Pontifícia Universidade Católica
do Rio de Janeiro

Mariana Salgado de Miranda

OS RUMOS DA RELIGIOSIDADE E SUAS IMPLICAÇÕES PARA COM AS ATITUDES E COMPORTAMENTOS DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro

Abril de 2015

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Mariana Salgado De Miranda

Os rumos da religiosidade e suas implicações para com as atitudes e comportamentos de estudantes universitários

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas do Departamento de Administração da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Paulo Cesar de Mendonca Mott
Orientador
Departamento de Administração – PUC-Rio

Profa. Maria Angela Campelo de Melo
Departamento de Administração - PUC-Rio

Profa. Monica Zaidan Gome
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis/UFRJ

Profª. Mônica Herz
Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 14 de abril de 2015

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, do autor e do orientador.

Mariana Salgado de Miranda

Graduou-se em Administração de Empresas pelas Faculdades Integradas Vianna Júnior – Certificação FGV em 2011. Atuou como Sócia-Proprietária de uma confecção de jeans durante sua carreira profissional, exercendo funções relacionadas à Marketing, Finanças, Operações, Processos e Recursos Humanos. Atualmente, dedica-se exclusivamente à carreira acadêmica.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Ficha Catalográfica

Miranda, Mariana Salgado de

Os rumos de religiosidade e suas implicações para com as atitudes e comportamentos de estudantes universitários / Mariana Salgado de Miranda ; orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta. – 2015.

91 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2015.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Religiosidade. 3. Expectativa de comportamento. 4. Consumo de religiosidade. I. Motta, Paulo Cesar de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

Primeiramente agradeço a Deus que é o grande responsável pela minha vida e por todas as minhas vitórias. Em especial por ter me mostrado que a PUC era o caminho para eu estar cada vez mais próxima a Ele.

Obrigada, Paulo César Motta, por ter sido e continuar sendo meu querido professor e orientador. Por ter me auxiliado e representado meu braço direito nesse trabalho, e por todos os ensinamentos que estão presentes na minha vida.

Aos meus pais por terem me dado todo o apoio necessário e por sempre se desdobrarem para que o possível e o impossível aconteçam e traga felicidade a mim.

Ao meu irmão por ser a minha inspiração e sempre me dar força.

Aos meus avós e familiares por sempre me darem bons exemplos de fé, garra e determinação.

Aos meus amigos que são minhas alegrias, meu suporte na rotina e parte deles, minha família no Rio de Janeiro.

A Capes e a PUC-Rio pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Resumo

Miranda, Mariana Salgado de; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **Os rumos da religiosidade e suas implicações para com as atitudes e comportamentos de estudantes universitários**. Rio de Janeiro, 2015. 91p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este estudo investiga a percepção de universitários acerca da relação entre a religiosidade e o comportamento das pessoas com o intuito de avaliar as implicações gerenciais a partir da percepção sobre a religiosidade. Com a evolução das organizações e a cobrança dos consumidores, muitas empresas começam a se interessar pela religiosidade e suas conseqüências sobre os diversos aspectos da vida organizacional. Esses aspectos permeiam diferentes áreas dos estudos gerenciais, ainda que limite-se a investigar a premissa de que a religiosidade é um item espiritual de consumo. O trabalho se divide em três partes: revisão bibliográfica; pesquisa qualitativa sobre os temas pertinentes; e pesquisa quantitativa com 231 questionários válidos aplicados a alunos de uma universidade privada do Rio de Janeiro. Adotou-se o filtro de que somente alunos que acreditassem em Deus respondessem o questionário. Ao mesmo tempo em que revelam uma diversidade de rumos e comportamentos, os resultados indicam que a maior parte dos respondentes pensa em Deus e faz oração pelo menos uma vez por dia, apesar de não frequentarem uma igreja ou templo. Mostram que, apesar de terem alto nível de religiosidade, os respondentes evitam associação ou vínculo a uma religião específica. Os resultados também salientam que os respondentes compreendem melhor o efeito da religiosidade neles mesmos do que nos outros e não veem uma relação significativa entre a religiosidade e o comportamento das pessoas.

Palavras-chave

Religiosidade; expectativa de comportamento; consumo de religiosidade

.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Abstract

Miranda, Mariana Salgado de; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **The courses of religiosity and their implications on attitudes and behaviors of university students**. Rio de Janeiro, 2015. 91p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This study investigates the perception of students about the relationship between religiosity and behavior. It aims specifically to establish managerial implications from the perception of religiosity. With the evolution of organizations, consumers have brought new pressures to companies. Because of this, companies may turn to religiosity to improve their understanding of organizational life. However, they may learn that religiosity may permeate different areas of management, and become a spiritual item of consumption. The method of the work comprises three parts. The literature review composes the first part; a qualitative research on the relevant subjects, composes the second, and a survey of students of a private university of Rio de Janeiro comprises the third part. The study adopted the filter that only students who believed in God answered the questionnaire. Results reveal that a majority of the respondents believe in God and make a prayer at least once a day. Despite this attitude they do not attend a church or temple regularly. In fact, they avoid linking that attitude to a specific religion. The results also point out that the respondents understand better the effect of religiosity in them than in others. This leads to a relevant conclusion that the respondents do not see a significant relationship between religiosity and behavior.

Palavras-chave

Religiosity; behavior expectation; consumption of religiosity

.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Sumário

1 Introdução. **12**

1.1. Problema de Pesquisa 12

1.2. Objetivo 13

1.3. Relevância do Estudo 14

1.4. Delimitações do Estudo 15

1.5. Estrutura da Dissertação 15

2 Referencial Teórico **17**

2.1. Religião 17

2.2. Espiritualidade 17

2.3. Religiosidade 19

2.4. Conceito de capital espiritual e religioso 21

2.5. Relevância do capital espiritual e religioso para as organizações 23

2.6. Influência da religião nas organizações 25

2.6.1. Como a religiosidade é tratada nas empresas? 25

2.6.2. Quais são as medidas práticas de religiosidade utilizada nas empresas? 26

2.6.3. Qual o papel do gerente e funcionários neste processo? 27

2.6.4. Qual o resultado que as empresas tiveram com essas medidas? 29

2.7. Religiosidade e suas percepções 29

2.7.1. Percepção da religiosidade nas próprias crenças 29

2.7.2. Percepção da religiosidade na vida das outras pessoas 30

2.7.3. Percepção da religiosidade no consumo das pessoas 31

2.7.4. Percepção da religiosidade no comportamento 32

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.7.5. Percepção da religiosidade nos traços de personalidade 33

2.8. Sumário do Referencial Teórico e Possíveis Medidas de Religiosidade 34

3 Método **41**

3.1 Tipo de Pesquisa 41

3.1.1 Etapa 1: Revisão Bibliográfica 41

3.1.2 Etapa 2: Entrevistas 41

3.1.3. Etapa 3: Elaboração do Questionário 42

3.1.4. Aplicação do Questionário 43

3.1.5 Etapa 5: Opção de Análise e Testes 44

3.2 Limitações do Método 44

3.3 Apresentação dos Resultados 45

4 Análise dos Resultados **46**

4.1 Percepção da religiosidade pelos universitários 46

4.1.1. Pense em como você através da religiosidade percebe o mundo, dá importância à religiosidade e entende suas crenças 49

4.1.2. Agora pense em como você e a religiosidade das pessoas pode ser influenciada, pode influenciar e se tornar motivo para modificar a vida das outras pessoas 53

4.1.3 Pense em como a religiosidade pode modificar o consumo das pessoas 58

4.1.4. Reflita em como a religiosidade pode influenciar o comportamento dos alunos no convívio acadêmico 59

4.1.5. Agora pense em como a religiosidade pode moldar os traços de personalidade e os valores de cada aluno 62

4.2. Medidas de capital espiritual e religioso 65

4.3. Relação do capital espiritual e religioso na pesquisa 65

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.4. Subtítulo 69

5.4 Relação entre exemplos práticos e o questionário 69

5 Conclusões 71

6 Referências Bibliográficas 75

Anexos 81

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Identificação dos Entrevistados 42
Tabela 2 - Perguntas por Categorias 43
Tabela 3 - Identificação dos Entrevistados 46
Tabela 4 - Relação entre capital espiritual e religioso com a primeira etapa do questionário 66
Tabela 5 - Relação entre capital espiritual e religioso com a segunda etapa do questionário 66
Tabela 6 - Relação entre capital espiritual e religioso com a terceira etapa do questionário 67
Tabela 7 - Relação entre capital espiritual e religioso com a quarta etapa do questionário 68
Tabela 8 - Relação entre capital espiritual e religioso com a quinta etapa do questionário 68

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

We are not human beings having a spiritual experience.
We are spiritual beings having a human experience."
Pierre Teilhard de Chardin.

1 Introdução.

1.1. Problema de Pesquisa

Muitas empresas têm utilizado a religião para descobrirem o significado e o propósito dos seus negócios e da sua organização. Hoje, o mundo tem aumentado a religiosidade e diminuído as práticas religiosas. É por isso que é problemático para as empresas lidar com essas mudanças.

A análise e a solução dessa problemática ocupam os focos em estudos gerenciais. Normalmente, os estudos gerenciais tendem a acolher qualquer ideia, tema, técnica etc. que alimentam a solução da problemática gerencial. Atualmente, a literatura pertinente tem apresentado um número crescente de soluções que se relacionam à religiosidade das pessoas.

De acordo com pesquisas de nível mundial, em grande parte dos países, seus habitantes consideram a religião um componente essencial de suas vidas (PEW RESEARCH, 2008). Isso se deve, em parte, à crença alastrada por milhares de itens literários, densamente religiosos ou, simplesmente, de uma fácil autoajuda, que caracterizam a religiosidade como uma forma de solucionar problemas.

A religiosidade é vista como uma das forças mais importantes da história que influenciam o comportamento individual. Não é surpresa que, hoje, ela é essencial no ambiente gerencial, como sugere a associação entre religiosidade e comportamento do consumidor (MCDANIEL e BURNETT, 1990), e entre religiosidade e sucesso empresarial (MALLOCH, 2015).

Por exemplo, Malloch (2015) considera que o sucesso não acontece por acaso ou por sorte. O sucesso empresarial é adquirido através de virtudes, como a fé. Ele ainda afirma que o mundo organizacional é um teste da vida moral, no qual a bondade pode ser garantia de sucesso. Ele acredita que isso aconteça porque a disciplina espiritual exerce influência sobre a personalidade das pessoas. Assim,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

supõe-se que (CAVANAGH, 1999) a espiritualidade nos negócios faz com que as pessoas envolvidas nesse meio se tornem mais centradas e tenham em mente as coisas importantes da vida. Isso inclui Deus, família, outras pessoas, e o mundo que será passado às próximas gerações. (CAVANAGH, 1999)

São muitos os aspectos que a literatura menciona em que a religiosidade pode ser utilizada para solucionar problemas. A religiosidade se mostra significativa para os jovens e isso se justifica por algumas particularidades, tais como as de Fernandes (2009), nas a pesquisa afirma que dentre os jovens brasileiros entre 18 e 29 anos, 95% dizem ser religiosos e 65% se auto denominam profundamente religiosos. De acordo com o *ranking* os jovens do Brasil, esse grupo se classifica entre o terceiro mais religioso do mundo (FERNANDES, 2009). Outro ponto a ser considerado é que o ambiente acadêmico molda pessoas que irão atuar no mercado de trabalho, sendo futuros dirigentes.

Assim, a problemática deste trabalho vincula dois ambientes ao perguntar como a religiosidade no ambiente acadêmico pode vir a atuar em prol das pessoas que compõem ambientes organizacionais.

Nesse estudo a religiosidade é caracterizada como a relação entre uma pessoa e um ser considerado supremo, e como essa relação se expressa na sociedade (MCDANIEL e BURNETT, 1990).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

1.2. Objetivo

Em decorrência da problemática descrita, este trabalho tem como objetivo responder a três perguntas:

1. Como a religiosidade pode influenciar no comportamento empresarial?
2. A alteração dos níveis de religiosidade acarreta novos desafios?
3. Quais são as implicações na gestão das novas percepções de religiosidade?

Questões Secundárias de Pesquisa

Tendo em conta que este estudo se desenvolve em ambiente acadêmico, cabe a formulação cinco questões secundárias:

1. Como os alunos percebem a religiosidade neles mesmos?
2. Como os alunos percebem a religiosidade nas outras pessoas?
3. Como a religiosidade influencia os comportamentos e atitudes dos alunos?
4. Qual o nível de engajamento dos alunos nas práticas religiosas?
5. Como a religiosidade pode beneficiar as empresas que a dissemina?

1.3. Relevância do Estudo

Este estudo é importante dentro da nova ordem econômica do mundo que não inclui tão somente a obediência e controle das pessoas, mas também a inovação, o conhecimento e a inteligência (ASHAR e LANE-MAHER, 2004). De acordo com esses autores, o capital humano é percebido como a vantagem competitiva das empresas. As características dos colaboradores é que trarão o sucesso ou não de uma organização. Devido a isso é que se faz necessário cultivar bons relacionamentos e o espírito humano. Assim, há uma tendência da substituição dos valores materialistas por valores alternativos, como os valores espirituais que trazem a cooperação e a unidade da humanidade (ASHAR e LANE-MAHER, 2004).

As organizações têm demonstrado uma evolução na ~~"i~~dade pós-industrial" (TISCHLER, 1999). Os colaboradores são reconhecidos como o foco que trará a melhoria na sociedade. Por essa razão, tem-se aumentado o investimento em capacitação e qualidade a partir do entendimento do conhecimento como base do crescimento econômico. De acordo com Tischler (1999), há um reconhecimento de que as percepções e os sentimentos das pessoas afetam sua produtividade e qualidade. Assim, a importância da espiritualidade no ambiente de trabalho tem sido considerada de forma mais acentuada. Depois da era industrial, a sociedade despertou o olhar para novas maneiras de buscar autoestima que não incluíssem o dinheiro ou negócios. Essa visão é voltada para a auto-realização e inclui práticas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

espirituais, como a meditação e a ioga. Tal percepção tende a se infiltrar cada vez mais no mundo dos negócios (TISCHLER, 1999).

Este estudo parte do princípio de que a religiosidade é um fator relevante no ambiente organizacional. A partir daí, é importante contribuir com descobertas acerca dos rumos e das implicações empresariais da religiosidade na literatura.

1.4. Delimitações do Estudo

Este trabalho parte da premissa que o ambiente acadêmico é também um ambiente organizacional. Supõe, também, que a crença em Deus é um requisito essencial para a participação no estudo. Temas específicos sobre religiões, assim como a associação entre religiosidade e religião não são abordados, já que o foco é a religiosidade individualizada.

A pesquisa realiza-se no ambiente universitário com temas acerca da espiritualidade e a religiosidade. Ele avança para estabelecer implicações gerenciais, supondo que a geração universitária alimenta quadros gerenciais das empresas. Por isso limita-se a questões que têm vínculo gerencial. A pesquisa não tem pretensão em levantar questões teológicas e comparar crenças.

1.5. Estrutura da Dissertação

No capítulo 1 apresentam-se as motivações, os objetivos, as questões, e a delimitação do estudo, bem como sua relevância para o meio acadêmico e mundo corporativo.

O capítulo 2 constrói um referencial teórico, visando a elaboração de um instrumento de pesquisa. Nele são apresentados os conceitos de religião, religiosidade, espiritualidade e capital espiritual. Além disso, o capítulo traz a sugestão de cinco fatores que podem facilitar a análise da religiosidade voltada para organizações.

O capítulo 3 descreve a metodologia utilizada. Detalha o tipo da pesquisa realizada e suas etapas: revisão bibliográfica, entrevistas, elaboração do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

questionário, aplicação do questionário, opção de análise e teste, limitação do métodos e apresentação dos resultados.

No capítulo 4 são descritas a análise e a discussões dos resultados à luz do referencial teórico apresentado. Subsequentemente, o capítulo 5 expõe as conclusões da pesquisa.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2
Referencial Teórico

2.1.
Religião

De acordo com Balog et al. (2014) a religião é definida como um código de crenças, e isto faz com que as pessoas se segreguem através de rituais exclusivos, doutrinas e deem ênfase a estruturas formais. Os autores dizem também que frequentemente a religião é percebida como algo intolerante e que cria divisões como "crentes" e "descrentes" de uma determinada unidade.

Sendo assim, mesmo que todas as pessoas recebam influências direta ou indiretamente da religião, a experiência de cada indivíduo diferencia-se do outro. Para ilustrar os que criticam a existência da religião, Arthur (2012) cita que Freud defendia que a religião é uma fantasia, e que, para se alcançar a maturidade deve ser descartada. Freud e outros pesquisadores do início do século XX causaram forte impacto no campo e iam de encontro à opinião de psiquiatras que defendiam pontos de vista favoráveis a religião.

Independentemente dos questionamentos a respeito da religião, ela é caracterizada de forma geral pela relação de crenças, doutrinas e práticas que serão desempenhadas por membros da religião e da instituição (MACDONALD, 2009).

Dust e Greenhaus (2013) definem religião como uma busca pelo sagrado que traz consigo um conjunto de fenômenos como contexto social que incorpora regras, métodos como rituais e comportamentos prescritos, que informam uma ideologia específica e uma visão de mundo.

Trazer uma perspectiva de mundo é uma das funções da religião. No entanto, Jackson (1999) afirma que os valores e princípios espirituais são possíveis de serem gerais em vários tipos de religião (JACKSON, 1999). Esse mesmo autor ainda diz que se deve essencialmente respeitar diferenças éticas e tradições culturais, e que muitas verdades morais vem do nível espiritual. Além disso, essa moral pode conduzir códigos éticos que dirigem as empresas.

