

Hiperagência e doadores de alta tecnologia: Uma nova teoria sobre os novos filantropos da atualidade

PAUL G. SCHERVISH*

Professor Emérito de Sociologia e Diretor Fundador (aposentado) Fevereiro de 2023 — Baseado num documento de trabalho com título semelhante

O projeto atual de riqueza e agência

«A ação social... pode orientar-se para o comportamento passado, presente ou futuro esperado dos outros.»

-Max Weber (Economia e Sociedade, p. 22)

A característica distintiva dos detentores de riqueza em todas as épocas é que desfrutam da máxima amplitude de escolha — ou hiperagência —, pelo menos no domínio material. Isto inclui determinar e concretizar quem querem tornar-se e o que querem fazer por si próprios, pelas suas famílias e pelo mundo que os rodeia.

Hoje em dia, um número crescente de indivíduos está a aproximar-se, a atingir ou mesmo a exceder os seus objetivos financeiros no que diz respeito à satisfação das suas necessidades materiais, e a fazê-lo cada vez mais cedo. Um nível de riqueza que, até agora, era privilégio de um pequeno grupo de governantes, generais, comerciantes, financistas e industriais passou a caracterizar grandes grupos e até culturas inteiras. Pela primeira vez na história, a questão de como alinhar a ampla capacidade material de escolha com a capacidade espiritual de caráter foi colocada perante tantos cidadãos de uma nação.

Referimo-nos a estas e outras tendências como parte da nova física da filantropia (Schervish e Havens, 2001, 2002).

Entre as novas questões prementes do século XXI para um segmento crescente da população do nosso país e do mundo encontram-se as seguintes:

- Como é que os indivíduos irão moldar a sua própria moralidade financeira voluntária, a da sua família e a da sua sociedade numa era de prosperidade?
- Como é que o enorme crescimento na quantidade de opções se traduzirá num desenvolvimento mais profundo da qualidade das escolhas?
- Como é que a riqueza pode tornar-se uma ferramenta para alcançar os propósitos mais profundos da vida, quando a aquisição de mais riqueza deixou de ser de grande importância?

Participar de forma mais direta e intensa na filantropia é apenas uma das formas de os detentores de riqueza satisfazerem a sua necessidade de discernir e viver aquilo a que chamo uma biografia moral de

BOSTON COLLEGE CENTRO DE RIQUEZA E FILANTROPIA

Sobre o Centro

O Centro sobre Riqueza e Filantropia (CWP) encerrou as suas atividades em 2015, aquando da reforma de Paul Schervish. Fundado em 1972 como Instituto de Investigação sobre Bem-Estar Social, era um centro de investigação multidisciplinar especializado no estudo da espiritualidade, da riqueza, da filantropia e de outros aspetos da vida cultural numa era de prosperidade. O Centro de Riqueza e Filantropia era uma autoridade reconhecida na relação entre recursos económicos e filantropia, nas motivações para o envolvimento caritativo e no significado e prática subjacentes ao ato de cuidar. O Centro é conhecido pelas suas investigações sociológicas, filosóficas, teológicas e estatísticas, incluindo a sua investigação pioneira sobre a transferência de riqueza e a era dourada da filantropia.

Informações de

contacto: Paul G.

Schervish Telemóvel: (617)

270-7674

E-mail: paul.schervish@bc.edu

Para ler relatórios, documentos de trabalho e artigos publicados, aceda a:



Paul G. Schervish — CV,

Relatórios e artigos, por ano

:

riqueza (Schervish 2006) ou a forma como os detentores de riqueza associam a sua substancial capacidade financeira a um correspondente sentido de moral.

Continuar ou iniciar um empreendimento empresarial, investir e cuidar da família e dos amigos, quando escolhidos com sensatez, são caminhos igualmente nobres para uma biografia moral. Tudo isto não só constitui uma biografia moral da riqueza, como acaba por ser também *hiperagência*.

Alguns antecedentes sobre agência e hiperagência

Neste artigo, o meu objetivo é desenvolver o conceito teórico de hiperagência e aplicá-lo para interpretar a filantropia de doadores do setor da alta tecnologia, em particular, e de doadores abastados, em geral.

Ao longo das últimas três décadas, tem-se verificado um renascimento substancial do interesse na noção de agência como ferramenta conceptual para compreender as práticas dos indivíduos, tanto como limitadas pelas suas circunstâncias como transformadoras das mesmas (Giddens 1984; Sewell 1992; Emirbayer e Mische 1998). Esta ênfase na prática individual resultou, em parte, dos esforços dos investigadores para contrariar as análises estruturalistas que se centraram em mapear as posições em que os indivíduos se encontram distribuídos na estrutura social e nos padrões de relações determinados por essas posições (por exemplo, Wright 1997; Wood 1995). Em contraste com a análise das posições, está o foco na agência e na prática efetiva dos agentes que fazem escolhas relativamente livres, ainda que dentro de determinadas condições. Esta abordagem tem uma afinidade natural com as teorias da filantropia individual, que enfatizam a influência voluntária e potencialmente transformadora dos indivíduos no mundo em que vivem.

A nossa investigação sobre riqueza e filantropia ao longo dos últimos quarenta anos tem envolvido, em grande parte,

a identificação da qualidade distintiva que diferencia o empoderamento dos detentores de riqueza nos domínios dos negócios e da política, bem como no estilo de vida e na filantropia (Schervish et al. 1994; Schervish 1997). A nossa conclusão é que, pelo menos no domínio material, a característica de classe dos detentores de riqueza é a hiperagência.

A hiperagência é o conjunto de disposições e capacidades que permite aos indivíduos produzir, de forma relativamente autónoma, os resultados mundanos que desejam, bem como as condições nas quais eles próprios e os outros exercem a sua agência. Se a agência é a capacidade de fazer escolhas, em grande parte, dentro das regras e recursos socialmente estabelecidos, a hiperagência é a capacidade de ser um criador ou produtor dessas regras e recursos. Se os agentes são aqueles que encontram o lugar mais desejável ou adequado para si próprios dentro de um leque limitado de possibilidades, os hiperagentes são os *criadores* dessas possibilidades para si próprios, bem como para os outros. O que requer o apoio de um movimento social, político, religioso ou filantrópico para que os agentes o alcancem, pode ser alcançado pelos hiperagentes praticamente por conta própria.

Graças a Andrew Herman, que cunhou o termo (numa conversa telefónica a altas horas da noite), desenvolvemos e empregámos a noção de hiperagência desde o início da nossa investigação sobre riqueza e filantropia (Schervish e Herman, 1988). Até este ponto, no entanto, ainda não apresentei a sua ligação à literatura teórica sobre a agência, embora a tenha utilizado como conceito explicativo fundamental para um estudo aprofundado dos padrões de doação por parte de detentores de riqueza do setor da alta tecnologia e, por extensão, de outros entre os novos filantropos da atualidade.

