

Minha esperança para a Igreja em 2020 com relação a Empresas em Missão

Mats Tunehag (traduzido por Marta Carriker)

Espero que poucos falem de Empresas em Missão (tradução livre de *BAM, Business as Mission*) em 2020. Esse termo é como um andaime: necessário por um tempo, enquanto construímos o que desejamos – empresas que glorifiquem a Deus e produzam transformação integral às pessoas e sociedades.¹

O termo BAM tem seus méritos por esclarecer o conceito. É útil para apoiar empresários e mobilizar recursos. Mas o termo não é importante; o conceito e sua aplicação é que são.

Alguns não gostam do termo ou questionam sua utilidade. Tudo bem! Outras expressões também são utilizadas, como negócios para transformação, companhias do Reino, ou negócios como um chamado integral. Essas discussões podem ser construtivas no processo de investigação das bases teológicas, missiológicas e estratégicas do conceito. Mas também podem atrapalhar, e distrair da tarefa que temos a realizar.

Assim, o termo é de importância secundária ou terciária; e pode não ser passível de tradução, ou não ter uma boa tradução em outras línguas. Mas, minha expectativa de que o termo Empresas em Missão entre em desuso até o ano 2020 vai além da questão terminológica. Empresas em Missão é uma subcategoria dentro de uma categoria mais abrangente da teologia do trabalho e da teologia do chamado. Até hoje, ainda é necessário afirmar o óbvio bíblico: que Deus chama pessoas e as capacita para serem empresárias. Essa ainda é uma ideia fora do comum em muitas igrejas, conferências missionárias e seminários teológicos.

A maioria dos líderes cristãos jamais debateria que alguém possa ser chamado para ser empresário, mas muitos de nós ainda nos limitamos ao paradigma de empresas sem fins lucrativos, e somos influenciados pela dicotomia grega entre o secular e o sagrado.

Na prática, nós – a Igreja em todo o mundo – ainda vemos o “ministério de tempo integral” como o ápice do serviço a Deus. Podemos até discordar disso, mas, mesmo assim, esse é um fato que permeia a vida da igreja e missões.

Mark Greene, diretor executivo do Instituto para o Cristianismo Contemporâneo, de Londres, sugeriu que há basicamente duas estratégias, *modus operandi*, para a igreja:² podemos tentar conseguir que pessoas contribuam com um pouco de seu tempo livre e assim economizar para programas da igreja e atividades missionárias, ou podemos capacitar pessoas para o trabalho cotidiano e atividades de modo a serem sempre sal e luz em toda parte, por meio de tudo o que fizerem.

Precisamos admitir: estamos encaixados na forma de ser e agir da igreja descrita na primeira estratégia. Empresas em Missão é uma expressão da segunda estratégia: empresários apoiados, treinados e enviados para fazerem diferença no mercado, nos negócios e através deles.

Leva tempo para que haja uma mudança de paradigma e geralmente isso causa certo estresse e alguma dor. Mas, uma vez vencida essa fase, ele se transforma em pressuposto. O novo paradigma será um ponto de partida na forma de pensar.

Até lá, e durante a mudança de paradigma, precisamos de termos como Empresas em Missão para ressaltar a incapacidade do atual paradigma, de nos guiar a um conceito mais bíblico e integral de trabalho, chamado e negócio.

No mundo protestante, processos semelhantes já ocorreram antes. O Congresso de Lausanne em 1974 focalizou povos não-alcançados. Durante as décadas de 80 e 90 houve muita discussão sobre a expressão “povo não-alcançado”. Alguns gostaram dela e outros a questionaram. Mas ela foi útil para esclarecer a tarefa não concluída e para mobilizar a igreja em todo o mundo, para desenvolver estratégias de alcance a muitos povos. Hoje se fala menos sobre povos não-alcançados – e temos menos controvérsia. Já se tornou um pressuposto, por assim se dizer.

O Pacto de Lausanne (1974) também enfatizou parcerias. Assim como a expressão povos não-alcançados, “parceria” passou de palavra da moda para um pressuposto. Andaimos podem ser removidos.

Empresas em Missão como conceito e como movimento global já percorreu um longo caminho nos últimos 15 anos.

Os instigadores de pensamento globais, sob os auspícios de Lausanne (2002–2004) serviram para esclarecer o conceito e ajudar a catalizar um movimento global. O artigo sobre BAM e o Manifesto sobre BAM foram duas ferramentas que Deus utilizou para levar a igreja global na direção do paradigma que inclui o lucro, mas que tem sempre em vista uma abordagem tanto holística quanto transformadora.

Meu sonho, esperança e oração é que daqui a dez anos cristãos empresários tenham suas “Empresas em Missão” e que o termo simplesmente desapareça. Quem sabe será lembrado em estudos históricos e para referência... Mas espero que tenha emergido e se tornado um novo pressuposto: quando nós, cristãos, fazemos negócios, reconhecemos que Deus nos chamou e capacitou para isso. Somos chamados a empreender, como despenseiros de empresas, como embaixadores de Deus, que buscam glorificá-lo e servir às pessoas em todos os nossos relacionamentos: com proprietários, administradores, clientes, fornecedores, autoridades do governo que lidam com o imposto, comunidade, meio ambiente e nações.

É isso o que somos e o que fazemos. Não precisamos de termos especiais ou de rótulos. Fazemos bons negócios – para o Senhor.

Mats Tunehag é associado sênior sobre Empresas em Missão (BAM) para o Movimento Lausanne, bem como para a Comissão de Missões da Aliança Evangélica Mundial. Mats serve num fundo de investimentos, baseado em valores cristãos, que ajuda PMEs a crescerem, terem maior lucro e um impacto holístico no mundo árabe e na Ásia.

Notas:

¹ Mais informações no vídeo “Empresas em Missão – Sucessos e Fracassos”; Mats Tunehag: <http://conversation.lausanne.org/en/conversations/detail/11371>

² <http://conversation.lausanne.org/en/conversations/detail/11359>