2.2.
Espiritualidade

MacDonald (2009) diz que definir a espiritualidade não é fácil. De fato, se fosse para avaliar os esforços gastos para definir espiritualidade pode-se concluir

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

que, ao longo dos anos, o progresso foi pouco. Há quem diga que o significado é vago e se encaixa mal em todas as teorias.

Por sua vez, Greenhaus e Dust (2013) veem a espiritualidade como respostas para argumentos desconfortáveis quando indivíduos fazem perguntas como "Quem sou eu?" e "Por que estou aqui?". A partir dai, visões de mundo são construídas com culturas que trazem sentido existencial e oferecem normas culturais para o que deve ser valorizado e importante na vida. Assim, para eles, a espiritualidade é o desenvolvimento de uma compreensão existencial que surge a partir da busca do sagrado.

Dentro da mesma ótica, o significado da espiritualidade para os indivíduos que tem espiritualidade é uma parte essencial para os seus sistemas de significados, o que os leva a ter discernimento do significado da vida e da influência em suas crenças e objetivos. (WHITAKER e WESTERMAN, 2014).

As pessoas percebem a espiritualidade como pessoal e universal, além de desprendida do tradicional e de ser comparada a uma religião organizada. (BALOG et al, 2014). A espiritualidade segundo Balog et al. (2014), é vista como tolerante a heterogeneidade e está mais aberta a novas ideias.

Em relação a espiritualidade e a personalidade, MacDonald, (2009) caracteriza o termo personalidade como a construção de domínio amplo e da responsabilidade do comportamento ao longo do tempo e situações. Dentro da psicologia, a espiritualidade tem sido utilizada como um componente para justificar a personalidade.

MacDonald (2009) diz que as tentativas de simplificar o conceito da espiritualidade só geram mais confusões. Por isso, é preciso pesquisar modelos empíricos disponíveis que organizem e definam o conteúdo da espiritualidade.

O interesse sobre a espiritualidade no trabalho tem crescido nos últimos anos e Petchsawanga e Duchon (2012) acreditam que isso é o resultado de vários fatores. Cacioppe (2000) diz que, como o mundo atual tem vários problemas sociais, econômicos e ambientais, o homem precisa procurar alguma forma de criar mais harmonia e paz e por isso busca a espiritualidade no trabalho. Paralelamente, Ashmos e Duchon (2000) afirmam que a espiritualidade no ambiente profissional ocorre porque os colaboradores trabalham com o coração e

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

o espírito e não apenas com as mãos. Assim, no momento em que as pessoas se envolvem no seu trabalho com um sentimento de propósito, elas se aproximam e geram um desempenho mais completo. (PETCHSAWANGA e DUCHON, 2012)

Alguns outros autores diferenciam os termos "espiritualidade" e "religiosidade". Embora comumente tratados como sinônimos, para Vitell (2009) não são exatamente iguais. Esse autor diferencia os termos dizendo que a espiritualidade envolve a procura por uma unificação entre natureza, humanidade e o transcendente. Já a religiosidade fornece uma comunidade de fé que traz ensinamentos para a moral. Portanto, é importante examinar essa distinção.

2.3. Religiosidade

Alguns pesquisadores, como Redden (2002), denominam "nova era" o fenômeno no qual a sociedade se desprende de regras e dogmas ligados a uma religião para construir um novo conceito de espiritualidade. Dentro desse conceito, os indivíduos sentem mais liberdade e poder individual de decisão, sem a necessidade de um comprometimento.

Assim, o desenvolvimento da religiosidade está seguindo a mesma busca pelo conhecimento que vive o mundo atual, caracterizando assim esse fenômeno como sendo central da cultura humana. (ABBAGNANO, 2007)

A religiosidade também é encarada como a representação da "busca essencial do ser humano pela transcendência de si mesmo a partir do encontro com uma força maior, aqui desvinculada de crenças ou sistemas determinados de fé" (ABDALA, 2010)

De acordo com Nunes (2009), a evolução da Internet na vida cotidiana e a influência dessa tecnologia na população juvenil é um dos motivos pelos quais as religiões mais contemporâneas são capazes de serem praticadas sem que as pessoas saiam de casa e, assim, recriarem a disciplina espiritual. Os relacionamentos são encarados como sendo mais leves, exigindo menos condutas e procedimentos. Para ilustrar isso é interessante observar que o jovem brasileiro é o terceiro mais religioso do mundo, mas é o décimo a seguir princípios de uma

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

igreja específica. Segundo Lipovetsky (2007) –percebe-se uma individualização do crer e do agir, para a efetivação e a relativização das crenças".

Os pesquisadores estão cada vez mais interessados em correlacionar a religião e a gestão de empresas. A economia sofre impactos da ação religiosa no mundo e Gundolfs e Filser (2013) fizeram um levantamento dos artigos que investigam essa correlação. Esses autores presumiram correntes de pesquisa sobre assunto que incluíam como a religião melhora as práticas e desempenho, bem como a relação entre religião e ética (GUNDOLF e FILSER, 2013).

Esse aumento de interesse em estudos sobre a religiosidade ocorre porque há maior disseminação de informações, que possibilitam que os indivíduos se tornem mais críticos e façam constantes questionamentos acerca de qualquer assunto. As empresas são interrogadas a respeito do seu papel na sociedade e são cobradas para se integrarem a causas sociais (PRINGLE e THOMPSON, 2000, apud PEREIRA e PESTANA, 2010).

Pringle e Thompson (2000, apud PEREIRA e PESTANA, 2010) dizem que essa necessidade de gerar um cunho social tem conexão direta com a –eultura da caridade" que é pregada em passagens bíblicas e é intrínseca à história do homem e da religião.

Ainda sobre o significado da religiosidade, há quem considere que a fé que a pessoa tem em Deus representa a religiosidade, além da busca pelo caminho estabelecido por Deus. (MCDANIEL e BURNETT, 1990)

Um estudo realizado por Allport e Ross (1967) analisa três generalizações estabelecidas entre religião e etnia. Para isso, os autores estabeleceram dois pólos de religiosidade, a religiosidade extrínseca, que motiva as pessoas a usarem sua religião, e a religiosidade intrínseca, que as motiva a viver sua religião.

A orientação extrínseca traz valores instrumentais. A religião então pode ser utilizada a favor da própria pessoa, mesmo que seja voltada para Deus. Já a orientação intrínseca é para aquelas pessoas que determinam seu credo e fazem esforços individuais para segui-lo totalmente, por isso vivem sua religiosidade. Um depoimento realizado no estudo de Allport e Ross (1967) deixa explícita essa diferença das orientações da religiosidade, uma vez que afirma que algumas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

pessoas vão a igreja para agradar e reconhecer a Deus e o Seu poder. Já algumas outras frequentam a igreja para explorá-la e obter algo em troca, sem ter como objetivo principal servir a Deus.

McDaniel e Burnett (1990) chamam a atenção para a religiosidade que demonstra a relação de uma pessoa com um ser supremo e como isso é expresso na sociedade. A religiosidade é considerada uma sub-categoria de valores humanos e reconhecida como uma força muito importante dentro da história, sendo determinante no comportamento dos indivíduos.

Esses autores consideram que orientações religiosas possuem duas perspectivas: compromisso religioso e filiação religiosa. A primeira é caracterizada por pessoas que tem alto nível de religiosidade intrínseca e tendem a ser mais morais, mais conscientes, mais disciplinadas, mais sociáveis, mais submissas, menos dominantes. A segunda perspectiva engloba aquelas pessoas que demonstram ser mais tradicionais, mais inclinadas a imposição externa de outros, menos orientadas para bens materiais, menos autodeterminadas. Existem diferenças claras no comportamento de pessoas que possuem níveis de compromisso religioso assim como pessoas com diferentes níveis de filiação religiosa.

De acordo com Holdcroft (2006) o conceito de religiosidade é complexo até mesmo pela tradução do termo. Na língua inglesa a origem é imprecisa e a palavra possui vários sinônimos.

Além disso, a autora diz que academicamente os pesquisadores assimilam o termo com outros diferentes. Os teólogos por exemplo, tratam a religiosidade com um ponto de vista da fé ou crença. Já os sociólogos remetem religiosidade a membros de alguma igreja.

Sendo assim, a religiosidade é utilizada por diferentes termos e se torna difícil identificar uma única definição.

2.4. Conceito de capital espiritual e religioso

Iannaccone e Klick (2003) afirmam que o capital espiritual ainda não possui uma definição clara. Isto porque a expressão une, muitas vezes, a ideia do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

capital tanto humano quanto social à noção popular, também não clara, da espiritualidade. Ademais, esses autores alertam, também, que a literatura pertinente não faz distinções efetivas entre espiritualidade e religiosidade. Por isso mesmo a distinção dos conceitos de capital religioso e capital espiritual nem sempre é levada adiante, de modo que, algumas vezes, os dois conceitos são tratados como sinônimos (MALLOCH, 2015; SCHILDERMAN, 2008).

Mas Iannaccone e Klick (2003) alegam que considerar o termo espiritualidade como ideia abrangente acarreta dificuldades tanto para o estabelecimento de limites, quanto para a definição de características. Em decorrência, propõem o conceito de capital espiritual. Vêm nesse conceito como um que comporta uma definição mais rigorosa do que a espiritualidade, o que facilitaria a elaboração de estudos empíricos e modelos formais (IANNACCONE e KLICK, 2003).

Ademais, ressaltam que o capital espiritual facilita a promoção de um novo paradigma que confronta uma sociedade que se volta para o lucro e a riqueza material. Esse posicionamento tem a função de transformar as pessoas envolvidas nessa liderança em pessoas mais aptas a planejar e agir. Esta transformação se daria por meio da elevação da função de liderança, normalmente os estresses do ambiente organizacional. Essa transformação caminharia no sentido de criar uma cultura empresarial que substituiria o excesso de interesse próprio, por uma maior atenção as desigualdades sociais. Isto aumentaria certamente o padrão moral das organizações e de seus dirigentes (SILVA, 2011).

Mas os esforços para conceituação mais clara e precisa do capital espiritual levaram a proposta de outro conceito: capital religioso. O capital religioso, de acordo com Serafim & Andion (2010), foi desenvolvido por Berger e Hegner (2003). Esse conceito surge a partir de indivíduos ou organizações que, através de alguma organização religiosa, praticam a espiritualidade e até a exercem para a conquista de influência e prestígio. Schilderman (2008) entende que foi Bourdieu quem plantou a semente do capital religioso. Isto porque ele, Schilderman, vê o capital religioso como um componente dos conceitos de capital cultural e simbólico, propostos por Bourdieu. Assim sendo, esse capital é inserido em habilidades e conhecimentos espirituais utilizados na prática para beneficiar instituições (SCHILDERMAN, 2008).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

É, então, possível considerar dois conceitos — capital espiritual ou religioso — como recursos disponíveis para práticas de ações coletivas. Por exemplo, Malloch (2015) não se refere ao capital religioso, portanto não há como supor que para ele haja uma distinção entre os conceitos. Ele apresenta um conceito de capital espiritual muito amplo de modo que embute o capital religioso na sua definição de capital espiritual. Todavia, Mallock (2015) manifesta sua posição de que o capital espiritual constitui uma fonte da felicidade humana que pode ser transmitida através das gerações por meio de crenças e exemplos nas tradições religiosas, morais e espirituais.

Mas os que defendem a separação dos dois conceitos, como Baker e Skinner (2003), sustentam que o capital espiritual representa uma definição mais ―líquida" do que ―sólida", já que se refere à ideias e visões intangíveis. Por isso mesmo, acham conveniente diferenciar os dois conceitos. Em suma, definem o capital espiritual como um sistema de valores que traz explicações teológicas sobre determinado assunto e se referem a valores e crenças. Por sua vez definem o capital religioso como as práticas das crenças que dão suporte à comunidade através de trabalhos comunitários em áreas sociais em benefício da sociedade. (BAKER e SKINNER, 2003). Assim, enquanto o capital espiritual transmite os valores, éticas e crenças que uma comunidade de fé traz para a sociedade, o capital religioso traz contribuições práticas para a sociedade e resultados diretos de ações concretas. Em conclusão, este trabalho opta pela distinção entre capital religioso e capital espiritual. Apesar de os dois serem muitas vezes, tratados como sinônimos (MALLOCH, 2015; SCHILDERMAN, 2008), a distinção abre espaço para análises mais significativas.

2.5.
Relevância do capital espiritual e religioso para as organizações

O conceito de capital espiritual ganhou força nos últimos anos, graças ao aumento da religiosidade global e aos escândalos corporativos e crise financeira. Por causa disso, o conceito abriu canais de comunicação com a economia, recursos humanos, ciência política e sociologia. (MALLOCH, 2015). Isto se evidencia pelo aumento da frequência e do crescimento da intensidade com que a mídia diariamente discute religião em meio a controvérsias morais e políticas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

(SCHILDERMAN, 2008). No entanto, nesse aumento encontram-se transformações positivas naquilo que os bens espirituais como a fé e a esperança dos indivíduos podem produzir (MALLOCH, 2015). Essas transformações podem atenuar ou enfraquecer as ameaças que o mundo enfrenta. Consequentemente, as empresas podem contribuir positivamente para essas transformações criando riqueza através do investimento em capital espiritual. Este investimento pode ser, por exemplo, pela criação e sustentação de talentos.

Sobre as mudanças que podem ocorrer no mundo, Malloch (2015) manifesta esperança para que a população consiga atingir um melhor nível de vida. Para tanto, é necessário melhorar também os índices de desenvolvimento como renda per capita, consumo de energia, uso da internet, educação, entre outros. Além disso, ele mesmo cita a necessidade de se desenvolver aspectos do bem-estar humano, realçando a importância do avanço das ciências, focalizada na saúde, alimentação, educação, meio ambiente, religião e valores culturais.

Portanto, este desenvolvimento que considera a preservação dos seres humanos, seus ambientes e suas vidas, inclui o capital espiritual (MALLOCH, 2015). Mas uma questão importante levantada por Malloch é sobre os meios de expor e operacionalizar o capital espiritual. Isso se torna importante pela presença do capital espiritual nos debates atuais sobre confiança, corrupção, governança e sustentabilidade. Mas isso exige antes de tudo, promover a importância do capital espiritual através de organizações religiosas que dão suporte social e emocional aos seus participantes, fazendo com que eles se tornem mais fortes (SERAFIM e ANDION (2010). Essa promoção envolve entender, em primeiro lugar, que a religiosidade influencia a visão de mundo das pessoas, depois, que a prioridade de vida também tem interferência das doutrinas religiosas e, finalmente, que a doutrina religiosa ainda influencia na socialização das pessoas e suas preferências (SERAFIM e ANDION, 2010). Em conclusão, os indivíduos que demonstram ter um vínculo religioso podem ser valorizados no comércio, se forem percebidos como moralmente qualificados.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.6.
Influência da religião nas organizações

A seguir apresenta-se uma análise de empresas que utilizam a religião como um fator de influência nos valores organizacionais. Essaz análise é baseada no estudo realizado por Malloch (2015), no qual descreve casos empresariais separando-os por tipo de religião em que se baseiam.

Dessa forma, é possível ilustrar como a religiosidade é tratada nestas empresas, quais são as medidas práticas que elas utilizam, como o gerente usa essa religiosidade no ambiente de trabalho e qual o resultado a empresa obtém.

2.6.1.
Como a religiosidade é tratada nas empresas?

De acordo com Malloch (2015), dentro da Michelin, François Michelin, neto de um dos fundadores, disseminou na organização os princípios religiosos que acreditava. Como cristão, ele propunha que as pessoas tomassem atitudes que contribuíssem para o crescimento e que ajudassem outras. De acordo com seus pensamentos, as pessoas geram uma capacidade ilimitada individual somente através da espiritualidade.

François também dizia que a busca pelo sucesso mundano traz insatisfação, já que o desenvolvimento econômico e científico mostra ao homem que há uma força que o transcende.

Acreditando no potencial ilimitado individual, François decidiu então incentivar os funcionários para descobrirem seu potencial. Assim, os objetivos atuais da empresa incluem a busca pelos meios que revelam nas pessoas quais são seus traços predominantes ainda não encontrados. Para isso é necessário dar a oportunidade de cada colaborador mostrar quem ele realmente é.

Por sua vez, dentro do Grupo Danone a religiosidade é tratada por alguns princípios empresariais gerenciados especialmente pelos diretores que possuem a maior remuneração. Um desses princípios está ligado ao forte senso de ética, que por sua vez é trazido pelos pensamentos sociais católicos. Esses pensamentos surgem acoplados ao foco na rentabilidade e na justiça social, através de projetos sociais que visam beneficiar os necessitados.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Para ilustrar como a empresa age em prol dos seus clientes internos, a sede da Danone fica em Paris. O local foi estrategicamente escolhido para facilitar os deslocamentos dos funcionários e poupá-los do trânsito. Isso ilustra a forma com que a Danone tenta agregar, quando possível, positivamente na vida de seus funcionários. Além da preocupação com seus clientes internos, uma organização criou um Comitê de Responsabilidade Social.

Já no Walmart um dos fundadores tem forte herança espiritual decorrente da fé presbiteriana. Os funcionários da empresa criam uma cultura com os valores religiosos em cada uma de suas lojas. Os lojistas da empresa e os seus colaboradores presentes no ambiente de trabalho diário são responsáveis pela formação dessa cultura. Ela acontece hierarquicamente de cima para baixo e de baixo para cima.

Um dos traços do Walmart é acreditar que sua cultura espiritual auxiliou na revolução de varejo no mercado global. Um fundador acredita que a fé presbiteriana favoreceu o desenvolvimento de um forte senso de justiça e de serviço social na empresa.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.6.2. Quais são as medidas práticas de religiosidade utilizada nas empresas?