Na primeira secção do artigo, recorro à literatura sociológica para identificar os aspetos da teoria da agência na medida em que sejam relevantes para a elaboração de uma compreensão geral da hiperagência (Emirbayer e Mische, 1998; Alexander, 1992; Archer 1982; Coleman 1990; Turner 1994). Na segunda secção, aprofundo o significado da

hiperagência como um tipo distinto de agência com disposições e capacidades específicas. Na terceira secção, utilizo a hiperagência como o principal conceito interpretativo para analisar as disposições e práticas que os doadores do setor da alta tecnologia manifestam nos negócios e na filantropia. A conclusão aponta as implicações da hiperagência para a compreensão dos novos filantropos do setor da alta tecnologia e de outros setores atuais.

1. Considerações sociológicas sobre a agência

Neste artigo, analiso apenas algumas das principais orientações da literatura sobre a agência, a fim de avançar para uma síntese da minha teoria positiva da agência e da hiperagência.

Foram dados passos significativos na superação da antinomia entre estrutura social e agência humana por figuras como Bourdieu (1984) e, especialmente, por Giddens (1979, 1984) na sua conceção da «dualidade da estrutura», bem como por Sewell (1992) e Emirbayer e Mische (1998) na sua reformulação abrangente de Giddens. Na teoria da estruturação de Giddens, a estrutura social tem apenas uma existência «virtual», existindo apenas em momentos no tempo e no espaço quando incorporada por agentes individuais dotados de um grau relativamente elevado de autoconsciência reflexiva. Como tal, a estrutura social não é um edifício nem uma coisa em si mesma. É um processo de agência — daí a *estruturação* — que se desenrola no passado, no presente e no futuro. Ao mesmo tempo, a agência não pode ocorrer sem as regras (códigos, diz Sewell) e os recursos atualmente existentes. Estas regras e recursos tanto possibilitam como limitam a agência individual e coletiva. Para Giddens, a estrutura é dual porque proporciona simultaneamente estabilidade e inovação. A teoria da estruturação explica o potencial criativo e transformador da agência humana em relação a uma existência institucional padronizada. Para Giddens, a agência é, assim, a prática intencional de atores individuais que ocorre no contexto de condições reconhecidas e não reconhecidas e produz consequências pretendidas e não pretendidas.

A agência é a prática estratégica dos indivíduos

na qual estes exercem poder ou capacidade para realizar uma reprodução transformadora. Por outras palavras, a agência é a prática dos indivíduos que tem início em determinadas condições estruturais e resulta na reprodução transformadora de resultados estruturais. Giddens insiste na noção de reprodução transformadora para denotar que é impossível que um ato de agência reproduza simplesmente o passado, uma vez que cada ação é única no tempo, no espaço e no ambiente.

Ao mesmo tempo, nenhum ato de agência pode ser completamente transformador, uma vez que qualquer mudança permanece organicamente ligada às suas origens no tempo e no espaço.

Uma segunda contribuição significativa para a compreensão da agência é a de Emirbayer e Mische (1998). Eles apresentam uma *triade cordal* de agência centrada no passado, no presente e no futuro — não muito diferente da triade de Giddens composta por condições estruturais, agência e resultados transformadores. Emirbayer e Mische definem a agência «como o *envolvimento construído temporalmente por atores de diferentes ambientes estruturais — os contextos temporais-relacionais da ação — que, através da interação entre hábito, imaginação e julgamento, reproduz e transforma essas estruturas em resposta interativa aos problemas colocados por situações históricas em mudança*» (ênfase dos autores) (p. 970).

O primeiro aspeto da triade cordal é o elemento iterativo ou cíclico, que se refere à forma como os agentes se relacionam com o passado: «Refere-se à *reativação seletiva, por parte dos atores, de padrões passados de pensamento e ação, incorporados rotineiramente na atividade prática, conferindo assim estabilidade e ordem aos universos sociais e ajudando a sustentar identidades, interações e instituições ao longo do tempo*» (ênfase dos autores) (p. 971). O segundo aspeto está orientado para o futuro. Trata-se do elemento projetivo, semelhante à noção de Giddens de conduta estratégica orientada para a criação do que está por vir: «A *projetividade abrange a geração imaginativa, por parte dos atores, de possíveis trajetórias futuras de*

ação, nas quais as estruturas de pensamento e ação herdadas podem ser reconfiguradas de forma criativa em relação às esperanças, medos e desejos dos atores para o futuro» (p. 971). O terceiro aspecto fundamental da agência diz respeito ao presente. Trata-se do elemento prático e avaliativo que determina como ligar o passado ao futuro: *«a capacidade dos atores de fazer julgamentos práticos e normativos entre trajetórias alternativas possíveis de ação, em resposta às exigências, dilemas e ambiguidades emergentes de situações que se encontram atualmente em evolução»* (ênfase dos autores) (p. 971).

Concordo com Emirbayer e Mische que, dos três elementos, o mais negligenciado tem sido o elemento projetivo. Tanto Giddens como outros têm tendido a falar mais sobre os aspetos da estrutura social que condicionam a agência, embora não privilegiem esse aspeto na sua teoria. Salientam como a situação dada funciona como um conjunto de restrições e possibilidades que limitam e potenciam a instrumentalidade voluntarística dos agentes. Os aspetos transformadores ou formativos da agência não estão ausentes da teoria, mas esses aspetos não são tão enfatizados como as regras e os recursos da estrutura que precedem e condicionam a agência.

O trabalho de Giddens, bem como o de Emirbayer e Mische, concretiza a minha compreensão da agência como o conjunto de práticas estratégicas através das quais um ator colmata a lacuna entre o passado e o futuro.

Para mim, o ponto de partida para uma compreensão sintética mais ampla da filantropia como agência reside na ampla discussão de Aristóteles sobre a relação entre escolha e virtude na sua **Ética a Nicómaco** (1999). Aristóteles afirma que o objetivo da vida é a felicidade e sugere que a felicidade é alcançada ao colmatar a lacuna entre onde se está e onde se deseja estar. Esta lacuna é colmatada através de escolhas. Na sua melhor forma normativa, estas escolhas são permeadas por uma sabedoria prática ou *phronesis*. A agência, então, é o conjunto de práticas que concretizam as escolhas possíveis que se colocam aos agentes e que constituem uma migração perpétua da

gênese à telésis, da história à aspiração. As escolhas sábias, insiste Aristóteles, requerem tanto a liberdade de agir voluntariamente como a virtude da sabedoria. Não pode haver virtude sem liberdade; nem verdadeira liberdade sem virtude. Sem capacidade não há possibilidade de escolha, tal como sem virtude não há possibilidade de orientar corretamente a capacidade.

