise quando mediante as singularidades de um povo tão diverso dos ocidentais.

Por fim, percorreu-se o trajeto das relações comerciais internacionais atentando-se para os impactos que tanjenciam a ética e a moral do fundamentalismo hinduísta em decorrência do capitalismo. Para esse fim, foi preciso entender a tênue fronteira entre os conceitos de moral e ética. A essa altura do trabalho, pôde-se perceber o quão relevante foi a pesquisa pelo contributo do arcabouço teórico aliado às reflexões da autora deste texto. Concluiu-se daí o poder da religião atravessando as garras do capitalismo e impactando as relações internacionais, impondo as organizações à submissão da ética e da moral do povo com o qual precisa estabelecer vínculos comerciais. Em muitos casos elas chegam ao extremo de modificarem o perfil de seus produtos mercadológicos já consagrados no mundo.

Adverte-se que, se relações forem estabelecidas com o povo hindu, um dos temas da pauta de planejamento é entender o fundamentalismo religioso desse povo, em seguida, estudar sua história milenar, considerar sua cultura e conhecer seu difícil percurso após a Guerra Fria e a subsequente guinada nestas últimas décadas. A própria globalização já entendeu esses trâmites da diplomacia protocolar comercial. O mundo mercadológico vê a Índia como um país que está aprendendo a circular na aldeia global e que, para não perder as chances mercadológicas, tem-se rendido ao arbítrio do capitalismo, aminguando suas tradições. Como corolário disso, as castas se aproximam, abrandam-se certos costumes cotidianos, não se melindra mais com a venda de carne bovina. Também as organizações, por sua vez, rendem-se à ética empresarial, de modo que parte e contraparte nos negócios se respeitem.

O capitalismo não retrocede, pelo contrário, avança faminto pelo planeta, deixando o mercado alucinado com pressa e pressão para agir. Por conta disso, avalanches de informação são jorradas instantaneamente sem trégua sobre o mundo dos negócios. Sem informações não se move nele. Em meio à vertiginosa celeridade, a virtualidade tecnológica encontra seu habitat e tudo para a ser resolvido numa velocidade inimaginável há duas ou três décadas. Nesse sentido, a Índia vem tentando marchar no mesmo compasso. Mas há ainda um longo “dever de casa” a ser cumprido: resolver problemas de pobreza, analfabetismo, desnutrição, doenças, desigualdades sociais, enfim.

Dado o exposto e à guisa de fechamento desta dissertação (que, na verdade, em vez de se fechar, inaugura novos horizontes de pesquisa), a sua autora, depois de sensibilizada pelas reflexões sobre valores éticos e morais do povo hindu, se considera menos preconceituosa e mais afeita a respeitar a alteridade.



REFERÊNCIAS

ABDALA, P. R. Z. *Espiritualidade e consumo: relações e temáticas de pesquisa*. XXXIV Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração. Rio de Janeiro: Anpad, 2010.

ACUFF, Frank L. *Como negociar qualquer coisa, com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

AGUILAR, Francis J. *A ética nas empresas: maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

ALMEIDA, José Ricardo de Souza Barbosa de et al. A influência das barreiras culturais nas estratégias de venda de empresas exportadoras brasileiras: um estudo sobre exportações para a Índia, 12p. In: *Jovens Pesquisadores*, v. 2, n. 1 (2), jan./jun. 2005.

ALONSO, Félix Ruiz et al. *Curso de ética em administração*. São Paulo: Atlas, 2006.

ALVES, Rubem. *O que é Religião?* São Paulo: Loyola 2002.

ANDRADE, Joachim. *Deus do deserto, Deus do vale: a geografia como ponto de partida para a compreensão do fenômeno religioso*, 27p. Disponível em: <http://www.sementesdoreino.com.br/novo/pastorais/escola_teologica/14_4_fenomeno_rel_deus_do_deserto_pe_joachim_andrade.pdf>. Acesso em 01 maio 2016, p. 16.

ANDRADE, Zilda Aparecida de Freitas. *A gestão da Ética Organizacional: possibilidade de atuação dos profissionais de comunicação organizacional e relações públicas*. 15p. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba-PR, 4 a 7 de setembro de 2009.

ARRUDA, Maria Cecilia Coutinho de et al. *Fundamentos de ética empresarial e econômica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

AIYAR, Swaminathan S. Anklesaria. *Como o capitalismo está destruindo o sistema de castas da Índia*. Trad. Ivanildo Santos. Disponível em: <<http://www.libertarianismo.org/index.php/artigos/capitalismo-destruindo-sistema-castas-india/>>. Acesso em: 12 maio 2016.

BAUDRILLARD, Jean. *Para uma crítica da economia política do signo*. Lisboa: Edições 70, 1981.