Na Michelin há programas desenvolvidos com base nos princípios religiosos. Por exemplo, o programa Juventude selecionou 200 funcionários para ensinar a jovens em geral como é trabalhar neste tipo de indústria. Esse programa ajudou a mais de 300 pessoas a encontrar trabalho. Outro programa tinha a mesma proposta, mas incluía ajudar jovens desempregados ou com alguma doença psicológica. Desta forma, a experiência se mostrou transformadora para os participantes, que recuperaram sua dignidade com a ajuda de Michelin.

Em comparação, a Danone tem como objetivo contribuir para que o mundo diminua o nível de má nutrição em pessoas pobres. A empresa recruta quem acredita nesses valores e consegue compreender essa cultura empresarial. Através desse posicionamento, a Danone cria uma imagem forte frente aos empregados.

Por isso, ela utiliza aspectos do desenvolvimento sustentável, resolução de problemas, habilidades analíticas e desenvoltura, tomando por base seus princípios católicos. Em decorrência, criou o Prêmio Internacional Danone, que existe desde 1997. Este prêmio homenageia os funcionários que contribuem para avanços da nutrição humana. O prêmio, atualmente no valor de 120.000 euros, tornou-se internacionalmente reconhecido. Além disso, criou-se com financiamento total do Grupo Danone, uma organização sem fins lucrativos que visa o estudo da nutrição humana. Essas iniciativas ilustram como a Danone pensa no bem-estar das pessoas. Esse caminho parece destinado permanecer na empresa por muitos anos.

Já no Walmart um dos fundadores acredita que os valores religiosos influenciam na postura de liderança dos executivos e gerentes de loja. Para tanto, dá incentivos regulares para seus funcionários seguirem a Jesus pela ação de servir com respeito outras pessoas. Desse modo, promove, também, a venda de produtos a preços mais baixos para famílias de baixa renda. O Walmart faz, ainda, grandes doações para projetos de serviços cristãos e viagens missionárias. Em suma, através dessa cultura religiosa, favorece a honra no ambiente familiar e a camaradagem no ambiente de trabalho.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.6.3.
Qual o papel do gerente e funcionários neste processo?

François Michelin transmitia em seus valores alguns de seu avô, Èdouard. Dentre esses valores era passar aos seus gestores que a primeira parte do seu trabalho era amar os funcionários de sua responsabilidade. Michelin acreditava que qualquer tarefa realizada, por mínima que fosse, era comparada a uma obra de arte. Por isso era necessário desempenhar um trabalho extraordinário a cada dia, por menor que fosse. Ele considerava errado não dar atenção aos trabalhos manuais, e dizia que esses precisavam de atenção aos detalhes.

Para Michelin os gerentes precisam valorizar e incentivar todos os trabalhos desempenhados e acredita que isso ameniza as tensões que podem existir entre executivos e trabalhadores. Em seu posicionamento não deve existir

uma hierarquia rígida e sim um bom entendimento pelos funcionários sobre os objetivos e a cultura da empresa.

Desse modo ainda sugeriu que a resolução dos conflitos entre departamentos deve ser através de uma estrutura que faz os departamentos trabalharem juntos. Para isso é necessário também treinar as pessoas para que compreendam os problemas gerais da empresa, bem como as relações e interações, a fim de criar maior engajamento.

Michelin considerava a liberdade e a responsabilidade como valores de sua empresa. Ele argumentava que a raiz desses valores estava na convicção que Deus age com respeito a nossa liberdade, e que essa liberdade pressupõe a ética. Todos os colaboradores devem fazer ao outro o que gostariam que fizessem a eles próprios.

Por isso, o sistema de ética valorizado por Michelin era explicado por acreditar que a prestação de contas não é feita somente para a sociedade, mas também a Deus. Como cristão ele dizia que é preciso pensar no que se está fazendo e no que deveria estar fazendo.

Já os valores espirituais da Danone também são incluídos nos seus princípios de gestão. Isso inclui atenção à saúde dos clientes, a quantidade e sabor dos produtos e o reflexo deles no meio ambiente e na sociedade. Além disso, a empresa acredita no humanismo, que é gerado através da partilha, responsabilidade e respeito pelos outros. Com os valores espirituais, os funcionários devem ter o desejo e a capacidade de assumir riscos, explorar caminhos alternativos e superar suas falhas. Devem também ter o desejo de ser desafiado, ter a capacidade de ser criativo, ter vitalidade, flexibilidade e adaptabilidade.

O Walmart também tem influência de valores religiosos. Eles estão ligados a seus fundadores, muitos de seus executivos e funcionários. Esses valores influenciam positivamente no serviço, na disciplina e na generosidade das pessoas. Consequentemente, podem ser utilizados a favor da reputação da empresa no mercado de varejo. Por isso, a gerência então espera que os valores espirituais ajudem a organização a aplacar algumas das acusações feitas contra o Walmart nas comunidades locais e global.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.6.4.
Qual o resultado que as empresas tiveram com essas medidas?

De acordo com os resultados, os valores espirituais da Michelin provavelmente contribuíram para que ela fosse considerada, atualmente, como a segunda maior fabricante de pneus global de acordo com as vendas de 2009, em dólares norte-americanos.

Já para a Danone, seguir seus valores espirituais pode ter feito com que, hoje, seja reconhecida como a empresa líder em produtos lácteos no mundo e um gigante na água engarrafada.

Finalmente, a conexão que o Walmart tem com os valores espirituais, ajudou a empresa a ser reconhecida como o maior varejista do mundo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.7.
Religiosidade e suas percepções

Os itens a seguir descrevem fatores: Percepção da religiosidade nas suas próprias crenças; Percepção da religiosidade na vida das outras pessoas; Percepção da religiosidade no consumo das pessoas; Percepção da religiosidade no comportamento de universitários; Percepção da religiosidade nos traços de personalidade de universitários. Eles representam uma proposta de referencial bibliográfico acerca da religiosidade nas organizações. Por isso, essa sugestão de divisão pode auxiliar em pesquisa que relacionam a religiosidade à gerência. Os elementos também ajudarão a explicar os rumos da religiosidade e suas implicações nas atitudes e comportamentos de estudantes universitários.

2.7.1.
Percepção da religiosidade nas próprias crenças

MacDonald (2009) traz a relação entre espiritualidade e identidade. Ele define espiritualidade como uma busca existencial própria para significados através da individualização e compreensão do sagrado. Ele afirma, também, que espiritualidade é um senso persistente de questões próprias sobre a natureza, propósito e o sentido da vida.

Paralelamente, Arthur (2012) vê uma conexão entre religião e felicidade porque acredita que pessoas religiosas têm mais paz de espírito, menos medo da morte e da vida após a morte. Ele analisou um estudo que encontrou uma relação negativa entre a religiosidade e o estresse causado pós traumas. Nesse estudo, os pesquisadores encontraram em um de seus estudos alto nível de pessoas que concordaram que em situações de dificuldade, eles entendiam os problemas como uma forma de punição de Deus a elas.

Foi possível entender porque alguns participantes do estudo de Mansori (2002) tinham determinada conexão religiosa devido a influência familiar e sua formação. Esse autor diz que a religião é dita como importante dentro do campo social e constrói uma série de crenças e atitudes no meio social em que o fiel vive.

2.7.2. Percepção da religiosidade na vida das outras pessoas

Em comportamentos de famílias que possuem crianças com doenças crônicas constatou-se que a espiritualidade e a religião influenciam o modo de agir e pensar dos envolvidos de acordo com Paula, Nascimento e Rocha (2008). Esses autores realçaram que contar com a força religiosa nos momentos de dificuldades faz com que as famílias se sintam mais confortáveis.

Além disso, as famílias que tendem a buscar outras explicações para esses problemas acreditam que há motivos religiosos além dos científicos. A ciência pode trazer sentimentos de incerteza e desmotivação, ao passo que a busca espiritual encoraja a ter esperança para que então haja aceitação da doença (PAULA, NASCIMENTO e ROCHA, 2008).

A respeito da vida em comunidade, a organização religiosa em geral possui um local para práticas espirituais e que serve para convívio dos fiéis em uma comunidade. Paula, Nascimento e Roch (2008) corroboram a ideia de que há uma mobilização dos membros da comunidade a favor da criança e da família que enfrenta doença, fazendo com que haja interação social e apoio mútuo. Os familiares relatam também que o significado de suas vidas é modificado pelas dificuldades, valorizando e alterando sua visão em relação a diversos valores.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Nessa mesma perspectiva, a religiosidade tem influência positiva no comportamento das famílias com membros que sofrem de doenças crônicas. De acordo com Paula, Nascimento e Rocha (2008) o sagrado significa paz e tranqüilidade, além de ser uma estratégia para a diminuir o estresse.

Sobre a influência da religiosidade, Araujo, Vieira e Turano (2013) realizaram um estudo sobre o retiro espiritual. Alguns fiéis disseram que seguiram essa prática religiosa porque estavam buscando integração com outras pessoas que compartilhariam da mesma espiritualidade e dos mesmos valores.

2.7.3.
Percepção da religiosidade no consumo das pessoas

Se os indivíduos buscam na religião uma identidade individual, pode-se esperar que aqueles que buscam satisfação na religiosidade irão modificar os seus hábitos de consumo a fim de adequar suas experiências de compra a suas crenças. (SHAW e NEWHOLM, 2002)

Espera-se que quanto maior a espiritualidade de um indivíduo mais suscetível ele é nas reflexões sobre os seus atos de consumo.

Alguns estudos (HUNEKE, 2005; SHAW e NEWHOLM, 2002) já sugeriram mudanças no consumidor. Uma delas apóia a simplicidade voluntária na qual o consumo se baseia nas ideias sociais e ecológicas. Por exemplo, os indivíduos estão ~~–te~~ntando reduzir o impacto de suas escolhas no planeta e na sociedade através da adoção de processos de compras conscientes" (ABDALA, 2010). Essa mudança no comportamento do consumo tem consequência sobre a qualidade e a quantidade dos produtos utilizados. É possível identificar essa reestruturação na forma e nos hábitos de compra. O materialismo é repensado e interpretado juntamente com o bem-estar das pessoas. O valor do coletivo tem implícita a satisfação subjetiva e é inversamente proporcional ao dispêndio excessivo (BURROUGHS e RINDFLEISCH, 2002).

Nessa mesma ótica, Cosgel e Minkler (2004) falam do efeito da religião no consumo. Eles dizem que esse efeito acarreta mudança fundamental nas preferências. A teoria da escolha racional considera crenças e preferências como fatores distintos. No entanto, existem outros estudos que questionam essa posição

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

e julgam que, para ter um consumo inteligente, é necessário ponderar as preferências individuais com normas relevantes para a religião. Assim, há complexidade nas decisões de compras das pessoas que seguem suas crenças.

Por outro lado, o não consumo pode ser influenciado pela religiosidade do indivíduo, já que além de encorajá-lo a determinadas compras, o contrário também ocorre (ARAUJO, VIEIRA e TURANO, 2013). Esses mesmos autores relataram que os jovens dizem seguir um consumo mais moderado, equilibrando assim as suas ações com a religião. A literatura cita exemplos de fiéis que procuram um consumo mais consciente e que evitam o que consideram ser excesso (ARAUJO, VIEIRA e TURANO, 2013). Ahuvia (2008) constata também que as pessoas buscam entender se há realmente alguma relação entre o consumismo ou materialismo e a felicidade. O autor diz que algumas dessas pessoas já acreditam que o excesso traz a redução de bem-estar (AHUVIA, 2008).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

2.7.4.
Percepção da religiosidade no comportamento

Alguns estudos já mostram a influência positiva da religiosidade no ambiente de trabalho. Whitaker e Westerman (2014) acreditam que o aumento de níveis de diversidade religiosa no ambiente empresarial resultou em um maior interesse pela espiritualidade no ambiente de trabalho.

Da mesma maneira, Kolodinsky et al (2008) afirmam que o ambiente de trabalho espiritualizado é o reflexo das espiritualidades pessoais. Com isso o comportamento dos colaboradores resulta dos seus valores espirituais. Além disso, esse autor diz que os trabalhadores valorizam locais de trabalho com valores espirituais, mesmo que eles próprios não tenham uma espiritualidade elevada. Desse modo, a cultura da organização que reflete os valores espirituais parece ter efeitos importantes sobre as atitudes dos colaboradores. Assim, as organizações que possuem mais indícios espirituais fornecem mais sentido de comunidade e são mais procuradas pelos colaboradores.

Para Dust e Greenhaus (2013), a literatura sugere que a espiritualidade é um elemento que afeta as habilidades de adaptação, liderança e execução. Esses autores salientam que as características pessoais e espirituais influenciam diretamente as relações dos indivíduos no ambiente de trabalho ou familiar. Por

conseguinte, a espiritualidade pode gerar benefícios ou prejuízo a sociedade e as organizações. Portanto sugerem que pesquisas sejam desenvolvidas para testar estas implicações positivas ou negativas.

2.7.5.
Percepção da religiosidade nos traços de personalidade

Para compreender a relação entre religiosidade e traços de personalidade, primeiramente é necessário o conceito de traços. Segundo Barkhuus (1999), Gordol Allport foi o primeiro psicólogo que trouxe esse conceito. Ele considerava que o traço é a forma mais apropriada de definir a personalidade e desenvolveu sua teoria sobre o assunto. Allport definiu traços como um sistema que tem a capacidade de processar estímulos e orientar formas de comportamento. Na sua teoria, ele explica como o traço de cada pessoa é exclusivo e exemplifica dizendo que duas pessoas podem possuir a agressividade, mas se as influências externas são diferentes, o estilo de cada um e a agressividade também podem ser diferentes. (BARKHUUS, 1999)

Com isso, de acordo com o conceito de traços que Arthur (2013) considera, eles são determinados pelo comportamento, sentimento e pensamentos pessoais dos indivíduos. O autor ainda corrobora a ideia de que entender o que determina o comportamento dos indivíduos permite prever o comportamento deles no futuro. Isso pode ter grande utilidade para as ciências.

No estudo realizado por Arthur (2012) para descobrir como a religiosidade poderia influenciar na felicidade e nos traços de personalidade dos indivíduos, encontrou-se correlação entre felicidade, religião e traços de personalidade.

MacDonald (2009) diz que o estudo da personalidade dentro da psicologia tem percebido a espiritualidade como um componente da personalidade que ajuda a explicar determinados comportamentos dos indivíduos.

Finalmente, os traços podem definir os comportamentos, os sentimentos e a forma de pensar de uma pessoa, de acordo com Arthur (2012). Isso traz uma visão particular sobre a vida e faz com que se tenha uma resposta típica a uma determinada situação. O benefício de entender a religiosidade nos traços de personalidade é poder prever como um indivíduo ou grupo reage em

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

uma situação específica. As organizações podem ter benefícios através dessa ferramenta.

2.8. Sumário do Referencial Teórico e Possíveis Medidas de Religiosidade

Esta revisão bibliográfica identificou temas ligados a possíveis medidas de avaliação da religiosidade.

Surgiu a ideia de que a religiosidade estimula comportamentos que favorecem as relações sociais. Isso significa que estimula o comportamento social mais explícito e mais ativo. Ela sugere que a espiritualidade no trabalho tem benefícios para o próprio indivíduo e para a sociedade (BANDSUCH e CAVANAGH, 2005).

A respeito das decisões gerenciais éticas no marketing, Sihghapakdi et al (2013) desenvolveu um estudo cujo objetivo era dizer sobre o impacto potencial do amor pelo dinheiro. Para isso, foi necessário dividir a religiosidade em dois tipos: a ~~"e~~extrínseca", referente a motivações utilitárias (racionais) que irão delimitar comportamentos religiosos, e ~~"in~~trínseca", baseada em objetivos inerentes de tradições religiosas. (SINGHAPAKDI et al, 2013).

Apareceu que pessoas que gastam tempo rezando sozinhas se enquadram no contexto das expectativas de comportamento religioso (GLOCK e STARK, 1968). Essas expectativas salientam que os aderentes terão experiências e crenças religiosas específicas; seguirão ritos que envolvem a prática pública dessas crenças; adotarão devoções que levam a atitudes e comportamentos particulares e, finalmente, formarão expectativas de se tornar conhecedoras de suas práticas e da religião a que eventualmente aderem.

Surgiu que nas ideias de Poll e Smith (2003) as quais sugerem que o desenvolvimento da identidade espiritual não ocorre de maneira linear. Isto significa que a espiritualidade é desenvolvida de maneira diferente em cada indivíduo. Esse desenvolvimento coleta experiências espirituais e individuais para integrá-las em um sentido próprio para cada pessoa. Assim sendo, conforme já citado por Glock e Stark (1968), o comportamento religioso implica em

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

expectativas e elas salientam que os aderentes terão experiências e crenças religiosas específicas e particulares. Além disso, esses mesmos autores dizem que a religiosidade traz às pessoas a certeza de devoções que acarretam atitudes e comportamentos particulares.

Beck e McDonald (2004) defendem a ideia de que ter alguma relação com Deus é algo frutuoso. Mesmo que a espiritualidade seja diferente para cada indivíduo ela é considerada como algo frutuoso. Por trazer benefícios às pessoas, a religiosidade pode fazer com que elas sempre tenham a certeza de Deus. Isso ocorre porque há comprovações empíricas na vida desses indivíduos. Beck e McDonald (2004) ainda dizem que, uma forma de definir a dimensão da experiência espiritual de algum indivíduo, é saber se ele tem uma segurança no seu apego a Deus.