Fazer escolhas sábias é, assim, a prática da agência moral, a combinação de capacidade e caráter ou bússola moral. Note-se que, aqui, não atribuo qualquer conteúdo específico ao que constitui a sabedoria ou uma escolha sábia.

A sabedoria prática é entendida como uma orientação normativa sensibilizada ou consciente que move os agentes. Isto é semelhante ao que Émile Durkheim entende por comportamento *moralmente* orientado, que ele e outros, nos primórdios da sociologia, derivaram do latim *mores*, que significa os costumes, tradições ou correntes normativas carregadas de valores que fornecem os quadros de referência e as aspirações para a agência.

No meu esquema, então, a agência é a implementação de escolhas práticas-avaliativas à luz das condições sociais e pessoais, e direcionadas para a concretização dos projetos a que aspiramos. Como tal, a agência gira em torno da gênese, da telésis e das escolhas que ligam as duas. É a isto que Emirbayer e Mische chamam rotina, propósito e julgamento (p. 963). No que diz respeito ao passado, a agência situa-se no seio de condições constituídas por quadros normativos e existenciais de pensamento, sentimento e ação; e por recursos humanos e materiais (Giddens, 1984; Sewell, 1992). Por sua vez, a agência orienta-se para a concretização dos próprios quadros normativos e utópicos; e para a criação de novas distribuições ou ordens de recursos humanos e materiais. A agência é o domínio da prática causal humana da escolha que se baseia em condições genéticas ou iniciais (pessoais e sociais) de capacidade e fundamento moral, a fim de gerar resultados teléticos (pessoais e sociais) de capacidade e aspiração moral.

2. Hiperagência

Já indiquei que a maior parte dos trabalhos sobre a agência gira em torno de questões do passado, em vez de se centrar no futuro. O futuro, afirmam Emirbayer e Mische, é o domínio para o qual os atores sociais «construem imagens em constante mudança de para onde pensam que estão a ir, para onde querem ir e como podem chegar lá a partir de onde se encontram atualmente» (p. 984). Isto é importante porque alguns teóricos contemporâneos tendem a negar a capacidade dos detentores de riqueza e de outros atores aparentemente capacitados de serem construtores sem restrições de uma nova ordem. Por exemplo, Abercrombie, Hill e Turner, nos seus livros **The Dominant Ideology Thesis** (1980) e **The Sovereign Individuals of Capitalism** (1986), argumentam que mesmo os indivíduos privilegiados são incapazes de determinar o curso da história.

Nos termos de Emirbayer e Mische, Abercrombie, Hill e Turner diriam que, apesar de qualquer discurso interno ou externo que os indivíduos possam expressar sobre onde se encontram e para onde querem ir, as restrições da organização económica, especialmente no capitalismo avançado, limitam decisivamente a criação de futuros alternativos. Em particular, afirmam que não existe uma ligação necessária entre a ideologia do individualismo efetivo, por um lado, e o funcionamento real do capitalismo e as características dos sujeitos económicos que nele atuam, por outro.

Da mesma forma, defendem no seu segundo livro que a natureza cada vez mais burocrática do capitalismo avançado contradiz o discurso ideológico do individualismo e da eficácia individual. Não acontece simplesmente que indivíduos autónomos e empoderados sejam capazes de personificar a sua vontade através de práticas sociais intencionais. Concluem que, embora uma visão de individualismo soberano domine a ideologia do capitalismo ocidental, tal individualismo não existe nem nas classes dominantes nem nas subordinadas. Por conseguinte, não é possível uma hiperagência pura ou completamente determinante na construção e no governo da sociedade como um todo.

Aceito esta análise sobre o controlo dos mecanismos fundamentais da sociedade. No entanto, defendo que os detentores de riqueza são indivíduos soberanos, capazes de encarnar as suas aspirações e expectativas em práticas concretas e formas organizacionais — nos domínios maiores e menores da sua influência. De facto, todos os indivíduos, como insiste Giddens (1984), são, em determinadas circunstâncias e sob certas condições, capazes de moldar resultados através da agência — especialmente quando se unem em movimentos sociais, culturais e políticos.

Em suma, reconheço que nem todos os indivíduos são igualmente capazes de uma agência socialmente ou culturalmente formativa. Os hiperagentes não são deuses, mas semideuses. E nós, indivíduos «comuns», não estamos desprovidos de agência (embora esta seja circunscrita). De facto, assistimos hoje a uma ênfase renovada na resiliência dos indivíduos desfavorecidos e na necessidade de estes reconhecerem, exercerem e expandirem a sua agência. Ainda assim, é claro que mesmo a agência alargada entre nós, pessoas comuns, não se compara à capacidade dos hiperagentes, dotados de forma extraordinária, de projetar a sua vontade. Em suma, até os hiperagentes estão sujeitos a limitações.

No entanto, esses indivíduos dotados de formidáveis capacidades materiais e psicológicas são capazes de moldar futuros alternativos, não só para si próprios, mas também para os outros.

Outra ressalva é que nem todos os hiperagentes precisam de ser detentores de riqueza (por exemplo, «alguns santos e poetas», como Thornton Wilder nos lembra em **Our Town**). No entanto, todos os detentores de riqueza encontram-se, pelo menos, no domínio material. Os detentores de riqueza são dotados de forma única de recursos materiais e disposições cognitivas que lhes permitem, tanto como grupo como individualmente, moldar os resultados que desejam alcançar. A riqueza confere uma capacidade especial de *empoderamento*. Enquanto todos os indivíduos exercem agência, a característica distintiva da *hiperagência* é a capacidade de estabelecer, em vez de meramente receber, a matriz social na qual vivem. Os ricos

construem um reino mundano de *principado* no tempo e no espaço e um domínio interior de *individualidade*. Como tal, a hiperagência é uma identidade moral distintiva, para além de sustentar uma prática eficaz.

A agência, para Giddens, é a participação no processo de estruturação: os agentes estão situados dentro de condições estruturais e, por meio da agência, levam a cabo a transformação reprodutiva dessas condições. Para mim, os hiperagentes, em contraste com os agentes de Giddens, têm um domínio qualitativamente maior sobre os quadros e recursos que compõem as condições estruturais e sobre a configuração dos quadros e recursos que compõem os resultados sociais. Não é que o hiperagente possa, sozinho e por si só, transformar completamente todo o mundo à sua volta. Mas podem e de facto levam a cabo os mecanismos transformadores da estruturação como algo natural nas suas práticas quotidianas de negócios, finanças, família, consumo, política e filantropia.