BERNDT Priscila Pimont; NUNES, Tiago Estivallet. *A Índia e a nova ordem mundial: do desenvolvimento interno à influência externa*. 11p. Disponível em: <www.ufrgs.br/nerint/folder/artigos/artigo5.pdf>. Acesso em: 05 maio 2016.

BOFF, Leonardo *Fundamentalismo, terrorismo, religião e paz: desafio para o século XXI*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, 2007.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. *Como Exportar*. Índia. Ministério das Relações Exteriores. Brasília: O Ministério, 2012, p. 113.

CAMPBELL, C. A Orientalização do Ocidente: reflexões sobre uma teodiceia para um novo milênio, p. 5-22. In: *Religião e Sociedade*, v. 18, n. 1, 1997.

CAMPOS Neto, Antonio Augusto Machado de. O Hinduísmo, O Direito Hindu, O Direito Indiano, p. 71-111. In: *Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo*, v. 104, jan./dez. 2009.

CARMONA, Rogério. *Chega de ser chefe: um caminho rumo à liderança*. São Paulo: Meca, 2008.

CASTRO, Thales. *Teoria das relações internacionais*. Brasília: FUNAG, 2012.

CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração Geral e Pública*. 3. ed. São Paulo: Manole, 2012.

CLAVO, Luis Carreto. *Aristóteles para executivos: como a filosofia ajuda na gestão empresarial*. São Paulo: Globo, 2008.

COOGAN, M. D. *Religiões, história, tradições e fundamentos das principais crenças religiosas*. São Paulo: Publifolha, 2007.

CORTINA, Adela; MARTÍNEZ, Emilio. *Ética*. São Paulo: Loyola, 2005.

DELFINO, Silas do Carmo. *O estudo da religião nas relações internacionais*. 34p. Monografia. Centro Universitário de Belo Horizonte. Curso de Relações Internacionais. Belo Horizonte-MG, 2010.

DELUMEAU, J.; MELCHIOR-BONNET, S. *De religiões e de homens*. São Paulo: Loyola, 2000.

DO CAPITALISMO comercial à revolução do conhecimento. Capítulo 1. 38p. In: *O capitalismo e a organização do espaço globalizado*. Disponível em: <<https://geojurista.files.wordpress.com/2015/02/apostila.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2016.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ECONOMIA. Índia será o país com o crescimento mais acelerado da década. Revista Exame.com, 01 jan. 2016. Disponível em:

<<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/india-sera-o-pais-com-o-crescimento-mais-acelerado-na-decada>>. Acesso em: 12 maio 2016.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*. Trad. Rogério Fernandes. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FEATHERSTONE, Mike. *O Desmanche da Cultura*. São Paulo: Nobel Ltda, 1997.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Aurélio B. de H. *Pequeno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Nobel, 1972.

FERREIRA, José Roberto M.; ALVES, Adjair. O fenômeno religioso na perspectiva da sociologia compreensiva de Max Weber, p. 58-75. In: Revista *Diálogos*, n. 7. Revista de Estudos Culturais e da Contemporaneidade. Garanhuns-PE: UPE/Faceteg, 2012.

FOLLMANN, José Ivo; SCARLATEL, Cleide Cristina. Lições Milenares do oriente hinduísta para uma conduta ética na sociedade de hoje, p. 18-42. In: *Revista de Estudos da Religião*, n. 4, 2006.

GAARDER, Jostein; HELLERN, Victor; NOTAKER, Henry. *O livro das religiões*. 9. reimpressão. Trad. Isa Mara Lando. Revisão técnica e apêndice: Antônio Flavio Pierucci. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLAAB, Bruno. *Os fenômenos religiosos: Hinduísmo*. Disponível em: <<http://www.estef.edu.br/brunoglaab/wp-content/uploads/2011/09/Hindu%C3%ADsmo.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2016.

GRACIOSO, Francisco. Ética: uma revolução silenciosa está mudando o país. In: *Marketing*, São Paulo, v. 38, n. 375, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.revistamarketing.com.br/matéria/index.php?secao=imprimir&id=173>>. Acesso em: 10 maio 2016.

GUTHRIE, Stewart E. *Teorias antropológicas da religião*. Trad. Desidério Murcho. Universidade de Fordham, 2009. Disponível em: <<http://criticanarede.com/antropologia.html>>. Acesso em: 02 maio 2016.
HOUTART, François. *Mercado e religião*. São Paulo: Cortez, 2003.

ÍNDIA. Disponível em: <<http://www.arturbruno.com.br/images/conteudo/file/India2014.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2016.

KÜCHLER, Adriana. O que é fundamentalismo. *História*. Edição 215, jul. 2005. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/historia/o-que-e-fundamentalismo>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

JUNG, Carl Gustav. *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. Trad. Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 2000.