Também foi percebido que a ideia de que a religiosidade inclue também em frequentar um local para práticas espirituais, Greenhaus e Dust (2013) desenvolveram um estudo que ressalta como a espiritualidade contribui para que a sociedade tenha mais estrutura para participação espiritual e religiosa. A frequência e a participação de práticas espirituais e religiosas trazem consequências positivas às pessoas como as ajuda a enfrentarem e reduzirem o estresse no trabalho e em casa. Além disso, encoraja os indivíduos a gastarem tempo, energia e recursos ajudando outras pessoas.

Os indivíduos que frequentem uma igreja/templo (GLOCK e STARK, 1968) têm experiências e crenças religiosas específicas e particulares. Os autores também elencam alguns fatores que determinam as experiências religiosas das pessoas, dentre eles estão: a necessidade e obrigação em seguir ritos que envolvam a prática pública dessas crenças; a adoção de devoções que levam a atitudes e comportamentos particulares.

Surgiu que muitos indivíduos agem e guiam seus comportamentos baseados nos ensinamentos da sua religião. É o que diz Westerman, Whitaker e Hardesty (2013) quando relacionam a crença em Deus como um diferencial nos valores do ambiente de trabalho. Através dessa passagem, é possível perceber como a crença em Deus pode interferir no comportamento das pessoas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Glock e Stark (1968) também argumentam que o comportamento religioso implica em expectativas e elas salientam que os aderentes terão experiências e crenças religiosas específicas e particulares. Sugerem assim que um dos comportamentos religiosos é praticar e vivenciar suas crenças.

Os indivíduos que desenvolvem mais seus recursos espirituais tendem a acreditar mais na sua capacidade em cumprir metas (BICKERTON, MINER, DOWSON e GRIFFIN, 2014). Além disso, eles também tendem a passar mais facilmente pelas dificuldades encontradas na rotina profissional, além dos desafios que podem ser menos penosos através dos recursos divinos. (BICKERTON et al ,2014). Consequentemente, as pessoas com mais recursos espirituais tem capacidade de administrar melhor as dificuldades (PARK, 2012).

De Botton (1969) segue a mesma ideia, dizendo que as religiões é um meio no qual as pessoas suprem suas necessidades centrais. Uma dessas necessidades é a de ter melhor desenvoltura mediante as vulnerabilidades, como por exemplo, o fracasso profissional.

Rohrbaugh e Jessor (1975) demonstram que a religiosidade tem vínculos com o controle pessoal entre os jovens e que, quando há um sério problema pessoal, as pessoas consideram a religião para aprender algo. Os mesmos autores concluíram que a religiosidade é algo que impacta na superação dos problemas das pessoas.

Identificou-se também que estar bem informado sobre a sua própria religião se enquadra no contexto das expectativas de comportamento religioso (GLOCK e STARK, 1968). Ademais, o comportamento religioso implica que estas pessoas formarão expectativas de se tornarem conhecedoras de suas práticas e da religião que eventualmente aderem.

Da mesma maneira, Singhapakdi et al (2012) consideram que a leitura tem impacto no nível de religiosidade dos indivíduos. Mas acreditam que se deve explorar a religiosidade, questionando às pessoas sobre o proveito de leituras sobre sua religião.

Apareceu que Wink e Dillom (2002) falam que a busca pela compreensão da própria existência ocorre através da compreensão individualizada do sagrado. Os indivíduos, de maneira geral, querem tornar sua existência significativa e, para

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

isso, criam visões de mundo que devem ser valorizadas e consideradas importantes. As crenças religiosas e a espiritualidade são maneiras de manifestar estas visões de mundo. (GREENHAUS et al., 2013)

Surgiu ainda que os indivíduos fazem oração a outras pessoas como forma de gratidão e ao mesmo tempo com a vontade de que essa proteção continue (GAARDER, HELLERN e NOTAKER, 1952). Uma religião japonesa diz que o serviço divino, diariamente, faz com que as pessoas se protejam de todas as adversidades. O autor ainda cita que alguns cultos as pessoas expressam gratidão e pedem para continuar sendo protegidas (GAARDER, HELLERN e NOTAKER, 1952)

Da mesma maneira, Allport e Ross (1967) questionam se as pessoas buscam a religiosidade para se sentirem aliviadas e protegidas.

Também surgiu de acordo com Payutto (2002, apud. PETCHSAWANGA e DUCHON (2012) as pessoas fazem meditações para se tranquilizarem, para acalmar sua mente e gerar felicidade. Isso ocorre, principalmente, quando estão enfrentando problemas.

Por isso, aspectos da religiosidade são muito citados nos estudos realizados dentro da área de Psicologia, e vários casos relatam a busca pela religiosidade nos momentos de dificuldades das pessoas próximas. Segundo Duarte e Wanderley (2011), é importante incluir disciplinas sobre religiosidade e espiritualidade na educação superior. Isso pode gerar um ambiente de trabalho mais preparado para lidar com o público, que de uma maneira geral, dá muita importância para as crenças religiosas e espirituais nos momentos de dificuldades.

Depois foi identificado que Myers (2000) desenvolveu um estudo envolvendo mais de 34 mil participantes e indicou que aquelas pessoas que tinham maior prática religiosa possuíam também maior nível de felicidade.

Singhapakdi et al. (2012) buscaram entender a influencia do amor no dinheiro e a influencia da religiosidade nas tomadas de decisões éticas. Os autores questionam se na religiosidade extrínseca às pessoas rezam para a paz e a felicidade. Assim, seria possível encontrar indícios de quais são os benefícios e o que os indivíduos esperam ter praticando sua religiosidade.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Apareceu que Whitaker e Westerman (2014) consideram que profissionais que possuem espiritualidade tendem a captar oportunidade de crescimento pessoal diante de problemas, ao invés de criarem obstáculo.

Surgiu que MacDonald (2009) corrobora com a ideia de que a identidade de um indivíduo é a soma das experiências e a personalidade deste indivíduo com as influências sociais e históricas.

Neste sentido, McDonald (2009) fala de como a interação entre a religiosidade e a experiência espiritual de cada pessoa age para trazer uma identidade espiritual. O mesmo fala, também, que a comunidade e a família juntamente com o estilo de vida e o ego são variáveis que medem a identidade espiritual dos indivíduos.

Encontrou-se também que uma das principais funções da espiritualidade é trazer novas percepções as pessoas que a consome. Com isso, a religiosidade gera novas experiências e imbui significados a estas experiências (WESTERMAM e WHITAKER, 2014). Uma dessas experiências é fazer com que as pessoas perdoem e façam as pazes com aquelas que lhes causaram danos. Esta atitude é formada com a intenção de que as pessoas que causam prejuízos possam perceber e começar a gerar visões mais positivas com relacionamentos futuros. (DUST e GREENHAUS, 2013)

Também foi mostrado que McDonald (2009) apontou o otimismo e o suporte social como fatores que ajustam a aflição psicológica dentro das variáveis espirituais.

Na mesma linha, Gaarder, Hellern e Notaker (2000) reúnem os principais conceitos das mais importantes religiões do mundo e sustentam que a caridade é um dos pilares da maioria das religiões e, em alguns casos, obrigação religiosa.

A identidade espiritual de uma pessoa é construída a partir da identificação individual das pessoas com as experiências consideradas espirituais (MACDONALD, 2009). Isso é dito em um estudo sobre a relação entre identidade e espiritualidade, no qual o autor caracteriza a identidade espiritual e mostra como as experiências de cada indivíduo contribuem para a formação da religiosidade.

Gaarder, Hellern e Notaker (2000) chamam a atenção para a influência dos testemunhos nas religiões. –Têm, porém, elementos regulares constantes, como a

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

música cantada, a leitura das escrituras, as orações espontâneas, o sermão e os testemunhos individuais de fé.”. Portanto, o testemunho é um discurso feito por indivíduos que desejam contar as outras pessoas suas experiências religiosas e de vida.

A simplicidade voluntária tem sido um tema recorrente nas pesquisas atuais. Huneke (2005) diz que ela é uma busca pelo equilíbrio das pessoas entre sua vida interior e exterior. A simplicidade voluntária também é expressa através de valores internos que refletem em comportamento externo, como por exemplo, compras, aparência, modo de vida, libertação da falta de tempo e interligando homem e natureza.

Segundo Huneke (2005), um levantamento realizado nos Estados Unidos revelou que os americanos reconhecem que o materialismo, a ganância e o egoísmo têm sido mais considerados pelos indivíduos do que os valores com mais significado como família e comunidade. Após reconhecer esse contexto, eles demonstram que o real sentido para suas vidas tem sido buscar o equilíbrio nos objetos materiais de suas vidas. (HUNEKE, 2005)

Também de acordo com Allport e Ross (1967), primeiramente, afirmam que pessoas religiosas têm mais atitudes punitivas em relação às pessoas que têm comportamentos considerados não convencionais. Em seguida, dizem que dentro de uma população estudantil, os indivíduos que não possuíam uma crença tendiam a ser menos autoritários e etnocêntricos. Por fim, afirmam depois de várias análises, que perceberam a experiência religiosa individual como um fator decisivo de tolerância.

Apareceu que Neal (1997) fala sobre como os indivíduos ligados à espiritualidade sentem a responsabilidade de se envolverem em práticas que exprimem comportamentos pró-sociais. Esses comportamentos têm a finalidade de ajudar outras pessoas.

Aplicando esse significado em situações práticas, Petchsawanga e Duchon (2012) verificaram se a meditação está conectada com resultados terapêuticos. Consideraram importante questionar as pessoas se elas tentavam ajudar os colegas de trabalho a aliviarem seus sofrimentos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Sobre um benefício que a religiosidade traz para os indivíduos que dela são adeptos, é demonstrada por Westerman e Whitaker (2014). Esses autores alinharam a espiritualidade com valores organizacionais e mostraram que o resultado foi uma maior iniciativa pessoal dos supervisores. Assim, é razoável supor que a espiritualidade traz ao ambiente de trabalho um significado para o ele e isso aumenta positivamente o senso de conexão nas relações entre os colaboradores. Além disso, os colaboradores se sentem mais abertos para expressar sua espiritualidade (REGO, PINA e CUNHA, 2008).

Um estudo (ARAUJO, VIEIRA e TURANO, 2013) buscou compreender as práticas de consumo de jovens católicos. Revelou que alguns dos motivos que os jovens usavam para justificar a sua opção e/ou frequência em/por retiros espirituais era a interação com o próximo. A intenção era a de que as pessoas que estavam no retiro pudessem fazer possíveis amigos espiritualizados e com valores conectados ou similares aos seus. (ARAUJO, VIEIRA e TURANO, 2013)

Por último apareceu que os valores éticos são percebidos em uma empresa, principalmente, quando a espiritualidade é incorporada no local de trabalho (ARNETZ, et al. 2013). Da mesma maneira, Hunt e Vitell (1993) citam que a religião é incluída como um fator que possui influência positiva em julgamentos éticos e que as crenças religiosas favorecem tomadas de decisão quando enfrentam questões éticas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

3
Método

3.1
Tipo de Pesquisa

Esta dissertação baseia-se em uma pesquisa descritiva cuja proposta do estudo seguiu as seguintes etapas:

3.1.1
Etapa 1: Revisão Bibliográfica

Exploração bibliográfica dedicada a conhecer o que há na literatura acerca do assunto. A atenção principal concentrou-se no conceito de religiosidade e nos autores que buscam mensurar a religiosidade.

3.1.2
Etapa 2: Entrevistas

Após o levantamento da literatura, notou-se que várias questões já utilizadas para mensuração necessitavam de ajustes e complementos para a elaboração de um questionário adequado ao público da pesquisa. Realizaram-se, então, cinco entrevistas em profundidade, com universitários do Rio de Janeiro, visando esclarecer o entendimento dos temas colocados em torno da religiosidade por diversos autores. Os entrevistados falaram de forma livre a respeito da religiosidade e o pesquisador estimulou o aprofundamento das falas para a melhorar compreensão de suas crenças e percepções.

A tabela 1 mostra a identificação dos entrevistados:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Tabela 1 - Identificação dos Entrevistados

E1	Bruno
E2	Cíntia
E3	Letícia
E4	Lucas
E5	Priscilla

Essa etapa da pesquisa foi realizada sem o uso de roteiro e conduzida em formato de conversa. As entrevistas foram feitas em setembro de 2014, gravadas em áudio e depois transcritas. Sua análise revelou não só formas de melhorar as questões, como também serviu para introduzir novos temas, que foram incorporados na formulação das perguntas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

3.1.3.
Etapa 3: Elaboração do Questionário

Nesta etapa, a pesquisadora, com base na literatura e nas transcrições das entrevistas, desenvolveu um questionário preliminar baseado nos cinco temas descritos no final da revisão bibliográfica. As perguntas referentes a esses cinco temas foram formuladas em uma escala tipo Likert de cinco pontos: discordo totalmente, discordo parcialmente, não concordo e nem discordo, concordo parcialmente e concordo totalmente.

Foram realizados dois pré-testes com o questionário para melhorar a redação e verificar o entendimento das questões. Um resultado importante desses testes foi a reformulação das perguntas após a primeira rodada de testes. A pesquisadora percebeu, e foi alertado até pelos próprios entrevistados, que poderia haver uma tendência a valorizar algumas respostas. Aqueles respondentes de elevada religiosidade poderiam dar a si próprios uma avaliação muito elevada e aqueles de baixa religiosidade poderiam ser levados a desvalorizar as respostas em geral. Para contornar esse problema, todas as questões foram reescritas na perspectiva projetiva, associando todas as medidas a percepções gerais dos respondentes em relação a outras pessoas e não a si próprios.

As perguntas foram distribuídas nas cinco categorias apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2 - Perguntas por Categorias

Categoria 1	Pense em como você através da religiosidade percebe o mundo, dá importância a religiosidade e entende suas crenças.	Compreender como as pessoas percebem a religiosidade nelas mesmas.	11 perguntas
Categoria 2	Agora pense em como você e a religiosidade das pessoas pode ser influenciada, pode influenciar e se tornar motivo para modificar a vida das outras pessoas.	Compreender como as pessoas percebem a religiosidade nas outras pessoas e como a religiosidade afeta sua relação com outras pessoas	11 perguntas
Categoria 3	Pense em como a religiosidade pode modificar o consumo das pessoas.	Compreender como as pessoas percebem a religiosidade no consumo.	4 perguntas
Categoria 4	Reflita em como a religiosidade pode influenciar o comportamento dos alunos no convívio acadêmico.	Compreender como as pessoas percebem a religiosidade no comportamento dos alunos.	8 perguntas
Categoria 5	Agora pense em como a religiosidade pode moldar os traços de personalidade e os valores de cada aluno.	Compreender como as pessoas percebem a religiosidade nos traços de personalidade dos alunos.	8 perguntas

O questionário inclui ainda duas outras sessões. A primeira contém três perguntas relacionadas à religiosidade do indivíduo, e a resposta é feita por uma escala de Likert de 4 pontos. Assim, o respondente diz qual a frequência em que ele pensa em Deus, vai à igreja/templo e faz oração. E a segunda contém perguntas categóricas, como idade e se o respondente recebe bolsa da faculdade.

O questionário final encontra-se no Anexo 1.

3.1.4. Aplicação do Questionário

Os questionários foram impressos e entregues em sala de aula para alunos de Administração e de Comunicação de uma universidade particular do Rio de Janeiro. Os alunos responderam o questionário em cerca de 20 minutos, no início da aula, com permissão do professor. A distribuição para 248 respondentes disponíveis foi realizada, em novembro de 2014 e finalizada com 231 questionários válidos. A única pergunta filtro foi apresentada: ―Você acredita em

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Deus? ". Somente participaram da pesquisa aqueles que responderam afirmativamente essa questão. Do total, apenas onze alunos foram excluídos por essa razão.

3.1.5
Etapa 5: Opção de Análise e Testes

A escala de Likert utilizada no questionário foi pontuada de 1 a 5, onde 1 correspondia a discordo totalmente, 2 a discordo parcialmente, 3 a não concordo e nem discordo, 4 a concordo parcialmente e 5 a concordo totalmente. A partir desta codificação, as médias das respostas de cada pergunta foram submetidas a um teste *t*, estabelecendo-se a hipótese nula como sendo a média igual a 3, ou seja, a posição central. A hipótese alternativa estabeleceu que a média registrada na resposta seria estatisticamente diferente de 3, com nível de confiança de 95%. Em decorrência do teste, três questões foram eliminadas por não passarem no teste das médias. São elas: "Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se sentem pior do que as outras com o desperdício de comida"; "Eu penso que os alunos com maior religiosidade buscam mais a simplicidade"; "Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais humildes".

O teste *t* foi também aplicado para as diferenças entre as médias de homens e mulheres, e também de alunos bolsistas e não bolsistas. Mas as diferenças não foram estatisticamente significantes, de modo que não estão registradas nos resultados.

A partir desses fatos, optou-se por apresentar os resultados em forma de concordo e discordo somente. Assim, a posição "concordo" representa as percentagens de concordo totalmente e concordo parcialmente, e a posição "discordo" representa a soma da percentagem de discordo totalmente com a percentagem de discordo parcialmente.

3.2
Limitações do Método

Cuidados foram tomados para que as respostas pudessem ser estatisticamente válidas. Este objetivo foi amplamente atingido porque somente

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

três perguntas não coincidiram com as expectativas do pesquisador. Contudo, permanecem nesta pesquisa as limitações normais de aplicação de um questionário em amostra de conveniência, a despeito do cuidado de buscar respondentes de cursos mais voltados para a profissionalização e cujos alunos estarão preferencialmente empregados em posições gerenciais.