Elementos da hiperagência — Esferas de capacidade e bússola moral

Em **Gospels of Wealth** (Schervish, Coutsoukis e Lewis, 1994), descrevo três componentes inter-relacionados das capacidades que constituem os recursos aos quais os hiperagentes recorrem no exercício da sua agência produtiva. São eles

- (1) empoderamento psicológico — a disposição para grandes expectativas, a legitimidade dessas expectativas e a confiança para as concretizar;
- (2) empoderamento espacial — a capacidade de erguer uma barreira protetora contra intrusões e de alargar a própria influência geograficamente para além da presença pessoal imediata; e
- (3) empoderamento temporal — a capacidade de remodelar o passado, forjar o presente e moldar o futuro.

É evidente que tal capacidade não garante que os hiperagentes tomem decisões produtivas sensatas e gerem resultados benéficos para si próprios e para os outros. Garante, no entanto, que tais indivíduos possuam um amplo horizonte de escolha, que as suas escolhas tenham a capacidade de moldar os seus propósitos e que os seus propósitos promovam ou impeçam os fins teléticos dos outros.

Para além de exercer os recursos acima referidos, a agência produtiva recorre a quadros normativos e existenciais que orientam a utilização dos seus recursos. Em **Gospels of Wealth** (1994), descrevi também três aspectos inter-relacionados da orientação normativa que entram em jogo para ordenar o empoderamento produtivo dos hiperagentes:

- (1) o exercício diário do que se concebe como virtude ou força de carácter, que orienta a forma como os hiperagentes lidam com as oportunidades e os obstáculos que a vida lhes apresentou;
- (2) os testes especiais de fibra moral que são necessários para que os indivíduos atravessem transições formativas ao longo da vida, passando de um estatuto social e identidade pessoal para outro; e
- (3) o impulso de transformar os grandes e pequenos acontecimentos da biografia num processo redentor de vida, morte e renascimento, na busca pela cura, aprendizagem, perdão e união.

O exercício quotidiano da virtude, o compromisso responsável durante as transições e a busca pela transformação são os aspetos da orientação moral — quando aliados ao empoderamento psicológico, espacial e temporal — que compõem o *quadro geral* de significado e prática da agência. E quando exercidos de forma institucionalmente formativa, ou seja, num esforço produtivo e não meramente participativo, constituem o significado e a prática da hiperagência.

Hiperagência e doadores do setor de alta tecnologia

Passo agora a aplicar a capacidade material e disposicional subjacente da hiperagência, na medida em que esta sustenta o caráter e a prática dos doadores de alta tecnologia. Estes geram esta hiperagência nas suas transações comerciais e transpõem-na para a sua filantropia.

Ao desenvolver e demonstrar o funcionamento da hiperagência, baseio-me nas conclusões do «*Estudo sobre Doadores de Alta Tecnologia de 2001*», realizado entre janeiro e março de 2001 (Schervish, O’Herlihy e Havens, 2001). A investigação foi realizada em nome da Association of Fundraising Professionals (anteriormente denominada National Society of Fund Raising Executives) e foi iniciada e financiada pelo Dr. Robert B. Pamplin, Jr., presidente e diretor executivo da R.B. Pamplin Corporation, em Portland, Oregon. A investigação explorou quatro questões principais. A primeira é a relação entre a forma como os detentores de riqueza do setor da alta tecnologia acumulam o seu dinheiro nos negócios e a forma como o destinam à filantropia. A segunda consiste em identificar o leque de questões pessoais, empresariais e filantrópicas que rodeiam a riqueza do setor da alta tecnologia e a filantropia. A terceira questão consiste em identificar as implicações dos resultados para a compreensão e melhoria da trajetória da filantropia levada a cabo pelos doadores do setor da alta tecnologia. A quarta questão é a aplicação das conclusões para aprofundar a nossa compreensão dos problemas emergentes e das perspetivas da filantropia em geral.

Quando associada às dinâmicas da gratidão, identificação e associação, a construção do mundo não se limita às portas das suas casas ou dos seus negócios. Estende-se a todos os seus envolvimento, incluindo, para aqueles que assim o escolhem, a política, a comunidade, a religião e a filantropia. Os ricos, por força da sua personalidade, não são mais egoisticamente míopes nem socialmente responsáveis do que qualquer outra pessoa. Grandes expectativas e aspirações grandiosas ocupam pessoas em todo o espectro financeiro. O que é diferente para os detentores de riqueza é que estes podem estar mais legitimamente confiantes na concretização das suas expectativas e aspirações, porque são capazes de influenciar diretamente a realização dos seus desejos. Um executivo reformado da Hewlett-Packard (todas as informações de identificação foram alteradas) expressa o tipo de atitude produtiva e otimista que o empoderamento psicológico proporciona:

Penso que, para os jovens empreendedores de alta tecnologia que se envolvem numa start-up, é a emoção de poder trabalhar num local pequeno, ágil e flexível, onde se pode dizer, tipo: «Ei, vamos fazer algo ao estilo de uma equipa de intervenção rápida e ver isso concretizado», porque essa tinha sido a sua experiência profissional. . . . Portanto, as experiências profissionais destas pessoas consistem em: «reúnem-se um grupo de vinte a quarenta pessoas, identificam um produto que precisa de ser desenvolvido; partem para o fazer. Dois anos depois, o produto está nas prateleiras.» Tiveram um impacto enorme, e acho que é essa a mentalidade que também trazem para a filantropia.

O facto de os doadores de alta tecnologia serem hiperagentes na filantropia não significa que, sempre e em todo o lado, concebam ou concretizem grandes intervenções inovadoras. Significa, sim, que tendem a pensar mais em fazê-lo e a envolver-se mais na sua concretização. O cofundador reformado de uma empresa de comunicações na Internet afirma: «Acredito firmemente, agora, que as nossas visões e os nossos objetivos podem tornar-se realidade se dedicarmos tempo a pensar no que queremos que eles sejam. Acredito firmemente que devemos pô-las por escrito, e elas tendem a tornar-se realidade porque começamos a dar os passos necessários para lá chegar.»

Os hiperagentes atuam na filantropia com dois aspetos definidores do empreendedorismo. Em primeiro lugar, identificam uma ideia criativa: discernem uma área de produção em que a procura ultrapassa a oferta.

Em segundo lugar, os empreendedores influenciam ativamente a taxa de retorno do seu investimento ao comandarem diretamente a produção. A característica distintiva dos doadores de alta tecnologia é a sua capacidade de concretizar — e não apenas apoiar — projetos de caridade específicos. A hiperagência no campo da filantropia destina recursos financeiros à criação de resultados significativos. Como já referi, ao exercerem esta capacidade, os doadores do setor da alta tecnologia são *produtores*, em vez de apoiantes da filantropia; são financiadores, em vez de meros contribuintes. Encontrar nichos sociais negligenciados, onde as necessidades são grandes e os recursos escassos, é precisamente a estratégia explícita de muitos dos inquiridos que entrevistámos. Esta atitude de identificar e concretizar uma aspiração através dos seus próprios esforços é evidenciada por praticamente todos os doadores do setor da alta tecnologia.