KÜNG, Hans. *Religiões do mundo: em busca de pontos comuns*. Campinas: Verus, 2004.

LIBÓRIO, Luiz Alencar. Religiosidade e saúde integral no hinduísmo e no budismo, p. 9-40. In: *Revista de Teologia e Ciências da Religião da Unicap*. Ano IX, n. 2, jul./dez. 2010.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Oportunidade de Negócios em Serviços: Brasil e Índia*. Secretaria de Comércio e Serviços. Departamento de Políticas de Comércio e Serviços. Oportunidade de Negócios em Serviços. Disponível em: <www.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em: 24 abr. 2016.

MINERVINI, Nicola. *O exportador: como iniciar e conduzir sua empresa a uma estratégia sólida e segura de exportação*. São Paulo: Makron, 1991.

MIRANDA, Maria Bernadete. Joint Venture. *Direito Brasil*. Disponível em: <<http://www.direitobrasil.adv.br/arquivospdf/revista/revistav31/aulas/jv1.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

NARAYANAN, Vasudha. *Conhecendo o Hinduísmo*. Petrópolis: Vozes, 2009.

NEVES, Rose Irene Souza; ZAGO, Celia Cristina. *Ética na organização: uma construção reflexiva coletiva*. 16p. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGeT). Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/491_Artigo%20etica%20final.pdf>. Acesso em: 09 maio 2016.

NICOLAU, Amary. *Tudo por dinheiro: Status sagrado das vacas na Índia está ameaçado pela indústria da carne*. 08 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.anda.jor.br/08/06/2013/cresce-o-comercio-de-carne-da-vaca-sagrada-na-india>>. Acesso em: 12 maio 2016.

O HINDUÍSMO. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/224764567/O-Hinduismo-pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016.

OLIVA DESIGN. *A fidelização e o impacto na equidade da marca: 3ª parte do texto de Kotler*. Disponível em: <http://www.olivadesign.com.br/falando/fundo_oliva.gif>. Acesso em: 16 abr. 2016.

OLIVEIRA, Arilson Silva de. Os mentores intelectuais do confucionismo, do taoísmo e do hinduísmo na perspectiva weberiana, p. 132-150. In: *Horizonte*: Belo Horizonte, v. 5, n. 10, jun. 2007.

OLIVEIRA, José Lisboa Moreira de. *Antropologia da Religião*, 17p. Universidade Católica de Brasília. Disponível em: ww.uceb.br/sites/000/14/PDF/antropologiadareligiao.pdf. Acesso em 29 abr. 2016a.

OLIVEIRA, José Lisboa Moreira de. *Riscos atuais do fundamentalismo religioso*. Disponível em: <http://www.uceb.br/sites/000/14/Fundamentalismo.pdf>. Acesso em: 28 maio 2016b.

OLIVEIRA, Fabiana Luci de. O campo da sociologia das religiões: secularização versus a “revanche de Deus”. 14p. In: *InterThesis*, n. 2, v. 2, Florianópolis-SC, jul./dez. 2005.

O QUE É DHARMA? *Qual seu significado?* Disponível em: <http://dharmalog.com/dharma>. Acesso em: 20 abr. 2016.

ORO, Ivo Pedro. *O Outro é o Demônio: uma análise sociológica do fundamentalismo* São Paulo: Paulus, 1996.

PAIVA, Geraldo José de. Ciência, religião, psicologia: conhecimento e comportamento. In: *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v.15, n. 3, Porto Alegre 2002.

PASSOS, Elizete. *Ética nas organizações*. São Paulo: Atlas, 2006.

PETRIN, Natália. Belle Époque. *Estudo prático*. Disponível em: <http://www.estudopratico.com.br/belle-epoque/>. Acesso em: 20 abr. 2016.

PIERUCCI, A. F. Reencantamento e dessecularização, p. 99-117. In: *Novos Estudos Cebrap*, n. 49, 1997.

PINTO, Osman Valdés. Hinduísmo, p. 134-149. In: *Jointh*. Disponível em: [file:///C:/Users/Windows/Downloads/2jointh-7453%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Windows/Downloads/2jointh-7453%20(4).pdf). Acesso em: 01 maio 2016.

PORTAL BRASIL. *Indústrias brasileiras fazem abate religioso de carnes para garantir mercados estrangeiros*. 29 jul. 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2011/01/industrias-brasileiras-fazem-abate-religioso-de-carnes-para-garantir-mercados-estrangeiros>. Acesso em: 04 maio 2016.

PORTUGAL, Jorge. A escolha das lojas alimentares: a lógica do consumido. In: *Marketeer*, n. 25, Lisboa, 1998.

