

2 Literatura

Embora a aplicação de métodos de organização industrial não tenha sido explorada pela literatura, ela se inspira em ideias antigas e já difundidas na literatura da economia da religião. Adam Smith, no livro “The Wealth of Nations”, argumenta que os interesses próprios motivam o clero assim como produtores seculares; que forças de mercado restringem igrejas assim como restringem as firmas seculares; e que os benefícios da competição, o fardo do monopólio, e os riscos da regulação governamental são tão reais para a religião quanto para qualquer outro setor da economia¹. Dessa forma, autor é o primeiro a estender o racionalismo econômico para a análise do movimento religioso.

Após esse trabalho seminal, por décadas, a religiosidade é considerada fruto de comportamento irracional por autores como Marx, Comte e Freud. Somente a partir de 1970, economistas e sociólogos, inspirados pelas ideias de Smith, retomam a análise racional do comportamento religioso. Tal análise ocorre no nível do indivíduo, da instituição e do mercado. De especial interesse para este trabalho, são as contribuições relativas às instituições e ao mercado religioso.

Em relação às instituições religiosas, podemos distinguir duas abordagens: igrejas como firmas e como clubes. De acordo com a primeira abordagem, as igrejas ofertam serviços religiosos e definem preço de forma a maximizar o lucro. A definição de igrejas como firmas maximizadoras levou a análise da doutrina, estrutura e práticas religiosas segundo a ótica da teoria neoclássica. Nesse sentido, Stark e Bainbridge (1985) estudam o papel do empreendedorismo individual para a formação de novas religiões. Dolin, Slesnick e Byrd (1989) afirmam que a estrutura das igrejas modernas é similar a estrutura de franquias. Já Finke e Stark (1992) argumentam que o crescimento dos Metodistas e Batistas no século XIX, nos Estados Unidos, foi resultado de melhores práticas de marketing e produção de incentivos para seus funcionários em relação às denominações mais antigas como os Congregacionais, Presbiterianos e Episcopais.

¹ IANNACCONE, Laurance R, “Introduction to the Economics of Religion”, Journal of Economic Literature, vol.36, número 3, pág. 1465-1495, Setembro 1998.

No tocante ao conteúdo doutrinário, Ekelund (1996) discorre sobre a economia política da Igreja Católica Medieval. Por exemplo, a principal motivação da lei de usura seria o “rent seeking”: a restrição da taxa de juros permitia a Igreja tomar crédito a taxas baixas e emprestar a taxas mais altas pelo banco do Papa. No entanto, Carr e Landa (1983) e Glaeser e Sheinkman (1998) argumentam que restrições de taxa de juros beneficiam vítimas de choques negativos, que têm alta demanda por crédito, e penalizam aqueles que enfrentam choques positivos, que são potenciais emprestadores. Assim, a lei de usura seria uma política de proteção social.

Em contrapartida, a teoria dos clubes ressalta que, apesar de igrejas terem características típicas de um firma, as congregações também funcionam como organizações de benefício mútuo, produzindo bens “quase-públicos”². De fato, exceto alguns profissionais religiosos que trabalham em tempo integral, grande parte dos participantes produz e consome os produtos religiosos. Assim, os modelos de clube formalizam essa interdependência incluindo na utilidade do indivíduo o tempo, consumo e capital religiosos dos outros membros. Nessa estrutura, fica em evidência as externalidades positivas associadas à participação religiosa e o problema do carona, haja vista que a menor e menos intensa participação do carona coloca a viabilidade do culto em perigo. Devido a essas implicações, impõe-se a necessidade de comprometimento do fiel.

Assim, o problema do carona e a necessidade de comprometimento explicam porque novos e pequenos cultos, ainda não plenamente estabelecidos, sejam, em geral, mais rígidos em relação à doação de dízimo, normas de comportamento e restrição ao consumo de bens seculares. Todavia, por causa dos custos de monitoramento, a tendência seria de essas pequenas igrejas evoluírem para grandes instituições mais “liberais”. Logo, pertencer às pequenas e rígidas igrejas seria mais atrativo para indivíduos com menores oportunidades seculares. As evidências empíricas que buscam testar essa relação entre a intensidade de participação religiosa e o tamanho da congregação têm resultados dúbios. Sullivan (1985), Stonebraker (1993), Zaleski e Zech (1994) encontram uma relação negativa entre tamanho da congregação e média de doação por membro. Já Lipford (1995) estima uma relação positiva entre tamanho e doações para uma amostra de Batistas, Presbiterianos e congregações Episcopais na Carolina do Norte.

Contribuições mais recentes para a teoria dos clubes são Chen (2008) e Berman e Laitin (2008). Usando dados de intensidade de participação religiosa durante a crise

² Iannaccone (1998), página 1482.

financeira da Indonésia, Chen encontra evidências de que a participação religiosa funciona como um seguro “ex-post”. Ou seja, a participação religiosa aumenta após a crise e esses indivíduos conseguem suavizar sua renda. Ademais, a intensidade da participação é correlacionada com o grau de seguro e sanções sociais facilitam a obtenção do mesmo. Já Berman e Laitin propõem um modelo que enfatiza as organizações religiosas como provedoras de bens públicos. Os autores apresentam evidências de que os sacrifícios impostos pelas organizações religiosas extremistas são economicamente eficientes uma vez que solucionam o problema do principal-agente enfrentado por organizações terroristas e movimentos insurgentes. A análise dos dados de movimentos terroristas no Oriente Médio dá suporte à afirmação de que clubes religiosos podem criar potenciais terroristas.

