

Teorias Econômicas Aplicadas ao Estudo da Religião: em Direção a um Novo Paradigma?*

Alejandro Frigerio

Em um artigo que caminha para converter-se em um clássico, Stephen Warner (1993) chama a atenção para o desenvolvimento de um novo paradigma interpretativo no interior da sociologia da religião. Esse novo paradigma se distancia do antigo — representado principalmente pelos estudos de Peter Berger (1970, 1971) sobre a religião como “dossel sagrado” — sob vários aspectos (a) se inspira mais na história norte-americana que na experiência européia do desenvolvimento da religião (Warner 1993:1045); (b) vê a religião como propriedade não de toda a sociedade, mas de grupos específicos que a integram (Warner 1993:1046-1047); (c) tem uma visão crítica da teoria da secularização (Warner 1993:1048); (d) utiliza conceitos e imagens econômicas (Warner 1993:1051); (e) propõe ver a separação entre Igreja e Estado (*disestablishment*) como normal (Warner 1993:1053); (f) põe uma ênfase especial na oferta religiosa, mais do que na demanda (g) considera as mudanças que, numa situação de *pluralismo religioso*, se produzem dentro dos grupos religiosos, no mercado religioso e na afiliação dos indivíduos, como naturais (Warner 1993:1064-1065). A existência de grupos religiosos distintos competindo no mercado não é considerada uma degeneração da religião — algo negativo

para sua natureza, como afirma Berger (1971) — já que nos Estados Unidos, os grupos praticamente nasceram dentro de uma situação pluralista.

Neste trabalho, apresentarei uma resenha de algumas das principais idéias do novo paradigma, especialmente em sua formulação mais explícita, através das obras de Rodney Stark, Laurance Iannaccone e Roger Finke. Assinalarei os elementos mais positivos do novo paradigma, e sugerirei em que medida este pode ser aperfeiçoado à luz de outros desenvolvimentos contemporâneos no estudo da religião.

O Novo Paradigma: Principais Idéias

A grande quantidade de publicações de vários dos expoentes do novo paradigma dificulta um pouco a exposição sintética do mesmo. Sem dúvida, os autores que o propuseram mais vigorosamente — e que contribuíram com o maior número de idéias para sua elaboração e de dados para sua confirmação — foram, como mencionei, Rodney Stark, Laurance Iannaccone e Roger Finke, em publicações individuais ou conjuntas (ver bibliografia). Ademais, autores como Stephen Warner (1993, 1997), Mark Chaves (1996; Chaves e Cann 1992;

* Tradução de Marcela Coelho de Souza

Chaves, Schraeder e Sprindys 1994; Chaves e Montgomery 1996), Darren Sherkat (1997, Sherkat e Wilson 1995), Michael Hechter (1997) e Anthony Gill (1994, 1996, 1998), entre outros, sustentaram criticamente esse paradigma, colaborando na discussão e clarificação de seus principais conceitos — marcando suas diferenças com alguns deles — ou levantando dados empíricos em apoio a algumas de suas conclusões.

O novo paradigma — denominado “market theory of religion” (Warner 1993: 1051) ou “market model” (Finke e Iannaccone 1993: 28), “economics of religion” (Iannaccone 1998), “supply-side analysis” (Warner 1997: 91), “rational choice model of religion” (Warner 1997:88) ou “economic/rational choice approach to religion” (Stark & Iannaccone 1993) — resulta, como todos esse nomes sugerem, da aplicação de teorias econômicas e de escolha racional [*rational choice*] aos fenômenos religiosos. Além da utilização explícita de conceitos econômicos (“economia religiosa”, “firmas religiosas”, “monopólio”, “desregulação do mercado”, “consumidores”), o modelo inclui uma atenção mais focalizada na oferta que na demanda religiosa. Dessa maneira, obtém-se uma nova perspectiva quanto ao funcionamento dos mercados religiosos e aos efeitos do pluralismo, da concorrência e do monopólio religiosos sobre a atividade religiosa de uma sociedade (Stark e McCann, 1993:112).

a) Economias e Mercados Religiosos

Este novo paradigma entende todas as atividades religiosas de uma sociedade como constituindo uma “economia religiosa” (Stark, 1985).

“As economias religiosas são como as economias comerciais na medida em que consistem em um mercado constituído por um conjunto de clientes atuais e potenciais e por uma variedade de firmas (religiosas) que tentam satisfazer este mercado. Como com as economias comerciais, a principal variável de interesse é

seu grau de regulação. Algumas economias religiosas se encontram restringidas por monopólios impostos pelo Estado, outras estão virtualmente não-reguladas” (Stark e McCann 1993:112).