Um antigo executivo da Hewlett-Packard da Costa Oeste fala sobre como foi «inspirador» salvar uma iniciativa de conservação que tinha fracassado. «Todas estas pessoas que tinham estado a trabalhar nisso estavam tão desanimadas», diz ele, referindo-se à organização de um indivíduo que tinha tentado comprar alguns terrenos florestais. Mas, munido do empoderamento psicológico de grandes expectativas e dos meios materiais para criar um principado temporal-espacial, este hiperagente tinha um plano

e uma capacidade para o concretizar que os não hiperagentes tinham dificuldade em acreditar. «Bem, porque é que não tentamos simplesmente angariar este dinheiro de forma privada?», disse-lhes ele; «e eles responderam: “Olha, nunca ninguém angariou 13 milhões de dólares para terrenos privados, para um esforço de conservação de terras, e nós conseguimos fazê-lo em cerca de três meses.”» Para ele, fazer o possível era gratificante: «Foi simplesmente muito empoderador e motivador ver como, basicamente da noite para o dia, conseguimos proteger uma área tão vasta, proteger a população de lince e assim por diante; foi bastante inspirador.»

Além disso, este especialista em reviravoltas filantrópicas atribui o seu sucesso na angariação de fundos à sua própria capacidade de concretizar as coisas e de recrutar outros ‘hiperagentes’ que partilham essa faculdade. Ele e todos aqueles que recrutou para garantir os 13 milhões de dólares necessários, diz ele, «vêm todos de um ramo de atividade que era realmente empoderador, onde se podia decidir fazer algo e, dois anos depois, haveria um produto que seria utilizado em todas as empresas do mundo[Estas] pessoas acreditam, de certa forma, que “bem, posso simplesmente sair e fazer algo e, no final, isso será essencialmente uma espécie de produto”. Não têm essa sensação de que a mudança demora muito tempo.» E isto estende-se também à filantropia. «Por isso, quando nos dirigimos a estas pessoas e lhes dizemos: “Dêem-nos o vosso dinheiro e, ao fim de um ou dois anos, terão ajudado pessoalmente, juntamente com mais cem pessoas, a proteger estes 25 000 acres e a população de lince, e terão feito algo; e, essencialmente, terá havido um produto que terão criado”, elas compreendem isso instantaneamente. Não houve qualquer hesitação a esse respeito — disseram: ‘fixe, é isso que vou fazer.’»

Na linguagem comum, falamos regularmente de doadores e grandes doadores. Distinguir entre apoiantes e produtores de filantropia é uma distinção mais funcional. Cada iniciativa filantrópica procura recursos para produzir resultados em resposta a necessidades e interesses sociais. A maioria das pessoas responde a apelos por

contribuições de forma semelhante à maneira como um consumidor responde aos produtos ou serviços de uma empresa. São apenas uma pessoa entre um conjunto muito maior de intervenientes.

Individualmente, não têm poder de compra suficiente para que uma empresa crie um produto para eles; nem têm, por si só, poder de doação suficiente para criar ou redirecionar a iniciativa de caridade para a qual contribuem. Só enquanto grupo, agindo formal ou informalmente em conjunto, é que os contribuintes comuns podem moldar o destino ou a missão de uma instituição de caridade. Uma vez que é o apoio acumulado de muitos indivíduos, e não de um único indivíduo em particular, que determina a existência e a direção de um empreendimento, os indivíduos com recursos modestos são, no máximo, produtores conjuntos ou colaterais.

A situação é completamente diferente quando doadores da área da alta tecnologia contribuem com uma doação suficientemente significativa para moldar efetivamente a agenda de uma instituição de caridade ou sem fins lucrativos. Neste caso, o contribuinte pode ser denominado produtor direto ou arquiteto. Essa produção direta, evidentemente, tem dois lados, pelo que é sempre importante discernir as condições em que a hiperagência filantrópica gera cuidado em vez de controlo, como discutiremos mais adiante.

O caso extremo de produção direta na filantropia é a fundação pessoal de uma organização ou projeto filantrópico original. Ouvimos vários exemplos de como doadores do setor da alta tecnologia criaram ou planeiam criar uma fundação privada ou operacional. Um dos inquiridos começou a trabalhar no aumento dos salários dos professores, disponibilizando os fundos necessários para o efeito numa escola, na esperança de que o efeito positivo se espalhe e exerça pressão sobre as escolas vizinhas para que façam o mesmo. Outro inquirido explica que o seu sonho, algures nos próximos cinco anos, é criar uma fundação que forneça os fundos necessários para aumentar os salários dos professores no centro da sua cidade natal, onde frequentou a escola numa época mais favorável. De forma menos formal, outro doador do setor da alta tecnologia produziu o resultado filantrópico ao «adotar» financeiramente uma sobrinha com síndrome de Down. E ainda outro faz doações substanciais o suficiente a todos os seus irmãos e aos da sua esposa

irmãos, de forma a proporcionar-lhes um nível de segurança financeira que lhes permita fazer escolhas nas suas vidas com base no desejo de se sentirem realizados, em vez de na necessidade de rendimento. Seja de forma formal ou informal, à distância ou perto de casa, é a possibilidade e a prática de «fazer a diferença» que sustenta a determinação e o domínio dos filantropos do setor da alta tecnologia. Essa hiperagência impregna todos os esforços filantrópicos dos doadores do setor da alta tecnologia, mas manifesta-se, em particular, em três formas do que designamos por filantropia intercessional.

Variedades de filantropia intercessional

Em sentido estrito, «capital de risco», o termo que deu origem ao análogo «filantropia de risco», denota a dedicação mais ou menos ativa do dinheiro e dos conhecimentos especializados de um investidor — e, por vezes, o seu envolvimento direto — para impulsionar uma atividade empreendedora iniciada por outra pessoa. No entanto, quando aplicado à filantropia, o termo deve ser dividido em três abordagens distintas e multifacetadas. Constatamos que muito do que é habitualmente incluído na categoria da filantropia de risco é mais corretamente designado por filantropia de gestão ou filantropia empreendedora.