Na medida em que igrejas funcionam como firmas, o conjunto delas constitui um mercado religioso. Essa literatura, diretamente ligada à obra de Adam Smith, procura responder empiricamente se competição estimula a atividade religiosa; e se igrejas recém-criadas possuem maior vitalidade do que igrejas estabelecidas. O termo “igreja estabelecida” é usado para denotar as igrejas monopolistas ou aquelas que recebem algum subsídio do Estado. A hipótese subjacente é de que mercados mais competitivos provêm melhores serviços para seus clientes. Conseqüentemente, melhores serviços religiosos levariam a maior consumo e participação religiosa. Iannaccone (1998) encontra relações positivas entre competição, medida pelo índice de herfindahl, e medidas de participação religiosa, frequência de prece, crença em Deus e confiança na religião. Tais resultados se mantêm após incluir controles de renda, educação e urbanização; e são válidas tanto entre países quanto dentro deles. Outros estudos, como Finke e Stark (1988), Finke, Guest e Stark (1996), Hamberg e Pettersson (1994) corroboram esses resultados.

Por outro lado, alguns estudos se dedicam a apurar se a Igreja Católica se comporta como um monopolista ineficiente. O estudo de Stark e McCann (1993) revela que o número de crianças em colégios católicos e o número de ordenações de padres tende a ser maior em regiões nas quais católicos representam uma parcela relativamente pequena da população. E Stark (1992) apresenta uma forte correlação negativa entre o número de padres por católico e a parcela de católicos na população total.

No entanto, todas as evidências listadas acima são correlações e, por conseguinte, não representam causalidades. A fim de reforçar a interpretação de causalidade, Finke (1990), Finke e Stark (1992) e Olds (1994) analisam o aumento da competitividade do tempo. Em geral, aumentos de competitividade ocorrem com a emergência de Estados laicos e, conseqüentemente, com o fim do financiamento estatal para a igreja estabelecida. Os dois

primeiros trabalhos documentam que, na América colonial, as taxas de participação religiosa cresceram à medida que os monopólios religiosos cederam a mercados religiosos livres. Já Olds apresenta dados estatísticos que revelam que o salário e o número de padres aumentaram com a “desregulamentação” dos mercados na Nova Inglaterra. Um fato comum documentado nesses trabalhos é a recorrente perda de mercado das igrejas mais antigas em detrimento do crescimento das novas congregações após o fim de algum tipo de restrição à competição. Esse processo ocorreu nos Estados Unidos, Coreia, Filipinas, Europa Oriental, antiga União Soviética e Japão³.

No Brasil, dois trabalhos colocam em evidência a importância da análise de mercado para o entendimento das mudanças religiosas recentes. Mariano (2003) argumenta que, no contexto plural em que vivemos, as instituições religiosas não podem esperar que os fiéis aceitem de imediato o conjunto de regras de comportamento imposto pelas igrejas. Assim, segundo o “ethos” do consumo, as organizações religiosas precisam oferecer produtos que sejam atrativos. Dentro dessa perspectiva, o autor discute as recentes transformações na Igreja Católica, em particular, o movimento carismático como uma resposta ao crescimento dos evangélicos e perda de fiéis. A seu turno, Guerra (2003) documenta as mudanças decorrentes da secularização do Estado Brasileiro, da consolidação do pluralismo e dos mercados religiosos para o pentecostalismo. Entre tais efeitos, destaca a adoção de modelos de gestão de cunho empresarial, a centralização da gestão administrativa e financeira, a concentração do poder eclesiástico, a profissionalização dos quadros ministeriais, o uso de estratégias de marketing e de métodos heterodoxos de arrecadação, a fixação de metas de produtividade para pastores e bispos, o abandono de práticas ascéticas e sectárias e a adaptação dos serviços mágico-religiosos aos interesses materiais dos fiéis.

Dessa forma, embora a literatura brasileira analise as recentes mudanças sob a ótica de mercado, não há nenhuma análise empírica que trate explicitamente igrejas como firmas. Os trabalhos que mais se aproximam de uma análise quantitativa são os livros: “Atlas da Filiação Religiosa e Indicadores Sociais no Brasil” e “Religião e Sociedade em Capitais Brasileiras”; e o artigo “Economia das Religiões”. Essas publicações exploram os dados disponíveis e reportam a recente mudança no perfil religioso. Em especial, os livros buscam reportar tanto o padrão de localização dos fiéis como o padrão da diversificação religiosa. Já o artigo busca caracterizar os fiéis através de correlações entre variáveis socioeconômicas e a

³ No Japão, o advento da liberdade religiosa levou a um período de cinco anos conhecido como “The Rush-Hour of the Gods”, durante o qual mais de 2000 cultos se formaram.

escolha religiosa. O presente trabalho parte desses estudos e os utiliza largamente para embasar a análise empírica desenvolvida.