O pluralismo é a situação natural das economias religiosas

Uma diferença importante entre esse paradigma e o antigo estaria no fato de que, para esses autores, devido à segmentação natural das preferências (religiosas ou de outra índole) dos consumidores, o estado natural de uma economia religiosa é o pluralismo, isto é, a existência de um mercado religioso com diferentes firmas competindo por clientes.

“Na medida em que uma economia religiosa se encontre não-regulada, as leis da oferta e procura permitem deduzir que a economia religiosa será muito pluralista. Isto é, a condição ‘natural’ das economias religiosas é que uma variedade de firmas venha satisfazer as necessidades e gostos de segmentos específicos do mercado. [...] Esta variedade surge porque uma única forma de um produto não pode satisfazer apetites diferentes. Ou, para denotar os aspectos específicos das firmas religiosas e de seus produtos ‘intangíveis’, o pluralismo se desenvolve em mercados não-regulados porque uma única firma religiosa não pode ser ao mesmo tempo *worldly* e *otherworldly*, estrita e permissiva, exclusiva e inclusiva, expressiva e reservada, enquanto que o mercado será sempre composto por segmentos diferenciados de consumidores com fortes preferências por alguns destes aspectos da fé. Esses segmentos diferenciados de consumidores formam parte da condição humana, e derivam de variáveis tais como classe social, idade, gênero, saúde e experiências de vida” (Stark e McCann, 1993:113).

O pluralismo fortalece a economia religiosa

Outra diferença importante com relação ao paradigma tradicional estaria na consideração de que a existência de um mercado desregulado — conseqüentemente, pluralista — fortalece a economia religiosa em geral.

“Na medida em que uma economia religiosa é

pluralista, os níveis gerais de participação religiosa serão altos” (Stark e Iannaccone, 1993:253).

“Quanto mais firmas (e mais motivadas) possam entrar livremente no mercado, os níveis de compromisso religioso individual devem aumentar” (Stark e Iannaccone, 1993:255).

A visão desses autores é contrária, pois, ao paradigma sustentado por Berger, para quem

“...a situação pluralista submerge *ipso facto* a religião em uma crise de credibilidade. [...] a situação pluralista torna cada vez mais difícil manter ou construir novas maneiras de plausibilidade viáveis para a religião [...], multiplica o número de estruturas de plausibilidade que competem entre si. Por sua própria natureza, relativiza os conteúdos religiosos [...]. A religião já não legitima o mundo. Ao contrário, diferentes grupos religiosos tratam, por meios diferentes, de manter seus submundos particulares diante de uma pluralidade de submundos rivais” (Berger, 1971:183-185).

As religiões monopolistas são ineficientes

Com efeito, distanciando-se da idéia de que a quebra do “dossel sagrado” põe em dúvida a credibilidade da religião, os autores aqui considerados verificam que, pelo contrário, uma religião monopolista apoiada e subsidiada pelo Estado tenderá a ser ineficiente, já que, sem concorrência, os agentes religiosos teriam pouco incentivo para oferecer sua fé com vigor e eficientemente. Por esse motivo, a participação ou a mobilização religiosa diminuiriam:

“...na medida em que uma economia religiosa encontre-se regulada, e tenda a ser monopolizada por uma ou duas firmas, os níveis gerais de participação serão baixos” (Stark e Iannaccone, 1993:253).

Não há religiões efetivamente monopolistas, e sim mercados regulados

Para apoiar sua visão de que o mercado tende em direção à diversidade religiosa, os autores duvidam da capacidade de uma úni-

ca firma religiosa em alcançar um monopólio real ou efetivo do mercado religioso. A segmentação do mercado (em termos de preferências religiosas) torna difícil que alguma religião possa, como vimos, exercer um monopólio religioso:

“Como uma única firma religiosa não pode adaptar seu atrativo para atender as necessidades de um segmento do mercado sem sacrificar seu atrativo para outro, a oferta e a diversidade da religião aumentam na medida em que as regulações são levantadas [...] Devido à diferenciação subjacente às preferências dos consumidores, a concorrência religiosa e o pluralismo crescerão, a não ser que exista regulação por parte do Estado” (Finke, 1997a:51).

“Uma única firma religiosa pode monopolizar a economia religiosa apenas na medida em que pode empregar a força coercitiva do Estado para regular e restringir seus concorrentes” (Stark e Iannaccone, 1993:252).