A *filantropia de gestão* consiste na contribuição de conhecimentos organizacionais, sem a contribuição de recursos financeiros, para elevar a eficácia de uma organização de caridade. Um exemplo é a inquirida, cuja fortuna está principalmente investida numa start-up da Internet do Vale do Silício. Ela contribui com algum dinheiro, mas sobretudo com conhecimentos *de gestão* para a sua antiga universidade, a Universidade de Stanford, para ajudar na angariação de fundos e no desenvolvimento de melhores métodos de angariação. Uma descrição mais abrangente desta estratégia de gestão é fornecida por um antigo empreendedor de software:

O que senti ser o meu maior ponto forte é a vertente de gestão. Consigo gerir pessoas, compreendo como as pessoas funcionam, não tento categorizá-las todas da mesma forma e compreendo as diferenças. Os empreendedores puros são, normalmente, péssimos gestores porque querem que tudo aconteça em cinco segundos; não compreendem porque é que nem tudo pode ser feito em trinta segundos. Porque é que nem toda a gente é tão inteligente, por assim dizer, porque é que nem toda a gente vê as coisas como eles, e então eles só querem carregar a fundo no acelerador e avançar o mais depressa possível. E eu tenho algumas dessas tendências, mas tenho a capacidade de saber que também há um travão e sei quando o utilizar.

*A **filantropia empreendedora*** é a contribuição conjunta de capital humano e financeiro de um detentor de riqueza para inaugurar uma nova iniciativa de caridade ou uma nova vertente dentro de uma instituição de caridade já existente. Por exemplo, há o empreendedor de alta tecnologia de Austin que dedica a maior parte do seu dinheiro e tempo filantrópicos a supervisionar a sua start-up de caridade, dedicada a superar a exclusão digital que afeta os jovens urbanos. Um exemplo mais completo é dado por um autodenominado empreendedor social que está a criar a sua própria instituição de caridade:

Para mim, um empreendedor e um empreendedor social são pessoas que olham para algo que não existe e perguntam «por que é que isso não pode existir?», em oposição a quem olha para algo e diz «isso não pode acontecer». Para mim, um empreendedor é alguém disposto a criar algo do nada, que está disposto a meter as mãos na massa, a fazer com que a mudança aconteça e a impulsioná-la, a criar novas ideias, instituições ou organizações, e a obter um retorno sobre esse investimento de tempo, energia e esforço. O retorno social é medido, talvez, em capital comunitário, capital humano ou capital social. Simplesmente não é medido em capital financeiro, mas continua a ser o mesmo instinto e a mesma motivação empreendedora, que, por acaso, se concentram no setor social.

*A **filantropia de risco*** é uma terceira forma, «intermédia», de envolvimento intercessional. Ela injeta aconselhamento de gestão e recursos financeiros num esforço filantrópico, mas não intervém na direção prática do dia-a-dia, que é a marca distintiva de um empreendedor. Aqui inclui o empreendedor de software de Boston, que criou a sua própria fundação familiar, mas que, mesmo assim, também contribui com dinheiro e competências para ajudar outros a lançar uma instituição de caridade, auxiliando na definição de objetivos, no planeamento e aconselhando sobre como alavancar o financiamento. Um antigo empreendedor de software que se reformou e criou a sua própria fundação familiar constitui um exemplo deste caminho intermédio da filantropia de risco:

Existem, sem dúvida, muitas técnicas e formas de abordar os problemas de que benefício graças à minha experiência e que já discuti com várias organizações sem fins lucrativos. Ficariam surpreendidos com as coisas e as formas de tomar decisões, de pensar nos problemas e de planejar estratégias — aspetos que alguém como eu consideraria naturais. Muitas pessoas nessas organizações nunca tiveram de pensar nessas questões dessa forma. Por isso, um pequeno conselho ou uma visão sobre a forma como os empreendedores abordam os problemas tem, na verdade, um grande impacto e ajuda-as bastante. Vou dar Vou dar-lhe um exemplo. Estou a trabalhar com uma mulher que está a criar uma nova organização 501(c)(3). Estou a abrir uma exceção porque, na verdade, vou integrar o conselho de administração dela e ajudá-la a pôr tudo a funcionar. Muito disso tem a ver com o quanto acho que a minha ajuda pode ser aproveitada. Se for uma situação em que eu possa dedicar uma hora por semana, seja pessoalmente, por telefone ou algo do género, e ter um grande impacto ao ajudar alguém, isso é atraente para mim. É uma espécie de relação esforço/recompensa. Além disso, o que fizemos foi criar um programa com ela, no qual estamos a contribuir com metade do seu financiamento inicial sob a forma de uma subvenção de contrapartida. Esse é outro exemplo da vertente empreendedora. Se contribuirmos com uma subvenção de contrapartida, isso pode servir de alavanca quando se dirige a outras organizações e se diz: «Olhem, esta Fundação Familiar está a contribuir com metade; precisamos de angariar a outra metade e gostaríamos de saber se podemos contar convosco.» Isso é útil.

Ao longo das entrevistas, descobrimos tantos exemplos adicionais de doadores a adotar cada uma destas formas que concluímos que a implementação de uma ou mais destas estratégias filantrópicas intercessórias é uma característica marcante dos doadores do setor de alta tecnologia. Concluímos também que, para retratar com precisão o que os doadores do setor de alta tecnologia estão a fazer, o quadro conceptual para falar sobre eles precisa de ser alargado para além do termo «filantropia de risco», de modo a destacar as diferenças importantes em relação à filantropia gerencial e empreendedora. As três abordagens são semelhantes na medida em que cada uma implica uma prática de liderança organizacional e uma disposição centrada na melhoria da eficácia. Mas, para compreender com maior precisão o que os doadores do setor da alta tecnologia estão realmente a fazer e para os alertar melhor para a variedade de estratégias intercessórias que possam desejar adotar, é necessário reconhecer as diferenças entre a filantropia gerencial, de risco e empreendedora. De facto, o futuro da chamada filantropia de risco — ou, melhor ainda, dos filantropos de risco envolvidos em várias organizações parceiras de risco — tenderá provavelmente a girar em torno da filantropia empreendedora, na medida em que estes doadores do setor da alta tecnologia consolidem a sua riqueza, disponham de mais tempo para perseguir os seus objetivos filantrópicos e descubram as causas e as pessoas em nome das quais desejam exercer a sua hiperagência.