Apesar das respostas indicarem posições estatisticamente significantes, a complexidade do tema deixa o pesquisador intrigado com a verdadeira compreensão do significado dos temas tratados em cada questão.

Além disso, houve um cuidado especial na elaboração do questionário no que diz respeito à eventual preocupação dos respondentes em serem identificados. Nenhum dado que permitisse a identificação do respondente foi solicitado.

Finalmente, algumas análises e interpretações ficam por conta do vínculo que este estudo estabelece entre a religiosidade presente e a religiosidade futura dos respondentes. Isto se aplica também a condição presente dos respondentes – estudantes universitários - e a condição futura - posições gerenciais.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

3.3
Apresentação dos Resultados

Em virtude da novidade do tema no meio acadêmico e de muito poucas generalizações sobre religiosidade nesse meio, esta pesquisa optou por variar na apresentação dos resultados. Nesse sentido, expõe junto com a análise de cada pergunta sua origem, quer seja na literatura, nas entrevistas, ou em ambas.

4
Análise dos Resultados

Este capítulo apresenta os resultados para compreender como a religiosidade é percebida pelos alunos.

Primeiramente, a Tabela 3 apresenta as 38 assertivas que compõem o questionário e a porcentagem de respondentes que concordam e discordam da afirmativa correspondente. No questionário, há cinco opções de respostas para cada assertiva. Para facilitar a compreensão dos resultados, as opções ~~–c~~oncordo totalmente" e ~~–c~~oncordo parcialmente" foram somadas e colocadas em um único grupo ~~–c~~oncordo" conforme a tabela a seguir. O mesmo aconteceu com a opção ~~–d~~iscordo", que é fruto de fusão de duas outras opções, como também citado anteriormente. Em seguida, encontram-se as justificativas feitas às assertivas com base na literatura citada anteriormente, na pesquisa qualitativa e ou através de alguma motivação. A seguir, o pesquisador traz as conclusões encontradas para cada afirmativa. Por fim, os resultados do questionário são analisados paralelamente com casos de organizações que tem influência da religião em seus valores. Assim é possível mostrar a relevância da religiosidade no ambiente organizacional e como ela pode ser utilizada em prol do ambiente empresarial e da sociedade.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.1
Percepção da religiosidade pelos universitários

Tabela 3 - Identificação dos Entrevistados

		CONCORDO	DISCORDO
1	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade permitem que a religião influencie suas vidas.	94%	2%
2	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade gastam mais tempo fazendo orações sozinhas.	81%	8%
3	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade	81%	6%

		CONCORDO	DISCORDO
	buscam a religiosidade para entender o propósito das suas vidas.		
4	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sempre têm certeza da presença de Deus.	79%	12%
5	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vão à igreja/templo.	77%	15%
6	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vivem a vida de acordo com suas crenças religiosas.	70%	15%
7	Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas superem melhor seus fracassos.	66%	12%
8	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade leem mais livros sobre temas religiosos.	60%	18%
9	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender a existência do mundo.	58%	18%
10	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade questionam mais suas próprias crenças religiosas.	33%	48%
11	Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas reclamem menos.	25%	52%
12	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela proteção das outras pessoas.	89%	4%
13	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de dificuldades das pessoas próximas.	87%	5%
14	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela felicidade das outras pessoas.	76%	7%
15	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade tentam transformar os problemas das outras pessoas em aprendizado para suas próprias vidas.	68%	12%
16	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade pela influência de membros de sua família.	61%	18%
17	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam o lado positivo dos problemas das outras pessoas.	58%	16%
18	Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas participem mais de trabalhos voluntários.	51%	24%
19	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se	50%	25%

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

		CONCORDO	DISCORDO
	apegam mais a religiosidade em momentos de alegria das pessoas próximas.		
20	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sofrem mais influência na sua religiosidade pelas experiências vividas por outras pessoas.	49%	16%
21	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade através da influência de amigos.	27%	43%
22	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade que vão à igreja/templo vão principalmente para encontrar pessoas.	24%	48%
23	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam reduzir o consumo de bens materiais.	21%	48%
24	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade controlam mais o uso do seu dinheiro.	13%	57%
25	Eu penso que os alunos com maior religiosidade se sentem mais incomodados com o mau comportamento de outros alunos.	51%	26%
26	Eu penso que os alunos com maior religiosidade ajudam mais os alunos que têm dificuldade de aprendizado.	35%	39%
27	Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor relacionamento com outros alunos.	20%	52%
28	Eu penso que os alunos com maior religiosidade trabalham melhor em grupo.	19%	47%
29	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais esforçados.	19%	51%
30	Eu penso que os alunos com maior religiosidade dão mais prioridade aos estudos.	15%	52%
31	Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm mais iniciativa para fazer amigos.	14%	57%
32	Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor desempenho acadêmico.	9%	65%
33	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais acolhedores.	52%	21%
34	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais éticos.	50%	23%
35	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são menos individualistas.	44%	27%

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

		CONCORDO	DISCORDO
36	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais responsáveis.	33%	39%
37	Eu penso que os alunos com maior religiosidade não são preconceituosos.	25%	52%
38	Eu penso que os alunos com maior religiosidade sofrem menos com o estresse do dia-a-dia.	19%	48%

4.1.1.
Pense em como você através da religiosidade percebe o mundo, dá importância à religiosidade e entende suas crenças

1. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade permitem que a religião influencie suas vidas. (Concordo = 94% - Discordo = 2%)

Essa pergunta optou por medir a percepção do quanto os respondentes tentam viver rigorosamente de acordo com suas crenças.

Como os respondentes concordaram com essa afirmativa, não se pode omitir que o consumo da religiosidade se inter-relaciona com atitudes e comportamentos que interessam à vida gerencial. Assim sendo, pode-se especular que a religiosidade influencia na vida das pessoas, como por exemplo, aumenta o nível de atitudes éticas nas empresas (CLARK e DAWSON, 1996).

2. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade gastam mais tempo fazendo orações sozinhas. (Concordo = 81% - Discordo = 8%)

Essa pergunta associa a religiosidade à percepção de quanto tempo é gasto fazendo orações. Ela segue uma questão de outra pesquisa (SINGHAPAKDI et al, 2012) que buscou saber se os respondentes gastavam tempo sozinhos pensando e rezando.

Portanto, é fácil supor que a oração tende a ser percebida como uma prática comum, sendo mais ou menos utilizada de acordo com o crescimento do nível de religiosidade do indivíduo. Assim, a individualidade das crenças e práticas das pessoas em relação ao sagrado inclui o tempo gasto em suas orações.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

3. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender o propósito das suas vidas. (Concordo = 81% - Discordo = 6%)

Esse tema, apesar de ser exaustivamente discutido na literatura, surgiu com bastante clareza nas entrevistas para elaboração do questionário. Para uma entrevistada o aumento de sua religiosidade "...me deu um despertar para um outro mundo" (E2). É um comentário coerente com a ideia de um "sentido persistente da sua essência que se direciona para questões fundamentais acerca da natureza, propósito e significado da vida" (KIESLING, SORELL, MONTGOMERY e COLWELL, 2006). Essa afirmação corresponde a um papel assumido de identidade espiritual ao qual uma pessoa insere plenamente um sentido de propósito para expressar toda a sua essência, inclusive as espirituais (KOLODINSKY, GIACALONE e JURKIEWICZ, 2008).

O resultado desta questão sustenta a expectativa de que há uma religiosidade individualizada. Como sugerido pela literatura, ainda sim a espiritualidade leva um sentimento maior de conexão com pessoas que acreditam possuir um propósito para suas vidas (GREENHAUS e DUST, 2013). Todavia, ainda é necessário examinar com mais cuidado as consequências comportamentais dessa postura.

4. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sempre têm certeza da presença de Deus. (Concordo = 79% - Discordo = 12%)

Para compreender as dimensões da religiosidade, é necessário verificar se as pessoas têm a certeza da presença de Deus (SINGHAPAKDI et al, 2012).

O resultado dos respondentes confirmou a expectativa de que quanto maior a religiosidade de um indivíduo, mais certeza ele tem a respeito da presença de Deus.

5. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vão à igreja/templo. (Concordo = 77% - Discordo = 15%)

A religiosidade tem sido caracterizada pela individualização das crenças Lipovetsky (2007). O objetivo dessa assertiva é compreender se frequentar igreja/templo ainda é considerado como um ritual presente na religiosidade das pessoas. As entrevistas qualitativas sugeriram que a religiosidade estimula os

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

indivíduos a frequentarem local para práticas religiosas: —De uns dois anos pra cá eu frequento um centro ecumênico em Laranjeiras. Eles acreditam em todas as crenças lá... (E2.". A entrevistada também fala sobre um local para a prática da religiosidade que possui diversas crenças, ilustrando a concretização da individualização dos credos.

Tanto a literatura quanto as entrevistas, indicaram que a religiosidade ainda que individualizada, favorece a frequência a locais de práticas religiosas. Os resultados endossam a expectativa. É possível sugerir que a assiduidade que as pessoas vão à igreja/templo aumenta de acordo com o nível de religiosidade delas.

6. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vivem a vida de acordo com suas crenças religiosas. (Concordo = 70% - Discordo = 15%)

Alguns entrevistados ilustram que eles vivem suas vidas de acordo com suas crenças: —... eu me transformei da água para o vinho mesmo. É o que eu falei, a ponto de eu não deixar uma barata morrer por entender que aquilo também é vida". (E2); —... porque eu sou professor, o porquê que eu sou e o porquê que meu ato como professor é aquele que busca a caridade na essência né? Aquele que através do trabalho busca ajudar o próximo como Cristo ajudou aqueles que necessitavam" (E1).

A expectativa do pesquisador era que os respondentes concordassem com esta assertiva. Os resultados vão ao encontro dessa ideia de que a religiosidade tem um papel importante e imperativo na forma que as pessoas vivem.

7. Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas superem melhor seus fracassos. (Concordo = 66% - Discordo = 12%)

A função que a religião tem de ajudar as pessoas a superarem situações como o fracasso indica ser perceptível aos indivíduos. Isso porque, no resultado, a maioria dos respondentes concordou com esta assertiva.

8. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade leem mais livros sobre temas religiosos. (Concordo = 60% - Discordo = 18%)

Alguns entrevistados indicaram a presença do estudo na religiosidade: —...comecei a estudar, ler livros sobre isso e aí eu comecei a chegar em

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

determinadas conclusões que se aproximavam bastante dos ideais preconizados pela doutrina espírita" (E4).

O resultado da pergunta demonstra que o interesse por leituras com temas religiosos aumenta com o nível de religiosidade. Sendo assim, pode-se inferir que quanto maior a religiosidade de um indivíduo, maior a probabilidade dele ter mais conhecimento embasado a respeito de sua religiosidade.

9. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender a existência do mundo. (Concordo = 58% - Discordo = 18%)

Alguns entrevistados falaram sobre questões existenciais ligadas a religiosidade: "...e eu comecei a ter vários questionamentos: "de onde viemos? ', "para onde vamos? ', coisas filosóficas do tipo..." (E4)

A expectativa do pesquisador foi atendida. Os respondentes concordaram com a assertiva. Mas, em virtude do número elevado de respostas "nem concordo e nem discordo", ainda há dúvidas se o entendimento acerca da existência do mundo é uma motivação que leva os indivíduos a se interessarem pela religiosidade.

10. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade questionam mais suas próprias crenças religiosas. (Concordo = 33% - Discordo = 48%)

Cottone, Drucker e Javier (2007) testaram uma dimensão para mensurar o grau que a religião tem em um diálogo aberto com questões existenciais levantadas pelas tragédias da vida. Para isto, preconizaram examinar se as pessoas questionam constantemente suas crenças religiosas.

Os jovens representam um grupo que constantemente questionam suas escolhas, e isso é criticado por gestores (OLIVEIRA, 2011). É o caso dos respondentes desta pesquisa jovem. A religiosidade tem se caracterizado por crenças particulares e a maior parte dos jovens dizem possuí-las. Assim o pesquisador considerou importante entender se a religiosidade é vista como algo que deve ser questionado.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Pode-se dizer, de acordo com os respondentes quanto maior o nível de religiosidade de uma pessoa, menor é o nível de questionamentos dele perante esta religiosidade.

11. Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas reclamem menos. (Concordo = 25% - Discordo = 52%)

As pessoas que possuem alto nível de religiosidade e espiritualidade se comparadas às pessoas que possuem menor nível, tem mais controle percebido em situações adversas (PARGAMENT 1997, FIORI et al., 2006).

Os entrevistados disseram fazer menos reclamações diante do aumento da sua religiosidade: "Então, eu sempre tentei aceitar que tudo faz parte de uma coisa que é muito maior que nós mesmos. E eu acho que isso acabou me ajudando a enxergar todas as coisas, as boas, as ruins. Hoje em dia tudo pra mim é muito bom" (E2).

Assim, a religiosidade tende a tornar as pessoas mais controladas. Uma entrevistada diz que, hoje, enxerga o mundo de uma forma melhor e a religiosidade fez com que ela parasse de reclamar de coisas banais do cotidiano. No entanto, apesar da expectativa de que a religiosidade das pessoas fizesse com que elas reclamem menos, a maioria dos respondentes diz não concordar com essa relação.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.1.2. Agora pense em como você e a religiosidade das pessoas pode ser influenciada, pode influenciar e se tornar motivo para modificar a vida das outras pessoas

12. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela proteção das outras pessoas. (Concordo = 89% - Discordo = 4%)

A expectativa de concordância se confirmou. Desse modo, o resultado sugere, então, que a religiosidade não tem somente a finalidade de beneficiar o próprio indivíduo, mas também lhe propicia benefícios que podem lhe constituir um ciclo social.

13. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de dificuldades das pessoas próximas. (Concordo = 87% - Discordo = 5%)

O resultado é que os respondentes acreditam na religiosidade para momentos de dificuldade, atendendo assim a expectativa do pesquisador baseada na literatura.

14. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela felicidade das outras pessoas. (Concordo = 76% - Discordo = 7%)

Nesta pesquisa, com base na literatura esperava-se que os respondentes percebessem e fizessem a ligação entre religiosidade e felicidade. O resultado confirmou essa expectativa.

15. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade tentam transformar os problemas das outras pessoas em aprendizado para suas próprias vidas. (Concordo = 68% - Discordo = 12%)

Aqui os entrevistados acreditam que a religiosidade tem influência no modo de compreender os problemas cotidianos. Além disso, acreditam também que dificuldades vividas por outras pessoas podem trazer aprendizado para suas próprias vidas: "Sempre falo muito de Santo Agostinho, que todo mundo falava que Santo Agostinho era perdido e não tinha mais jeito, vivia na prostituição, na bebida, na farra, abandonou mulher e tudo, e depois de 30 anos virou um santo, bispo de Hipona, a mulher dele morreu, o filho dele morreu, ele virou padre." (E3); "(...) E aí os exemplos dos santos e os milagres, são as assinaturas de Deus na história do homem" (E1).

A expectativa de que os respondentes concordassem com a assertiva se confirmou. Consequentemente, a dificuldade enfrentada por outras pessoas pode ser uma forma de crescimento e aprendizado. Quanto maior o nível de religiosidade maior a chance dos problemas trazerem influências positivas na vida das pessoas.

16. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade pela influência de membros de sua família. (Concordo = 61% - Discordo = 18%)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

De acordo com a literatura há sugestão de que a família representa uma influência social e psicológica para grande parte dos indivíduos. Portanto, a expectativa nesta pesquisa era de que os respondentes concordassem, o que ocorreu. Apesar de a religiosidade seguir uma tendência à individualização, os respondentes percebem a influência familiar nos rumos da religiosidade de cada indivíduo.

17. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam o lado positivo dos problemas das outras pessoas. (Concordo = 58% - Discordo = 16%)

A entrevistada disse que: "Eu falava com uma mãe que mora na Cracolândia e ela falava: quando eu viva na prostituição, na droga, não faltava nada na minha casa, e agora que eu tenho filho, que eu procuro não usar droga mais, não tem nenhuma coisa pra comer na minha casa. Aí eu falei: Poxa, mas isso é dignidade, a dignidade da mulher, dos seus filhos" (E3).

A religiosidade traz então, uma nova forma de interpretar os acontecimentos. A maioria dos respondentes concordou com esta ideia, mas o número daqueles que não souberam opinar foi maior do que a expectativa do pesquisador. Isto revela uma dificuldade das pessoas perceberem a positividade nas atitudes das outras. Contudo, o resultado dá suporte à ideia de que a religiosidade traz uma visão mais positiva dos problemas e das dificuldades das outras pessoas.

18. Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas participem mais de trabalhos voluntários. (Concordo = 51% - Discordo = 24%)

Nessa pesquisa, os entrevistados mencionaram a importância de ajudar o próximo e os trabalhos voluntários realizados por eles. Alguns eram diretamente ligados à religiosidade e outros não. Embora os respondentes considerem que a religiosidade estimula as pessoas a participarem de trabalhos voluntários, a porcentagem dos que não concordam e não sabem opinar sobre o assunto é relevante. Isso pode indicar que pessoas que participam de trabalhos voluntários não tenham relação com a religiosidade. No cenário atual, várias empresas realizam trabalhos voluntários e funcionários são valorizados por realizá-los, mas sem que o motivo seja espiritual. Mesmo assim, é possível supor que as pessoas praticam mais o trabalho voluntário quanto maior o nível de religiosidade delas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

19. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de alegria das pessoas próximas. (Concordo = 50% - Discordo = 25%)

Essa pergunta atrela a religiosidade a fatores motivacionais. Tal como na pergunta 13, que trata de momentos de dificuldade, os respondentes aqui também tendência a concordar. Assim, os momentos de alegria também são fatores motivacionais para a busca da religiosidade. Isto está presente em relatos dos entrevistados, já que alguns mencionaram a gratidão que é devida a Deus nos momentos de alegria de suas vidas.