RELIGIÕES. *Islamismo, Judaísmo, Budismo, Hinduísmo e Cristianismo*. 37p. Disponível em: <http://ensinoreligiosonreapucarana.pbworks.com/w/file/fetch/82875082/RELIGIOES.pdf>. Acesso em: 28 maio 2016.

ROCHA, Narcisa Ferreira Lima. *O agir ético segundo Aristóteles*. 98p. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza-CE, 2009.

ROCHA, Zeferino. A perversão dos ideais no fundamentalismo religioso. *Rev. latinoam. psicopatol. fundam.* vol.17 no.3 supl.1 São Paulo Sept. 2014. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-47142014000600761>. Acesso em: 28 maio 2016.

SANCHES, Mário Antônio. *Bioética: ciência e transcendência*. São Paulo: Loyola, 2004.

SANTRIDIÁN, Pedro R. *Dicionário Básico das Religiões*. Aparecida-SP: Santuário, 1996.

SANTOS, Clara; BELLINI, Rogério. *Índia: perfil e oportunidades comerciais*. Brasília-DF: Apex-Brasil, 2012.

SANTOS, José Luiz dos. *O que é cultura*. 16. ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SIGNIFICADOS. *O que é Namastê?* Disponível em:

<<http://www.significados.com.br/namaste>> Acesso em: 29 de março de 2016.

SILVA, Suélen Lúcia da. *Trabalho de Iniciação Científica Brasil e Índia: as diferenças culturais e seu reflexo nas negociações internacionais*. Estágio Supervisionado do Curso de Comércio Exterior do Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Gestão, da Universidade do Vale do Itajaí. Itajaí-SC, 2015.

SÍNTESE DO HINDUÍSMO. 23p. Disponível em:

<http://www.vedantacuritiba.org.br/site/txt/sintese_hinduismo.pdf>. Acesso em 01 maio 2016.

SIQUEIRA, Wagner. *As organizações são morais? responsabilidade social, ética empresarial e empresa cidadã*. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2014.

SOARES, Pedro Gustavo Cavalcanti. Um coeficiente religioso nas teorias das relações internacionais: paradigmas, teóricos e soft power, p. 46-71. In: *Caderno de Relações Internacionais*, v. 3, n. 5. Faculdade Damas, 2012.

SPINELLI, Priscilla Tesch. *A prudência na ética nicomaqueia de Aristóteles*. São Leopoldo-RS: Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS/ANPOF), 2007.

SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial*. São Paulo: Elsevier, 2013.

STACEY, Aisha. Por que o consumo de porco é proibido no Islã? 26 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.islamreligion.com/pt/articles/2513/por-que-o-consumo-de-porco-e-proibido-no-islã-parte-1-de-2/>>. Acesso em: 05 maio 2016.

STUENKEL, Oliver. Identidade, Status e Instituições Internacionais: O Caso do Brasil, da Índia e do Tratado de Não Proliferação, p. 519-561. In: *Contexto Internacional*, vol. 32, n. 2, jul./dez. 2010.

TEIXEIRA, E. Reflexões sobre o paradigma holístico e holismo e saúde. *Rev. Esc. Enf. USP*, v. 30, n. 2, p. 286-290, ago. 1996.

TOI, Carmen Steiner; CARMO, Eliane Rodrigues do. *A importância do comportamento ético nas organizações*. 2014. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIseminario/trabalhos/a%20import%C3%A2ncia%20do%20comp.%20%C3%A9tico%20nas.....pdf>>. Acesso em: 05 maio 2016.

TUGENDHAT, Ernst. *Lições sobre ética*. Petrópolis-RJ: Vozes, 1996.

USARSKI, Frank. *O espectro disciplinar da Ciência da Religião*. São Paulo: Paulinas, 2007a.

VALERA, Lúcio. A vida bem-sucedida no hinduísmo. 9p. In: *Anais do V Congresso da ANPTECRE "Religião, Direitos Humanos e Laicidade"* v. 05, 2015.

VIANA, João José. *Administração de materiais: um enfoque prático*. São Paulo: Atlas, 2015.

WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*. 2. ed. São Paulo: Centauro, 2002.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 2. ed. São Paulo: Pioneiro Thomson Learning, 2005.

WEGER, Mariane; OLIVA, Fábio Lotti. O impacto da religião na gestão dos negócios. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/8semead/resultado/trabalhosPDF/279.pdf>>. Acesso em: 04 maio 2016.

WEISS, Raquel. Durkheim e as formas elementares da vida religiosa. In: *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 13, n. 22, p. 95-119, jul./dez. 2012.

WOLFF, Fabiane. *Simbolismo no comportamento do consumidor: construindo uma nova escala*. 15p. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/MKT/2002_MKT1902.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2016.

ZIMMER, Heinrich. *Filosofias da Índia*. São Paulo: Palas Athena, 2003.