Conclusão

Este artigo abordou, com um novo fundamentação teórica e aplicação, a nossa principal conclusão resultante de mais de 40 anos de estudo sobre detentores de riqueza. Trata-se de que a característica distintiva da classe dos detentores de riqueza é a sua capacidade de autotransfiguração e de fazer história por meio da hiperagência. Certamente, nem todo o hiperagente é rico. Algumas pessoas sem destaque financeiro fazem história por serem profundas, criativas ou espirituais. Mas no domínio material, incluindo as contribuições de caridade, todo detentor de riqueza é, no mínimo, um hiperagente em potencial. A hiperagência refere-se à capacidade reforçada dos indivíduos ricos de estabelecer ou controlar substancialmente as condições sob as quais eles próprios e os outros exercem a sua agência. Para a maioria dos indivíduos, a agência limita-se a escolher entre as situações em que se encontram e a agir dentro das restrições dessas mesmas situações. Como monarcas da agência, os ricos podem circunscrever tais restrições e, para o bem ou para o mal, criar para si próprios um mundo mais à sua medida. Como agentes do quotidiano, a maioria de nós esforça-se por *encontrar* o melhor local possível para viver ou o melhor emprego num determinado campo de possibilidades. Enquanto hiperagentes, os detentores de riqueza — quando optam por fazê-lo — podem *criar* um vasto leque de possibilidades dentro do qual eles próprios e os outros irão viver e trabalhar. Seja herdada ou conquistada, a posse de recursos financeiros substanciais proporciona uma gama de escolhas materiais e uma correspondente disposição moral de grandes expectativas que os distingue dos outros agentes na sociedade. Se o significado social do dinheiro em geral é a agência em geral, o significado social da riqueza é a hiperagência.

Numa das suas afirmações mais famosas, Marx disse: «Os homens fazem a sua própria história, mas não a fazem como lhes apraz; não a fazem em circunstâncias por si escolhidas, mas em circunstâncias já existentes, dadas e transmitidas pelo passado. A tradição de todas as gerações mortas pesa como um pesadelo sobre os cérebros dos vivos.» Para Marx, algo de novo era possível na sua época — a primeira ruptura verdadeiramente revolucionária com a história passada da sociedade de classes. É claro que isso não aconteceu tal como ele imaginava; mas parte do que ele afirmou ser necessário para moldar a história é exatamente o que caracteriza os hiperagentes.

Ou seja, aqueles que estão «ocupados a revolucionar-se a si próprios e às coisas, criando algo que não existia antes» têm de ser capazes de fazer mais do que «invocar ansiosamente os espíritos do passado ao seu serviço, tomando emprestados deles nomes, slogans de batalha e trajes, a fim de apresentar esta nova cena na história mundial sob um disfarce consagrado pelo tempo e uma linguagem emprestada». Aqueles que procuram moldar a história de forma criativa «não podem retirar a sua poesia do passado, mas apenas do futuro». Os agentes são frequentemente condenados a evocar o futuro em pensamento e palavra, mas não a concretizar o seu conteúdo. Os hiperagentes são diferentes. Para eles, «o conteúdo vai além da frase» (Marx 1852/1963).

Afinal, os hiperagentes «fazem história» para si próprios e para os outros. Enquanto prática social dos indivíduos, a hiperagência refere-se à capacidade reforçada de indivíduos abastados para exercerem um controlo efetivo sobre as condições em que se envolverão na ação social e, além disso, para definirem os limites do potencial de fazer história de indivíduos menos empoderados. Os doadores do setor da alta tecnologia constituem um grupo contemporâneo identificável de hiperagentes; mas nem tudo sobre eles e a sua filantropia é tão novo como muitas pessoas dão a entender.

A nível subjetivo, juntam-se a todos os doadores abastados no sentimento de uma mistura de culpa e gratidão pela sua boa sorte; são movidos por toda a gama de motivações caritativas — desde o prestígio até à identificação com o destino dos outros, passando pelo desejo de fazer a diferença — e têm de estar atentos para utilizar a sua capacidade especial para cuidar, em vez de dominar.

Também não é novidade entre os doadores do setor da alta tecnologia, mas é comum a muitos filantropos abastados, atualmente e no passado, a aplicação de princípios empresariais à filantropia. Embora a linguagem com que os doadores do setor da alta tecnologia caracterizam a sua filantropia seja de certa forma distinta, o facto de frequentemente praticarem filantropia intercessional não é exclusivo. Já em 1986 (Schervish e Herman, 1988), documentámos a filantropia empreendedora, de risco e de gestão como uma abordagem de longa data de todas as categorias de filantropos, incluindo herdeiros de fortunas tradicionais e empreendedores que trabalham na economia tradicional. A filantropia de risco, tal como a definimos, não é a única nem necessariamente a principal estratégia intercessional. A filantropia de gestão e a filantropia empreendedora são igualmente, se não mais, proeminentes. De facto, constatámos que os doadores do setor da alta tecnologia adotam toda a gama de estratégias, tal como todos os detentores de riqueza. A maioria dos filantropos do setor da alta tecnologia ou de outras áreas recentes faz contribuições «tradicionais» para o ensino superior ou para a investigação na área da saúde como uma das suas primeiras doações de grande valor. Observamos que os filantropos intercessores contribuem para a United Way, apoiam familiares, intermediam doações e contribuem para as organizações cujos serviços eles e as suas famílias utilizam, tais como congregações religiosas, escolas e museus.

Apesar destas continuidades com outros detentores de riqueza contemporâneos e filantropos do passado, existem várias características distintivas dos filantropos do setor da alta tecnologia atualmente. Os empresários do setor da alta tecnologia

vêm a economia de forma diferente dos proprietários de pequenas empresas, dos profissionais com salários elevados, dos que herdaram fortunas e dos investidores mais astutos do mercado. As suas experiências formativas na Nova Economia, aliadas à sua idade geralmente jovem e à rapidez com que alcançaram a riqueza, marcam-nos a eles e à sua filantropia com um conjunto específico de preocupações, atitudes, esperanças e armadilhas. Constatámos que, como grupo, são explicitamente e consistentemente «hiperagentes» empreendedores.

Tendem a esperar e a incentivar as organizações sem fins lucrativos a perseguir, como caminho para alcançar os seus objetivos de serviço, os objetivos empresariais de eficiência, pensamento estratégico, inovação, assunção de riscos, boa gestão, responsabilização, objetivos mensuráveis e crescimento em escala. Têm confiança na sua capacidade de identificar, abordar e mitigar problemas sociais e organizacionais. Estão universalmente imbuídos de uma mentalidade otimista, enérgica e voltada para a resolução de problemas.

Em geral, acreditam que a educação e o desenvolvimento do capital humano constituem a melhor alavanca para resolver os problemas da sociedade. Se o conhecimento é a riqueza das nações, a educação e a formação são a moeda do reino.