O pesquisador observou que os entrevistados que demonstravam ter gratidão a Deus nos momentos de alegria também disseram frequentar semanalmente a igreja/templo e outras atividades ligadas a religiosidade. O resultado mostra que a maior parte dos respondentes concorda com a assertiva. Isso traz indícios de que os momentos de alegria também são fatores motivacionais para que as pessoas busquem a sua religiosidade.

20. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sofrem mais influência na sua religiosidade pelas experiências vividas por outras pessoas. (Concordo = 49% - Discordo = 16%)

Os entrevistados desta pesquisa falaram que quanto maior sua religiosidade, mais atentos estavam em relação às experiências vividas pelas outras pessoas. Por isso, a expectativa do pesquisador era que concordassem com a assertiva. A partir desse fato, foi possível perceber a importância da religiosidade na vida das pessoas e como elas podem ser influenciadas positivamente pelas experiências anteriores. Também é relevante verificar se, no ambiente de trabalho, as pessoas que possuem maior nível de religiosidade estão mais propícias a se motivarem através de experiências relatadas, por exemplo.

21. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade através da influência de amigos. (Concordo = 27% - Discordo = 43%)

McDonald (2009) cita a relação entre a identidade dos indivíduos e como ela é formada de maneira particular e corrobora com pesquisadores que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

consideram esta identidade o produto da interação do indivíduo com suas experiências tanto sociais quanto históricas.

Tal como a assertiva 16, essa premissa tem a finalidade de entender quais grupos influenciam a religiosidade das pessoas. Além da família, os amigos que fazem parte do ciclo social influenciam os indivíduos em suas atitudes.

Entrevistados falaram que foram influenciados pelos amigos na sua religiosidade: ―...a minha melhor amiga frequenta (o local de práticas religiosas). [...]. Eu tinha curtido a página na internet deste lugar a ela falou: - Ah, eu vou. A próxima vez que tiver, vamos comigo. E eu falei: - Tá, vamos. E a gente começou a se entender, trocar e ficar muito amiga, porque a gente começou a estudar juntas tudo" (E2). Não obstante, o resultado indica que os respondentes, em sua maioria, não concordaram com essa assertiva. Assim, eles não percebem que o ciclo social representado pelos amigos não influencia na decisão da religiosidade das pessoas.

22. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade que vão à igreja/templo vão principalmente para encontrar pessoas. (Concordo = 24% - Discordo = 48%)

Allport (1967) diz que os valores extrínsecos são sempre instrumentais e utilitários. Por isso, as pessoas que possuem este tipo de orientação utilizam a religião como meio de socialização, entre outros motivos.

Considerando que esta pesquisa foi feita em um ambiente acadêmico, há muita presença de jovens que buscam a socialização. Por isso, era esperado pelo pesquisador que os respondentes concordassem que os indivíduos utilizam a religiosidade e as praticam também com a intenção de conhecer e encontrar novas pessoas. Contudo, o resultado contraria a expectativa do pesquisador. Assim, o motivo ―encontrar pessoas" não motiva as pessoas a frequentarem a igreja/templo. É preciso realizar pesquisas adicionais para entender melhor a ideia de porque ―encontrar pessoas".

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.1.3
Pense em como a religiosidade pode modificar o consumo das pessoas

23. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam reduzir o consumo de bens materiais. (Concordo = 21% - Discordo = 48%)

Uma entrevistada relatou ter diminuído a compra de roupas novas depois de desenvolver sua religiosidade. Outra disse que, depois de definir sua religiosidade, vem tentando reaproveitar as roupas que já possuía e as transforma. Disseram também que não sentiam mais a necessidade de trocar de carro ou ter como objetivo de vida comprar o modelo mais novo do ano.

Portanto, de acordo com o estudo de Huneke (2005) sobre práticas de anti-consumo, a espiritualidade pode ser um motivo crucial para que as pessoas mudem sua forma de consumo. A expectativa do pesquisador era que os respondentes concordassem com esta ideia. O resultado, porém, sugere que a religiosidade não é percebida como um fator decisivo para as pessoas reduzirem o consumo de bens materiais.

24. Eu penso que as pessoas com maior religiosidade controlam mais o uso do seu dinheiro. (Concordo = 13% - Discordo = 57%)

Conforme colocado na assertiva 23, a simplicidade voluntária é recorrente nas práticas de anti-consumo, no qual os indivíduos diminuem o consumo por diversas forças motivacionais. Huneke (2005) diz que a prática da simplicidade voluntária cria consciência e faz reflexão na forma em que pessoas utilizam o seu dinheiro.

Uma entrevistada disse: “Se eu compro uma coisa, eu fico pensando assim: eu vou gastar 300 reais nessa roupa, sendo que eu posso me vestir tão bem quanto gastando menos e podendo doar o resto” (E3)

O pesquisador esperava que os respondentes acreditassem na existência de uma relação entre religiosidade e controle do uso do dinheiro. Já que a religiosidade pode trazer consigo reflexões sobre valores e objetivos de vida. A maioria dos respondentes, porém, discordou da assertiva ou não soube opinar sobre o assunto.

Os resultados indicaram que a religiosidade não tende a ser algo que quanto mais desenvolvida menos dinheiro o indivíduo irá gastar. A religiosidade talvez faça com que as pessoas reflitam sobre os seus gastos, entretanto, não é percebido como o fator principal de mudança na administração do dinheiro.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.1.4.
Reflita em como a religiosidade pode influenciar o comportamento dos alunos no convívio acadêmico

25. Eu penso que os alunos com maior religiosidade se sentem mais incomodados com o mau comportamento de outros alunos. (Concordo = 51% - Discordo = 26%)

Nessa pesquisa, as perguntas foram adaptadas ao contexto acadêmico. Por isso, o mau comportamento de outros alunos é considerado uma situação na qual é possível interpretar a tolerância ou o autoritarismo dos desses, além de verificar se há uma relação entre tais comportamentos e a religiosidade.

O resultado aponta que os alunos acreditam que a religiosidade está ligada ao comportamento dos alunos em sala de aula. Além disso, sugere que quanto maior a religiosidade de uma pessoa, mais ela ficará incomodada com atitudes que julga incorreta.

26. Eu penso que os alunos com maior religiosidade ajudam mais os alunos que têm dificuldade de aprendizado. (Concordo = 35% - Discordo = 39%)

Até aqui, as situações mostram que a religiosidade é percebida como um fator benéfico nas relações e, por isso, o pesquisador esperava que os respondentes concordassem com essa assertiva. Entretanto, o resultado indicou que parte dos respondentes não concorda e uma outra parte relevante não consegue opinar sobre o assunto.

É possível que a religiosidade ainda sim influencie positivamente as pessoas que a levem em consideração, mas isso não é facilmente percebido pelas pessoas. Outro fator a ser questionado posteriormente é o tipo de relação que a religiosidade possui com atitudes tais como a de ajuda ao próximo. A religiosidade pode agir de forma indireta, já que as pessoas com maior religiosidade podem ter maior probabilidade em ajudar outras. Contudo, essa ajuda ocorre não porque a religiosidade impõe, mas porque ela resgata valores nos indivíduos.

27. Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor relacionamento com outros alunos. (Concordo = 20% - Discordo = 52%)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

De acordo com a literatura supõe-se que a espiritualidade dos indivíduos favorece o melhor relacionamento com os outros. Todavia, a maioria dos respondentes discordou. Isso mostra que os alunos não percebem a religiosidade como um fator determinante para criar melhores relacionamentos. Uma tentativa de explicar esse resultado é considerar que os respondentes, ao lembrarem de seus bons relacionamentos, não detectam a religiosidade como fator imperativo.

28. Eu penso que os alunos com maior religiosidade trabalham melhor em grupo. (Concordo = 19% - Discordo = 47%)

Westerman e Whitaker (2014) disseram que os indivíduos que consideram a espiritualidade em suas vidas, apresentam resultados quantitativos melhores nas experiências em ambiente de trabalho se comparadas aos seus companheiros que não consideram a espiritualidade. E, por esse motivo, que esses indivíduos têm mais iniciativa quando encontram obstáculos, são mais ativos para resolver problemas, são mais rápidos para capitalizar oportunidades de crescimentos e se engajam em comportamentos sociais para cumprir o senso de conexão com os outros.

Uma pesquisa, realizada com estudantes de Administração e Psicologia, mostrou que os profissionais que possuíam mais a característica "acreditar em Deus" apresentavam maior propensão em realizar objetivos em grupo (WESTERMAN, WHITAKER e HARDESTY, 2013).

Sendo assim, a religiosidade demonstrava ser um fator que geraria nas pessoas comportamentos benéficos a atividades realizadas em grupo. O resultado, porém, foi de encontro à expectativa do pesquisador.

Os respondentes não percebem a religiosidade como um fator positivo dentro de trabalhos realizados em grupo no ambiente acadêmico. Em estudos futuros é necessário compreender se a religiosidade não é percebida, ou se os jovens que a percebem de forma negativa no comportamento das pessoas.

29. Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais esforçados. (Concordo = 19% - Discordo = 51%)

Um estudo, realizado com estudantes de psicologia, mostrou que o esforço foi colocado como o elemento mais importante para perceber a capacidade dos alunos. (BARDELLI e MALUF, 1984)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Tal como na assertiva 34, a religiosidade demonstra agir de forma positiva em ambientes de trabalho. A motivação dessa pergunta foi compreender se em determinadas situações a religiosidade é percebida como um fator que gera comportamentos positivos. Depois de revelado como o esforço é importante no desempenho dos alunos, o pesquisador considerou relevante analisar se a religiosidade influencia positivamente nessa característica.

A expectativa do pesquisador era entender se o jovem percebia uma relação positiva entre esforço e religiosidade. Porém, os respondentes acreditam que a mencionada relação é negativa.

30. Eu penso que os alunos com maior religiosidade dão mais prioridade aos estudos. (Concordo = 15% - Discordo = 52%)

Considere que o conhecimento e a sabedoria são ferramentas importantes para dar significado e propósito para a área da espiritualidade. (MALLOCH, 2015). Ele ainda disse que a sabedoria é o que pode trazer solução para os problemas enfrentados por consequência do capitalismo e da falta de ética no mundo atual. Malloch (2015) considera que a sabedoria através dos estudos realizados pelas religiões do mundo traz mais ética e melhores decisões. Por isso, procurou-se compreender se as pessoas que possuem maior religiosidade valorizam mais os estudos.

A expectativa do pesquisador era de que os respondentes concordassem com a assertiva, mas isso não se confirmou. O resultado indica que a religiosidade, para os respondentes, não influencia no fato de os alunos darem mais prioridade aos estudos.

31. Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm mais iniciativa para fazer amigos. (Concordo = 14% - Discordo = 57%)

Essa assertiva foi criada com a finalidade de colocar em evidência o uso da religiosidade ligada a práticas de socialização no ambiente acadêmico.

A expectativa era de que os alunos concordassem com a assertiva, já que a religiosidade demonstrou ser um fator que desperta a sociabilidade nas pessoas. Porém, a maior parte dos respondentes não concordou. O resultado indica que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

pode não ser perceptível a relação entre a religiosidade e a iniciativa de fazer novos amigos.

32. Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor desempenho acadêmico. (Concordo = 9% - Discordo = 65%)

Thompson (2000) afirma que a espiritualidade está ligada ao desempenho dos funcionários. Giacalone e Jurkiewicz (2003) acrescentam que os colaboradores que tinham ligação com a espiritualidade tendiam a ter melhor desempenho no trabalho.

A religiosidade, então, pode ser percebida como um fator que gera melhor resultado no trabalho.

A expectativa do pesquisador era que os respondentes reconhecessem o impacto positivo da religiosidade no ambiente acadêmico. Entretanto, o resultado demonstrou que os respondentes não percebem que a religiosidade impacta em um resultado melhor nos alunos das universidades.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.1.5. Agora pense em como a religiosidade pode moldar os traços de personalidade e os valores de cada aluno

33. Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais acolhedores. (Concordo = 52% - Discordo = 21%)

A assertiva de número 31 sugeriu que os respondentes que consumiam a religiosidade tinham o objetivo de interagir com pessoas que tivessem valores parecidos com os seus. A partir daí, surgiu uma motivação para compreender se outra razão para as pessoas buscarem sua religiosidade era encontrar um local acolhedor. Como a Igreja/templo é percebida pelos indivíduos como um local que gera socialização entre os indivíduos, talvez isso ocorra porque veem a igreja/templo como um ambiente com pessoas mais acolhedoras.

Sendo assim, a expectativa dos respondentes terem a percepção de que a religiosidade faz com que as pessoas sejam acolhedoras, foi confirmada.

34. Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais éticos. (Concordo = 50% - Discordo = 23%)

Como os estudos mostram que a espiritualidade contribui para que o ambiente de trabalho seja mais ético, o pesquisador esperava que os alunos concordassem com a afirmativa. O resultado comprovou tal percepção sugerindo que a religiosidade é um fator que contribui para um ambiente acadêmico mais ético.

35. Eu penso que os alunos com maior religiosidade são menos individualistas. (Concordo = 44% - Discordo = 27%)

Um estudo (WESTERMAN, WHITAKER e HARDESTY, 2013) investigou a influência de três diferenças individuais entre funcionários. Ele revelou que, na prática, os trabalhadores que diziam ter uma forte crença em Deus, demonstravam que eram mais focados em metas de equipe. Sugerindo, assim, que pessoas que acreditam em Deus têm pensamentos mais coletivos, mais preocupados com os outros e, consequentemente, menos individualistas.

A expectativa do pesquisador era que os respondentes concordassem com a assertiva. Isso foi confirmado nos resultados, mas um número significativo de respostas "nem concordo, nem discordo" indicou que uma parte relevante de respondentes não sabia opinar sobre esse assunto.

Dessa forma, o resultado indica que uma parte considerável das pessoas percebe que a religiosidade traz benefícios a elas, como por exemplo, torná-las menos individualistas. Os gestores podem detectar os colaboradores que possuem maior religiosidade e, por isso, são menos individualistas, a fim de que agreguem valor nas equipes e desenvolvam o pensamento coletivo.

36. Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais responsáveis. (Concordo = 33% -, Discordo = 39%)

A religiosidade é tratada como um fator que transmite valores aqueles que a consome. Isto foi ilustrado na fala de entrevistado: "Então se eu minto, se eu roubo ou se eu furto ou se eu mato e ninguém sabe, para o homem eu continuo dentro da lei. Mas pra Deus não, porque Deus é onipresente e onisciente. Então por isso que o ensino religioso na faculdade é importante, porque ter um código moral que é acima da fiscalização do homem". Assim há indícios de que a religiosidade pode ser percebida como uma fonte que gera e enfatiza a responsabilidade nas pessoas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Nessa linha, Ammons e Edgell (2007) disseram que a religiosidade pode fazer com que os indivíduos gerem mais responsabilidade em suas famílias. Em contrapartida, o resultado indicou que os respondentes não percebem a religiosidade como influência para gerar mais responsabilidade nas pessoas.

37. Eu penso que os alunos com maior religiosidade não são preconceituosos. (Concordo = 25% - Discordo = 52%)

Allport e Ross (1967) disseram que pessoas que prestam serviços a igreja são mais prejudiciais a outras pessoas. Esses autores ilustravam essa fala através de uma pesquisa em que os alunos sem filiação religiosa eram menos preconceituosos com pessoas da raça negra, se comparados àqueles que declaravam ser protestantes ou católicos.

Em contrapartida, outro estudo cita que a espiritualidade no ambiente de trabalho pode enfatizar valores como a verdade e o respeito mútuo. Sendo intensificado caso seja acoplado à filosofia da empresa.

O pesquisador esperava avaliar se o preconceito era percebido pelos respondentes, já que foram encontradas vantagens e desvantagens na relação entre religiosidade e preconceito. O resultado mostrou que os respondentes não acreditam que a religiosidade faz com que os indivíduos sejam menos preconceituosos.

38. Eu penso que os alunos com maior religiosidade sofrem menos com o estresse do dia-a-dia. (Concordo = 19% - Discordo = 48%)

Arnetz et al, (2013) procuravam determinar se os valores espirituais dos funcionários e as práticas no ambiente de trabalho atenuam o estresse e a exaustão, e ajudam a promover o sentimento de bem-estar mental. Concluíram que o estresse é um dos maiores desafios da saúde ocupacional no ambiente de trabalho moderno. E que os funcionários com seus valores espirituais mais elevados conseguiram atenuar o estresse.

Desta forma, a expectativa era que os respondentes concordassem que a religiosidade faz com que as pessoas diminuam o estresse. No entanto, o resultado mostrou que a maior parte dos respondentes não concorda com essa ideia.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.2.
Medidas de capital espiritual e religioso

Retomando os conceitos já citados de capital espiritual e religioso, pode-se supor que a mensuração do capital religioso seja análoga a mensuração do capital humano (IANNACCONE e KLICK, 2003). Sendo assim, ela incluiria o rastreamento dos anos que o indivíduo tem de instrução religiosa, do nível das atividades religiosas passadas, da exposição às tradições religiosas e do que sabem sobre as práticas, os hinos e os rituais. Essa medida se assemelha à proposta do Malloch (2015) para o capital espiritual na qual seria necessário quantificar as crenças e as práticas espirituais. Assim, incluiria mensuração das práticas religiosas e espirituais, como por exemplo, a frequência de comparecimentos a cultos religiosos, entre outros.

Nas considerações que se seguem neste trabalho, a abordagem que distingue capital espiritual e religioso, proposta por Baker e Skinner (2003) será adotada.

No questionário que foi desenvolvido neste estudo, o pesquisador questionou a frequência das pessoas em pensarem em Deus, em fazerem oração e frequentarem a igreja/templo. Sendo assim, existem possibilidades de medidas de capital espiritual e religioso sugeridos nas assertivas que foram desenvolvidas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

4.3.
Relação do capital espiritual e religioso na pesquisa

Conforme já citado, alguns autores fazem distinção entre os termos capital espiritual e capital religioso, mas outros não. Neste estudo optou-se por distingui-los. Por isso o conceito de capital espiritual engloba o sistema de crenças e as explicações teológicas acerca de determinados assuntos. Em comparação, o capital religioso engloba as práticas que dão suporte a essas crenças.

Pensando em como o capital espiritual e religioso podem ser percebidos em uma organização, o pesquisador definiu qual o tipo de capital se enquadra melhor para cada assertiva do questionário. Isso está representado nas tabelas seguintes. Vale ressaltar que essas definições foram estabelecidas a partir da visão da pesquisadora, podendo ser divergente da sugestão de outros.

Na primeira parte do questionário o respondente analisa situações que geram consequências nele mesmo. O capital espiritual é encontrado nas afirmativas em que a religiosidade gera atitude e reflexo na crença do indivíduo. Sendo assim essa atitude ocorre de forma teórica e não evidencia transformações práticas. Em contrapartida, nas opções em que o capital religioso se demonstra presente é percebido que há transformações nas ações dos indivíduos.

Tabela 4 - Relação entre capital espiritual e religioso com a primeira etapa do questionário

		C. ESPIR.	**C. RELIG.**
1	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade permitem que a religião influencie suas vidas.		X
2	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade gastam mais tempo fazendo orações sozinhas.		X
3	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender o propósito das suas vidas.	X	
4	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sempre tem certeza da presença de Deus.	X	
5	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vão à igreja/templo.		X
6	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vivem a vida de acordo com suas crenças religiosas.	X	
7	Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas superem melhor seus fracassos.		X
8	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade leem mais livros sobre temas religiosos.		X
9	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender a existência do mundo.	X	
10	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade questionam mais suas próprias crenças religiosas.	X	
11	Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas reclamem menos.		X

Na segunda parte do questionário o respondente analisa situações que há interação dele com outros indivíduos do seu ambiente de convívio. Por isso todos os itens foram reconhecidos como capital religioso. Dessa forma, a atitude é transformada, através da religiosidade, em prática.

Tabela 5 - Relação entre capital espiritual e religioso com a segunda etapa do questionário

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

		C. ESPIR.	C. RELIG.
12	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela proteção das outras pessoas.		X
13	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de dificuldades das pessoas próximas.		X
14	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela felicidade das outras pessoas.		X
15	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade tentam transformar os problemas das outras pessoas em aprendizado para suas próprias vidas.		X
16	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade pela influência de membros de sua família.		X
17	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam o lado positivo dos problemas das outras pessoas.		X
18	Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas participem mais de trabalhos voluntários.		X
19	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de alegria das pessoas próximas.		X
20	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sofrem mais influência na sua religiosidade pelas experiências vividas por outras pessoas.		X
21	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade através da influência de amigos.		X
22	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade que vão à igreja/templo vão principalmente para encontrar pessoas.		X

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Em seguida, na terceira parte do questionário o respondente analisa situações que demonstram como a religiosidade interfere no consumo das pessoas. Ela é composta de mudanças práticas e por isso são reconhecidas como capital religioso.

Tabela 6 - Relação entre capital espiritual e religioso com a terceira etapa do questionário

		C. ESPIR.	C. RELIG.
23	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam reduzir o consumo de bens materiais.		X
24	Eu penso que as pessoas com maior religiosidade controlam		X

		C. ESPIR.	C. RELIG.
	mais o uso do seu dinheiro.		

Da mesma maneira, na quarta parte do questionário o respondente analisa situações que demonstram como a religiosidade pode interferir na rotina de alunos. Isso mostra relação com o capital religioso. A justificativa é que todas as afirmativas mencionam interações entre pessoas de convívio que através da religiosidade geram transformações nas suas ações.

Tabela 7 - Relação entre capital espiritual e religioso com a quarta etapa do questionário

		C. ESPIR.	C. RELIG.
25	Eu penso que os alunos com maior religiosidade se sentem mais incomodados com o mau comportamento de outros alunos.		X
26	Eu penso que os alunos com maior religiosidade ajudam mais os alunos que têm dificuldade de aprendizado.		X
27	Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor relacionamento com outros alunos.		X
28	Eu penso que os alunos com maior religiosidade trabalham melhor em grupo.		X
29	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais esforçados.		X
30	Eu penso que os alunos com maior religiosidade dão mais prioridade aos estudos.		X
31	Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm mais iniciativa para fazer amigos.		X
32	Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor desempenho acadêmico.		X

Em compensação a última parte do questionário o respondente analisa situações em que a religiosidade interfere nos traços de personalidade dos alunos. Essa parte é composta por assertivas que demonstram como a religiosidade gera atitude nas pessoas. Não há interação com outros indivíduos e essas atitudes, influenciadas pela religiosidade, não se transformam necessariamente em práticas. Assim, essas afirmativas sugerem relação com o capital espiritual.

Tabela 8 - Relação entre capital espiritual e religioso com a quinta etapa do questionário

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

		C. ESPIR.	C. RELIG.
33	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais acolhedores.	X	
34	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais éticos.	X	
35	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são menos individualistas.	X	
36	Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais responsáveis.	X	
37	Eu penso que os alunos com maior religiosidade não são preconceituosos.	X	
38	Eu penso que os alunos com maior religiosidade sofrem menos com o estresse do dia-a-dia.	X	

4.4.
Subtítulo

Texto do subtítulo

5.4
Relação entre exemplos práticos e o questionário

Conforme citado na revisão de literatura, algumas empresas, que já possuem sucesso no mercado, demonstram ter influência de valores religiosos no ambiente de trabalho. O pesquisador percebeu algumas relações entre os casos das empresas citadas, e assertivas do questionário elaborado. Sendo assim, mostrou-se importante indicar que algumas suposições encontradas nos casos das empresas reafirmam os resultados dos respondentes e outras não.
Inicialmente, a Michelin, através de um dos seus fundadores e sua vida cristã, busca ajudar as outras pessoas. Isso corrobora com a assertiva do questionário de número 26. Os respondentes não concordaram que os alunos com maior religiosidade ajudam mais os alunos que têm dificuldade de aprendizado, mas pessoas com valores religiosos parecem seguir uma tendência em ajudar as outras.
Paralelamente, a Danone segue pensamentos sociais católicos e, por isso, propõe maior senso de ética. Corroborando com essa ideia, a Michelin também possui dentro, dos seus valores religiosos, a valorização do sistema de ética.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Esses fatos reafirmam a proposta da assertiva 34, na qual as pessoas com maior religiosidade tendem a ser mais éticas. Além da ilustração através dos casos das empresas, é importante ressaltar que os respondentes também dizem concordar com essa relação. Sendo assim, é razoável sugerir que o senso de ética pode estar ligado à religiosidade.

Outro aspecto apontado é que a Danone justifica ter criado um comitê de responsabilidade social pela influência dos pensamentos sociais católicos que possui. Isso corrobora com a ideia de que a religiosidade das pessoas faz com que elas participem mais de trabalhos voluntários. Essa é a proposta da assertiva 18, na qual os respondentes percebem essa relação.

Dentro dessa ótica, a Danone demonstra relacionar religiosidade e importância ao estudo, já que a empresa tem valores católicos e investe em contribuições científicas. Apesar dos respondentes terem demonstrado que não percebem essa conexão, essa atitude da empresa corrobora com a assertiva número 30. Ela diz que os alunos com maior religiosidade dão mais prioridade aos estudos.

Através do que Michelin sugere para resolver conflitos na empresa, é razoável inferir que a empresa percebe na religiosidade uma conexão positiva com trabalho em grupo. Ao contrário dessa percepção, os respondentes do questionário não concordaram com a assertiva 28 na qual sugere que os alunos com maior religiosidade trabalham melhor em grupo.

Outro fator existente é que a Danone embasa alguns de seus valores na religião e através deles encoraja os colaboradores a superarem suas falhas. Na assertiva 7, o pesquisador questiona se a religiosidade das pessoas faz com que elas superem melhor seus fracassos. Além da relação da religiosidade com a superação do fracasso ser, ilustrada pela Danone, os respondentes também mostraram perceber essa relação.

É perceptível que as empresas, primeiramente, utilizam o capital espiritual, que traz explicações e conceitos teológicos a respeito das religiões. A partir daí, elas usam o capital religioso que transforma as teorias em práticas relacionadas às suas crenças. É possível inferir então que para a religiosidade ser perceptível é necessário que haja a união entre capital espiritual e capital religioso.

O estudo realizou uma pesquisa descritiva e optou pela pesquisa qualitativa seguida de quantitativa. Para desenvolver a proposta do estudo foi necessário primeiramente fazer a revisão bibliográfica. Em segundo lugar foram realizadas as entrevistas com universitários, seguidas da elaboração do questionário. Com os dados do questionário, o estudo prosseguiu para a realização de testes estatísticos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

5
Conclusões

Esta dissertação partiu compreender três principais questionamentos:

1. Como a religiosidade pode influenciar o comportamento empresarial?

O número de pessoas que aderem à religiosidade tem aumentado nos últimos anos; no entanto, o número de pessoas que se vincula a uma religião específica tem diminuído (REDDEN, 2002). A religiosidade significa o indivíduo acreditar no divino, isto é, em algo que transcende (ABDALA, 2010). A partir daí, a pessoa cria o seu próprio universo religioso, com práticas personalizadas e teologias de diferentes religiões. A consequência disso é a individualização das crenças (LIPOVETSKY, 2007).

Essa individualização tende a levar à rejeição de aceitar uma religião específica que, muitas vezes, soa como ter que cumprir obrigações, além de aceitar responsabilidades e compromissos.

Tendo por base essa individualização, este estudo também procurou compreender:

2. Quais são as implicações na gestão das novas percepções de religiosidade?

Ainda é válido ressaltar que esta pesquisa pressupôs que os jovens universitários têm grande probabilidade em se tornarem gerentes. Isso justifica replicar suas percepções para o ambiente de trabalho, já que o funcionamento das universidades depende da interação e dedicação dos alunos no processo de aprendizado.

Dentre os resultados com implicações de relevo, o estudo primeiro indica que os alunos parecem conseguir perceber com mais facilidade as consequências da religiosidade nas suas próprias vidas do que na vida das outras pessoas. Essa

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

condição pode favorecer as empresas a implantar valores com base religiosa, já que os colaboradores podem ter facilidade em assimilar esses valores neles mesmos. Dessa maneira, essa facilidade em perceber a sua própria religiosidade é consequência da individualização das crenças.

Todavia, uma segunda conclusão alerta que os alunos sugerem perceber muitas vezes a religiosidade como uma influência negativa para as pessoas. Esse fato realça a resistência que os colaboradores podem ter, quando as empresas tentarem implantar valores religiosos. Nesse caso, os eles podem perceber a religiosidade como uma influência negativa em suas atitudes. É possível que essa negatividade religiosidade seja decorrente da falta de interação e compartilhamento dessas crenças individualizadas.

Em terceiro lugar, o estudo sugere que há dificuldade em perceber como a religiosidade é manifestada nas atitudes de outras pessoas, e as empresas podem encontrar barreiras quando tentarem implantar os valores religiosos que os colaboradores não reconheçam como válidos. Pode-se levantar dúvida sobre se a dificuldade em perceber a religiosidade nas atitudes dos outros colaboradores não se dá pela individualização das crenças, e isso acarreta a diminuição da interação acerca da religiosidade.

A quarta conclusão é que é possível que os colaboradores não percebam os benefícios daqueles que possuem maior religiosidade. Pode-se hipotetizar que nas empresas os colaboradores podem perceber a religiosidade como algo que não traz benefícios ao ambiente organizacional. Isso pode ocorrer porque os respondentes associam ~~"m~~aior religiosidade" com o fanatismo, que é visto como algo que traz influências ruins aos comportamentos dos outros colaboradores.

Apesar de algumas empresas mostrarem influência positiva da religiosidade no ambiente organizacional, essa influência pode ser de difícil percepção pelos colaboradores. Muitas empresas já tiveram sucesso com práticas e valores religiosos. Contudo, como quinta conclusão, o estudo mostra que, dependendo de como isso é abordado, os colaboradores podem não perceber que a religiosidade seja responsável por essas práticas e valores.

A sexta conclusão é que caso os gerentes de determinada organização podem não perceber que a religiosidade tem boa influência nas atitudes dos

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

colaboradores, as organizações podem encontrar resistências para que seus gerentes tomem decisões com base em valores religiosos.

A maior parte dos respondentes diz pensar em Deus e fazer oração pelo menos uma vez por dia. Isso corrobora com a premissa de que a religiosidade é alta, indicando a probabilidade de que grande parte dos colaboradores possui valores religiosos semelhantes aos valores estabelecidos pelas empresas. Assim, como sétima conclusão do estudo, supõe-se que se há alta probabilidade dos colaboradores concordarem e acreditarem nos valores da organização em que trabalham. Os colaboradores que possuem maior nível de religiosidade estão mais dispostos a contribuir com as empresas através de seus valores, do que aqueles que não possuem religiosidade.

Os resultados permitiram resgatar da literatura os conceitos de capital espiritual e capital religioso, indicando caminhos de mensuração e de associá-los às decisões gerenciais. Após a compreensão do capital espiritual, as empresas podem interpretá-lo e imaginar como o transformaria em prática. Além disso, a oitava conclusão é que as organizações podem mensurar o nível de capital espiritual e religioso de cada equipe e então, determinar qual equipe está mais propensa a fazer melhor contribuição.

Por isso, uma nona conclusão é que os colaboradores com maior nível de religiosidade tendem a transformar os problemas das pessoas em aprendizado, o que indica que, nas atividades corporativas, esses colaboradores tendem a maiores níveis de satisfação no trabalho. Desse modo, a empresa tem maior oportunidade de manter esse funcionário mais motivado do que outros. Palestras motivacionais poderão ser mais bem conduzidas por colaboradores com maior nível de religiosidade.

O terceiro e último questionamento deste trabalho é:

3. Quais os desafios surgem da alteração dos níveis de religiosidade?

A décima conclusão é que os respondentes tendem a praticar mais essa religiosidade pensando em Deus, e fazendo orações do que frequentando igreja/templo. As empresas podem, a partir daí, incentivar os colaboradores a praticarem sua religiosidade através de orações e pensamentos, a fim de que os motivem a desenvolver valores religiosos comuns. Os funcionários frequentam

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

menos locais de prática religiosa, porém, talvez esse termo induza os respondentes a pensarem somente na igreja/templo um local vinculado a uma religião específica, e não em qualquer lugar para essas práticas.

Dentre os principais rumos da religiosidade, em primeiro lugar é o crescimento do nível concomitantemente com as barreiras para sua utilização no meio gerencial. Uma consequência é expor essas barreiras, mas também utilizá-la no meio gerencial para gerar benefícios às empresas. Como se tem aumentado o estudo da religiosidade no campo da Administração, a tendência é aumentar a sua associação ao ambiente de trabalho.

Em segundo lugar, algumas empresas já utilizam a religiosidade em seus valores e tendem a aumentar a divulgação dessas associações e motivar outras empresas. Entretanto, os colaboradores ao mesmo tempo não percebem facilmente a religiosidade como uma influência positiva.

O terceiro rumo é que a individualização da crença faz com que os colaboradores ajam e pratiquem de forma diferente sua religiosidade. Isso resulta no não compartilhamento de sua religiosidade, o que favorece aos colaboradores a não percepção do quanto ela influencia nas atitudes dos outros.

Por fim, em quarto lugar, tem-se que a religiosidade fez com que os colaboradores se desvinculassem de frequentar a igreja/templo. Dessa maneira, é possível a empresa, com seus valores religiosos, ser ou ter esse local para práticas religiosas. Os funcionários poderiam, a partir daí, interagirem mais a respeito de suas crenças, desenvolvendo maior conhecimento e respeito acerca da religiosidade das outras pessoas. Isso faria com que os valores religiosos ganhassem destaque, as barreiras da religiosidade diminuíssem e os benefícios se destacassem.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

6
Referências Bibliográficas

ABBAGNANO, N. Dicionário de Filosofia. 5 edição. São Paulo. 2007.

ABDALA P. R. Z. Espiritualidade e Consumo: Relações e Temáticas de Pesquisa EnANPAD, 2010.

AHUVIA, A. C. Beyond the Extended Self: Loved Objects and Consumers' Identity Narratives. Journal of Consumer Research, v. 32, n. 1, p. 171–184, 2008.

ALLPORT G. W., ROSS J. M. Personal Religious Orientation and Prejudice. Journal of Personality and Sociak Psychology. V. 5, n.4, p. 432-443. 1967.

AMMONS, S. K.; EDGELL, P. Religious Influences on Work–Family Trade-Offs. Journal of Family Issues 2007; 28; 794, 2007.

ARAUJO, F. F.; VIEIRA F. C.; TURANO, L. M.. Subculturas Religiosas de Consumo: Um Estudo Etnográfico sobre Práticas de Consumo de Jovens Católicos. XVI SEMEAD, 2013.