É claro que a sua autoconfiança, atitude positiva e relativa inexperiência podem, por vezes, levá-los a ser arrogantes e presunçosos. No entanto, encontrámos apenas evidências muito ocasionais dessa presunção — embora os hiperagentes filantrópicos de todos os tipos tenham sido sempre, e mais uma vez nos dias de hoje, criticados veementemente por exercerem uma influência desmedida. Com apenas duas exceções, os inquiridos mostraram-se pacientes e comunicativos nas entrevistas, e manifestaram uma preocupação esmagadora em informar-se sobre as necessidades que poderiam abordar e sobre a melhor forma de colaborar com outros para satisfazer essas necessidades. No tom e na prática, são intuitivamente determinados,

e experimentais. A sua dedicação inicial das suas capacidades é, sem remorsos, encontrar a forma mais bem-sucedida de concretizar as suas ambições empresariais, o que constitui a condição de possibilidade para uma filantropia substancial. A nível pessoal, o seu percurso moral envolve: aceitar a riqueza; encontrar o equilíbrio entre família, negócios e filantropia; definir e construir conscientemente uma identidade filantrópica; e procurar oportunidades de autorreflexão, associação e identificação, a fim de serem mais eficazes na sua filantropia.

Concluimos que nunca antes tantos detentores de riqueza, com tal experiência empreendedora, em tão tenra idade, com tanta riqueza, com tanto tempo pela frente e em tantos domínios — nunca antes foram tão conscientemente intercessores e propositadamente autorreflexivos sobre a sua filantropia. Ainda assim, nada disto significa que irão necessariamente prestar um grande serviço com a sua filantropia, porque a mesma hiperagência que oferece um grande potencial para criar benefícios substanciais também tem o potencial para uma intromissão pesada. A faca de dois gumes de ser intercessional pode resultar, como dissemos, tanto numa contribuição formidável de cuidado como numa afirmação autoritária de domínio.

Referências

- Abercrombie, Nicholas, Bryan S. Turner e Stephen Hill. 1980. *The Dominant Ideology Thesis*. Routledge.
- Abercrombie, Nicholas, Bryan S. Turner e Stephen Hill. 1986. *Indivíduos Soberanos do Capitalismo*. Routledge.
- Alexander, Jeffrey C. 1992. «Algumas observações sobre a “agência” na teoria sociológica recente». *Perspectives* (Boletim informativo da Secção de Teoria, Associação Americana de Sociologia) 15:1-4.
- Archer, Margaret S. 1982. *Cultura e Agência: O Lugar da Cultura na Teoria Social*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Aristóteles. 1999. *Ética a Nicómaco*. 2ª edição. Terence Irwin, trad., introdução e notas. Hackett Publishing. Indianápolis.
- Coleman, James S. 1990. *Fundamentos da Teoria Social*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Emirbayer, Mustafa, e Ann Mische. 1998. «O que é a agência?» *American Journal of Sociology*, 103(4): 962-1023.
- Giddens, Anthony. 1984. *A Constituição da Sociedade: Esboço da Teoria da Estruturação*. Berkeley, CA: U California P.
- Marx, Karl. 1852/1963. «O 18 de Brumário de Luís Bonaparte». International Publishers, Nova Iorque.
- Schervish, Paul G. 1997. «Grandes doadores, grandes motivos: as pessoas e os objetivos por trás das grandes doações.» *Novos rumos para a angariação de fundos filantrópicos: o desenvolvimento de grandes doações*, 16: 85-112.

- Schervish, Paul G. 2006. «A biografia moral da riqueza: reflexões filosóficas sobre os fundamentos da filantropia.» *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 35, n.º 3 (setembro), 477-492.
- Schervish, Paul G., Platon Coutsoukis e Ethan Lewis. 1994. *Evangelhos da Riqueza: Como os Ricos Retratam as Suas Vidas*. Westport, CT: Praeger.
- Schervish, Paul G. e John J. Havens. 2001. «A nova física da filantropia: os vetores do lado da oferta nas doações de caridade — Parte 1: o lado material do lado da oferta.» *The CASE International Journal of Educational Advancement*, vol. 2, n.º 2, pp. 95-113.
- Schervish, Paul G. e John J. Havens. 2002 «A Nova Física da Filantropia: Os vetores do lado da oferta das doações de caridade — Parte 2: O lado espiritual do lado da oferta.» *The CASE International Journal of Educational Advancement*, vol. 2, n.º 3, pp. 221-241.
- Schervish, Paul G. e Andrew Herman. 1988. *Empoderamento e Beneficência: Estratégias de Vida e Doação entre os Ricos*. Relatório final do *Estudo sobre Riqueza e Filantropia*. Apresentado à Fundação de Caridade T. B. Murphy.
- Schervish, Paul G., Mary A. O’Herlihy e John J. Havens. 2001. «Riqueza e Filantropia Impulsionadas por Agentes: A Dinâmica da Acumulação e da Alocação entre Doadores do Setor de Alta Tecnologia». Instituto de Investigação em Bem-Estar Social, Boston College. Relatório Final do Estudo sobre Doadores do Setor de Alta Tecnologia de 2001.
- Sewell, William H. Jr. 1992. «A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation.» *American Journal of Sociology*, 98(1): 1-29.
- Turner, Stephen. 1994. *A Teoria Social das Práticas: Tradição, Conhecimento Tácito e Pressupostos*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wood, Ellen Meiskins. 1995. *Democracia contra o Capitalismo: Renovando o Materialismo Histórico*. Cambridge: Cambridge UP.
- Wright, Eric Olin. 1997. *A classe importa: estudos comparativos na análise de classe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- *Paul G. Schervish (paul.schervish@bc.edu) é professor emérito de Sociologia e fundador e diretor do Centro de Riqueza e Filantropia do Boston College. Foi professor visitante distinto no Centro de Filantropia da Universidade de Indiana e professor Fulbright de Filantropia no University College, em Cork, na Irlanda. Foi selecionado cinco vezes para a lista «Power and Influence Top 50» da revista *NonProfit Times*. Recebeu o Prémio de Carreira Distinta de 2013 da secção de Altruísmo, Moralidade e Solidariedade Social da Associação Americana de Sociologia. Schervish é autor de **Gospels of Wealth: How the Rich Portray Their Lives** e coautor, com Keith Whitaker, de **Wealth and the Will of God**. Juntamente com John Havens, é autor do relatório de 1998, **Millionaires and the Millennium**, que previu a agora bem conhecida transferência de riqueza no valor de 41 biliões de dólares. As projeções do seu modelo revisto de transferência de riqueza foram publicadas no relatório de 2014, **Great Expectations: A New Model and Metric for the Continuing Wealth Transfer**. Schervish exerce funções como consultor para indivíduos e famílias e como orador em fóruns de detentores de riqueza, profissionais financeiros e angariadores de fundos. Obteve a licenciatura em literatura clássica e comparada pela Universidade de Detroit, um mestrado em sociologia pela Universidade Northwestern, um mestrado em Teologia pela Escola Jesuíta de Teologia de Berkeley e um doutoramento em Sociologia pela Universidade de Wisconsin, em Madison.

 Paul G. Schervish — Currículo, Relatórios e Artigos, por

Ano