ARNETZ, B.B., VENTIMIGLIA, M., BEECH, P., DEMARINIS, V., LOKK, J.; ARNETZ, J.E. Spiritual values and practices in the workplace and employee stress and mental well-being. Journal of Managament, Spirituality and Religion, v. 10, n. 3, p. 271-281, 2013.

ARTHUR, B. Personality, Religion and Character Traits: Are Personality Traits Better Predictors of Happiness than Religiosity? Department of Psychology, DBS School of Arts, 2012.

ASHAR, H.; LANE-MAHER, M. Success and Spirituality in the New Business Paradigm, JOURNAL OF MANAGEMENT INQUIRY, v. 13, n. 3, p. 249-260, 2004.

BAKER, C.; SKINNER, H. Faith in Action: The dynamic connection between spiritual and religious capital. 2003. Disponível em: <http://williamtemplefoundation.org.uk/wp-content/uploads/2014/03/Faith-In-Action-William-Temple-Foundation-2014.pdf>. Acesso em: jan, 2015.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

BALOG, A.M., BAKER, L. K., WALKER, A.G. Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda. Journal of Management, Spirituality & Religion. Vol, 11, no. 2, 159 186, 2014.

BANDSUCH. M.; CAVANAGH, G. Integrating spirituality into the workplace: theory and practice. Journal of management, spirituality and religion, 2 p. 199-233, 2005.

BARDELLI, C.; MALUF, M.R.. Que valor o professor atribui à capacidade, esforço e resultado obtido pelos alunos em contextos de realização escolar? 1984. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/abp/article/view/19166/17906>. Acesso em: fev, 2015.

BARKHUSS, L. Allport's Theory of Traits – A critical review of the theory and two studies. Concordia University, 1999.

BARRIE, A. Personality, Religion and Character Traits: Are Personality Traits better predictors of happiness than religiosity? Department of Psychology. DBS School of Arts. 2012.

BECK, R. and MCDONALD, A. Attachment to God: the attachment to God inventory, tests of working model correspondence, and an exploration of faith group differences. Journal of psychology and theology, 32, 92-103, 2004.

BICKERTON, G.R., MINER, M.H., DOWSON, N.,GRIFFIN, B. Spiritual resources in the job demands-resources model. Journal of Management, Spirituality & Religion, VOL. 11, N. 3, 245-268, 2014.

BURROUGHS, J.E., RINDFLEISCH, A. Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. Journal of consumer research, Vol. 29, 2002.

CACIOPPE, R. Creating spirit at work: Re-visioning organization development and leadership – Part. I. Leadership and Organization Development Journal, v.21, n.2, p. 48-54, 2000.

CAVANAGH, F. G. Spirituality for managers: context and critique", Journal of Organizational Change Management, v. 12, n. 3, p. 186 – 199, 1999.

CECCATO, P., GOMEZ, L.S.R. A sociedade de hiperconsumo e as marcas de moda. Ano 6, n.9, pp. 116 – 132, 2012.

CERVONE, D.; PERVIN, L. A. Personality, Religion and Character Traits. Personality Theory and Research (10 ed.). Hoboken, New Jersey, United States of America: John Wiley and Sons , 2008

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Charlotte, NC: IAP Information Age Publishing, p. 25-42, 2012.

CLARK, J. W.; DAWSON E. L. Personal Religiousness and Ethical Judgements: An Empirical Analysis, Journal of Business Ethics, p. 359-372, 1996.

COSGEL, M.M., MINKLER M. Religious Identity and Consumption. Review of Social Economy Vol. LXII, No. 3, 2004

COTTONE, J., P. DRUCKER; JAVIER, R.A. Predictors of Moral Reasoning: Components of Executive Functioning and Aspects of Religiosity, Journal for the Scientific Study of Religion v. 46 n. 1, p. 37-53, 2007.

D.P. Ashmos, D. Duchon. Spirituality at work: A conceptualization and measure. Journal of Managament Inquiry, v.9, n.2, p. 134-144, 2000.

DE BOTTON, A., Religião para ateus, 1969. Disponível em <http://veja.abril.com.br/livros_mais_vendidos/trechos/religiao-para-ateus.shtml>. Acesso em: fev, 2015.

DUARTE, F.M.; WANDERLEY, K.S. Religião e espiritualidade de idosos internados em uma enfermaria geriátrica. Psicologia: teoria e pesquisa. v. 27, n. 1, p. 49-53, 2011.

DUST S.B., GREENHAUS J.H. Spirituality and the work-home interface: a demands-resources perspective. Journal of Management, Spirituality & Religion, v. 10, n..3, p. 282-305, 2013.

FERNANDES, N. 2009. Deus é pop. Revista Época. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI77084-15228-1,00-DEUS+E+POP.html> Acesso em: fev, 2015.

GAARDER, J.; HELLERN, V.; NOTAKER, H. 1952- O livro das religiões. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

GLOCK, C. Y.; STARK, R. 1965. Religion and society in tension. Chicago: Rand McNally.

GREENHAUS, J.H., DUST, S.B. Spirituality and the work-home interface: a demands resources perspective. Journal of Management, Spirituality & Religion. v.10, n. 3, p.282-305, 2013.

GUNDOLF, K.; FILSER, M. Management Research and Religion: A Citation Analysis. Journal of Business Ethics 112:177–185, 2013.

HUNEKE, M. E. The face of the un-consumer: An empirical examination of the practice of voluntary simplicity in the United States. Psychology & Marketing. v.22, n.7, p. 527–550, 2005.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

HUNT, S.D.; S. J. VITELL. The General Theory of Marketing Ethics: A Retrospective and Revision, in N. Craig Smith and J.A. Quelch (eds.), Ethics in Marketing, pp. 775-784, 1993.

IANNACCONE, L.R; KLICK, J. Spiritual capital: An Introduction and Literature Review. American Enterprise Institute, 2003.

JACKSON, B.R.; BERGEMAN, C.S. How does religiosity enhance well-being? The role of perceived control. Psychology of Religion and Spirituality, v.3, n.2, p. 149-161, 2011.

JACKSON, K.T. Spirituality as a foundation for freedom and creative imagination in international business ethics. Journal of Business Ethics. v. 19, n. 1, Fourth Annual International Conference Promoting Business Ethics, pp. 61-70, 1999.

KEYES, C.L.M. Authentic purpose: the spiritual infrastructure of life. Journal of Management, spirituality and religion. v. 8, n.4, p. 281-297 , 2011.

KIESLING, C., SORELL, G.T.,MONTGOMERY, M.J.; COLWELL, R.J. Identity and spirituality: A psychosocial exploration of the sense of spiritual self. Developmental Psychology, v. 42, n. 6, p. 1269-1277, 2006.

KOLODINSKY, R.W., GIACALONE, R.A.; JURKIEWICZ, C.L. Workplace values and outcomes: Exploring personal, organizational, and interactive workplace spirituality. Journal of Business Ethics, 81, p. 465-480, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2007. 407 p. Título original: Le bonheur paradoxal – Essai sur la société d'hyperconsommation. Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/160988964/LIPOVETSKY-Gilles-A-felicidade-paradoxal-Selecao-2-Capitulos-4-5-e-6#scribd>. Acesso: fev, 2015.

MACDONALD, D.A. Identity and Spirituality: Conventional and Transpersonal Perspectives. International Journal of Transpersonal Studies, 28, p. 86-106, 2009.

MALLOCH, T. R. Practical wisdom in management: business across spiritual traditions. Greenleaf Publishing. UK, 2015.

MCDANIEL, S. W.; BURNETT, J. J. Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria. Journal of the Academy of Marketing Science Spring, 1990, v. 18, n.2 , p. 101-112, 1990.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

MYERS, D. G. The funds, friends, and faith of happy people. American Psychologist, v. 55, n.1, p. 56-67, 2000.

NEAL, J. Spirituality in management education: A guide to resources. Journal of Management education . 21, p.121-139, 1997.

NUNES, G.P.A. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Revista Inter-Legere. No. 5 Reflexões, 2009.

OLIVEIRA. S., Mas por que os jovens questionam tanto? Disponível em <http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/blog-do-management/2011/11/29/mas-por-que-os-jovens-questionam-tanto/> Acesso em: jan. 2015.

PARK, C.L. Religious and spiritual aspects of meaning in the context of work life. In:P.C. Hill and B.J.Dik, eds. Psychology of religion and workplace spirituality,

PAULA, E.S.; NASCIMENTO, L.C.; ROCHA, S.M.M. Religião e espiritualidade: e Religião e espiritualidade: experiência de famílias de crianças com Insuficiência Renal Crônica. Revista Brasileira de Enfermagem. P. 100-106, 2008.

PAYUTTO, P.A. Samadhi in Buddhism. 2 edição. Bangkok: Buddha Dhamma Foundation, 2002.

PEREIRA, P.A.; PESTANA, E.S. Marketing Social e Religioso. Campanha da Fraternidade 2010 - um estudo de caso Revista e-Tec, v. 3, n.2., 2010.

PETCHSAWANGA, P., DUCHON, D. Workplace Spirituality, Meditation, and Work Performance. Journal of Management, Spirituality & Religion v. 9, n.2, p.189 208, 2012.

PEW RESEARCH, 2008. Disponível em <http://www.pewglobal.org/2008/09/17/chapter-2-religiosity/> Acesso em: fev, 2015.

POLL, J.B.; SMITH, T.B. The spiritual self: Toward a conceptualization of spiritual identity development. Journal of Psychology and Theology, v.31, n.2, p. 129-142, 2003.

PRINGLE, H.; THOMPSON, M. Marketing Social: Marketing para Causas Sociais e a Construção das Marcas, São Paulo: Makron Books, 2000.

PYSZCZYNSKI, T., GREENBERG, J., SOLOMON, S. A dual process model of defense against conscious and unconscious death-related thoughts: an extension of terror management theory. Psychological review, 106, p. 835-845, 1999.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Redden, G. The New Agents: Personal transfiguration and radical privatization in NewAge self-help. Journal of Consumer Culture v. 33, n. 2, 2002.

REGO, A., PINA; CUNHA M. Workplace spirituality and organizational commitment: na empirical study. Journal of organizational change management, 21, p. 53-75, 2008.

ROHRBAUGH, J.; JESSOR, R. Religiosity in youth: a personal control against deviant behavior. Journal of Personality, v. 43, n.1, p. 136-155, 1975.

Schilderman, H. The Public Significance of Religion, 2008. Disponível em < http://books.google.com.br/books?id=EPkWXgokYLgC&pg=PR56&dq=%22religous+capital%22+stark&hl=en&sa=X&ei=p3w1UdL5NsbJyAGnooHQAg&redir_esc=y#v=onepage&q=hans&f=false> Acesso em: 10 mar, 2015.

SERAFIM, M.C.; ANDION, C. Capital espiritual e as relações econômicas: Empreendedorismo em organizações religiosas. CADERNOS EBAPE. BR, v. 8, n. 3, p. 564-579, 2010.

SHAW, D.; NEWHOLM, T. Voluntary Simplicity and the Ethics of Consumption. Psychology & Marketing v. 19, n. 2, p. 167-185, 2002.

SILVA, B.H.C. Capital espiritual: a evolução do capitalismo. VII Congresso Nacional De Excelência Em Gestão, 2011.

SINGHAPAKDI, A., VITELL. S. J., LEE D-J., NISIUS, A. M., YU, G. B. The influence of love of money and religiosity on ethical decision-making in Marketing., Journal of Business Ethics p. 183-191, 2012.

TISCHLER, L. The growing interest in spirituality in business. Journal of Organizational Change Management, v. 12, n. 4, p. 273 – 280, 1999.

WEAVER, G.R., AGLE, B.R. Religiosity and Ethical Behavior in Organizations: a symbolic interactionist perspective. Academy of Management Review. v. 27, n. 1, p.77-97, 2002.

WESTERMAN, J. W., WHITAKER, B.G., HARDESTY, A. Belief in God: the differential prediction of workplace values. Journal of Management, Spirituality and Religion, v. 10, n.4, p. 324-341, 2013.

WHITAKER, B.G., WESTERMAN, J.W. Linking spirituality and values to personal initiative through psychological empowerment. Journal of Management, Spirituality & Religion, v. 11, n. 3, p. 269-291, 2014.

WINK, P.; DILLON, M. Spiritual development across the life course: Findings from longitudinal study. Journal of Adult Development, 9, p. 79-94, 2002.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Anexos

Anexo 1 – Questionário

Caro(a) amigo(a)

Por favor, responda ao questionário somente se você acredita em Deus.

Este questionário destina-se a uma pesquisa para a dissertação de Mestrado em Administração de Empresas da PUC-Rio e avalia a influência da religiosidade na vida dos jovens.

O que você responder será tratado de forma confidencial e sua identificação não será necessária.

Pedimos que todas as questões sejam preenchidas, para que seja possível extrair o melhor nível de informações, garantindo, assim, a qualidade dos resultados da pesquisa.

Agradeço desde já sua colaboração.

Nas perguntas abaixo, marque um **X** na posição que melhor caracteriza sua opi nião, conforme o **exemplo**:

Exemplo:

1) Gosto muito de praticar esportes.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	(**X**)	( )

Considere que **religiosidade** refere-se a crença, a dedicação e o hábito de pensar em Deus.

O termo "**~~i~~greja/templo**" citado em algumas questões abaixo se refere aos locais utilizados pelas pessoas para realizar os serviços religiosos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

PARTE 1: Pense em como você através da religiosidade percebe o mundo, dá importância a religiosidade e entende suas crenças.

1) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sempre tem certeza da presença de Deus.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	(.)	( )

2) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade questionam mais suas próprias crenças religiosas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	(.)	( )

3) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade leem mais livros sobre temas religiosos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	(.)	( )

4) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade gastam mais tempo fazendo orações sozinhas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	(.)	( )

5) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade permitem que a religião influencie suas vidas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	(.)	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

6) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vivem a vida de acordo com suas crenças religiosas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

7) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade vão à igreja/templo.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

8) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender a existência do mundo.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

9) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam a religiosidade para entender o propósito das suas vidas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

10) Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas reclamem menos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

11) Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas superem melhor seus fracassos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PARTE 2: Agora pense em como você e a religiosidade das pessoas pode ser influenciada, pode influenciar e se tornar motivo para modificar a vida das outras pessoas.

12) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade sofrem mais influência na sua religiosidade pelas experiências vividas por outras pessoas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

13) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade tentam transformar os problemas das outras pessoas em aprendizado para suas próprias vidas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

14) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam o lado positivo dos problemas das outras pessoas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

15) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de dificuldades das pessoas próximas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

16) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se apegam mais a religiosidade em momentos de alegria das pessoas próximas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

17) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela proteção das outras pessoas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

18) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade fazem oração pela felicidade das outras pessoas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

19) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade que vão à igreja/templo vão principalmente para encontrar pessoas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

20) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade pela influência de membros de sua família.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

21) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade seguem essa religiosidade através da influência de amigos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

22) Eu penso que a religiosidade das pessoas faz com que elas participem mais de trabalhos voluntários.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

PARTE 3: Pense em como a religiosidade pode modificar o consumo das pessoas:

23) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade controlam mais o uso do seu dinheiro.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

24) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade se sentem pior do que as outras com o desperdício de comida.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

25) Eu penso que as pessoas com maior religiosidade buscam reduzir o consumo de bens materiais.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

PARTE 4: Reflita em como a religiosidade pode influenciar o comportamento dos alunos no convívio acadêmico:

26) Eu penso que os alunos com maior religiosidade trabalham melhor em grupo.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

27) Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor relacionamento com outros alunos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

28) Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm melhor desempenho acadêmico.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

29) Eu penso que os alunos com maior religiosidade têm mais iniciativa para fazer amigos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

30) Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais esforçados.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

31) Eu penso que os alunos com maior religiosidade ajudam mais os alunos que têm dificuldade de aprendizado.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

32) Eu penso que os alunos com maior religiosidade dão mais prioridade aos estudos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

33) Eu penso que os alunos com maior religiosidade se sentem mais incomodados com o mau comportamento de outros alunos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PARTE 5: Agora pense em como a religiosidade pode moldar os traços de personalidade e os valores de cada aluno:

34) Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais responsáveis.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

35) Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais acolhedores.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

36) Eu penso que os alunos com maior religiosidade são menos individualistas.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

37) Eu penso que os alunos com maior religiosidade sofrem menos com o estresse do dia-a-dia.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

38) Eu penso que os alunos com maior religiosidade buscam mais a simplicidade.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

39) Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais humildes.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

40) Eu penso que os alunos com maior religiosidade são mais éticos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

41) Eu penso que os alunos com maior religiosidade não são preconceituosos.

DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO DISCORDO, NEM CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO TOTALMENTE
( )	( )	( )	( )	( )

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA

Algumas perguntas sobre você...

Por favor, escolha entre as opções a resposta que melhor representa você.

1) Eu penso em Deus pelo menos:

1 VEZ POR DIA	1 VEZ POR SEMANA	1 VEZ POR MÊS	NUNCA
( )	( )	( )	( )

2) Eu vou à igreja/templo pelo menos:

1 VEZ POR DIA	1 VEZ POR SEMANA	1 VEZ POR MÊS	NUNCA
( )	( )	( )	( )

3) Eu faço oração pelo menos:

1 VEZ POR DIA	1 VEZ POR SEMANA	1 VEZ POR MÊS	NUNCA
( )	( )	( )	( )

Responda agora os itens finais...

Idade: _____ Sexo: F ( ) M ( )

Recebe algum tipo de bolsa para estudos na faculdade? Sim ( ) Não ( )

Se sim, qual tipo de bolsa?_____

E a porcentagem de desconto/auxílio na mensalidade? _____

OBRIGADA PELA SUA PARTICIPAÇÃO!!!

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1312553/CA