Os autores questionam, inclusive, a suposição de que alguma vez tenha existido um monopólio católico *efetivo*:¹

“Porque estas preferências dos consumidores são fortes, as economias religiosas não podem nunca ser plenamente monopolizadas, nem sequer quando estão respaldadas pelo poder coercitivo total do Estado. Dessa maneira, mesmo quando se achava no ápice de seu poder temporal, a igreja medieval estava cercada de heresias e afetada por divergências internas” (Stark e McCann, 1993:113).

“As imagens de fé homogênea da Europa medieval, de aldeias camponesas em que todos aceitavam sem questionar o que dizia o sacerdote local, constituem a base do velho paradigma. Infelizmente, isto é história inexistente: a indiferença religiosa, e não a obediência, prevalecia na Europa medieval” (Stark e McCann, 1993:112).

Segundo esses autores, quando as forças repressivas são fortes, todas aquelas religiões que competem com a religião monopolista apoiada pelo Estado deverão operar de maneira oculta. Quando a repressão diminuir, o pluralismo vigoroso renascerá (Stark e McCann, 1993:113).

O mais importante são as variações na oferta religiosa

Esses autores enfatizam principalmente as variações no comportamento das firmas religiosas, mais que as variações nas necessidades religiosas dos indivíduos. A ênfase analítica deslocou-se, assim, do pólo da demanda para o pólo da oferta (Stark e McCann, 1993:114).

b) Religião e Escolha Racional

Sob essa visão do funcionamento dos mercados religiosos, existem certas pressuposições básicas quanto ao que constitui uma religião, e quanto às relações que os indivíduos estabelecem com essas religiões. Essas pressuposições derivam da definição de religião de Stark e Bainbridge (1996), bem como das idéias de Iannaccone acerca dos dilemas inerentes à produção coletiva dos bens religiosos.

Os bens religiosos são incertos

Os bens religiosos consistem, principalmente, em compensadores [*compensators*] oferecidos na forma de promessas de bens (*rewards*) que são escassos ou não podem ser conseguidos por meios naturais. Os compensadores religiosos se baseiam na existência de poderes sobrenaturais e não são, portanto, passíveis de uma avaliação precisa (Stark e Bainbridge, 1996). Oferecem a possibilidade de importantes recompensas (a salvação eterna, uma vida feliz) mas, como sua veracidade é difícil de estabelecer, são inerentemente arriscados (Stark e Iannaccone, 1993:244).

Os bens religiosos são produzidos coletivamente

Segundo Stark e Iannaccone, o valor de um compensador religioso se estabelece através da interação e dos intercâmbios sociais (1993:245). Como os compensadores religiosos (por serem promessas) são incertos, sua validade se verá aumentada se for

legitimada dentro do grupo com o qual o indivíduo interage. A religião é sempre um bem social, *um bem produzido e mantido coletivamente*. Muitas atividades religiosas requerem a participação grupal: liturgias, sermões, hinos ou testemunhos, por exemplo. Estes últimos são especialmente importantes, já que é freqüentemente através deles que se gera a fé nos compensadores e se enumeram os benefícios que o compromisso religioso acarreta. Dessa maneira, se apresentam evidências de que a religião funciona, e de que, portanto, suas premissas são verdadeiras (Stark e Iannaccone, 1993:246).

“[...] a religião é um bem inerentemente incerto. Os indivíduos dependem, portanto, de sua interação com outros para determinar se o valor das recompensas ou bens religiosos é maior que os riscos — isto é, para avaliar se o custo de se qualificar para a recompensa é menor do que o risco de que a recompensa não se materialize. Na medida em que outros indivíduos com os quais a pessoa interage mostram confiança no valor das recompensas religiosas futuras, o indivíduo também terá uma confiança maior” (Finke e Stark, 1992:252).

Os indivíduos avaliam os bens religiosos da mesma maneira que avaliam outros bens

Sendo a teoria da *rational choice* um dos principais sustentáculos do novo paradigma — na versão de Stark, Iannaccone e Finke — se afirma que os indivíduos avaliam os custos e benefícios que, presumem, resultarão de sua participação religiosa, e atuam com vistas a maximizar os benefícios antecipados:

“Suponhamos que os indivíduos avaliem as mercadorias religiosas da mesma maneira que avaliam todos os outros objetos que elegem. Avaliam seus custos e benefícios (incluindo os ‘custos de oportunidade’ que surgem quando uma ação é levada a cabo em detrimento de outras) e consomem as mercadorias que oferecem os maiores benefícios antecipados. Avaliam, especialmente, as recompensas propostas pelos compensadores religiosos em relação aos custos das condições postuladas para acceder às compensações e ao risco de que as re-

compensas prometidas não se materializem” (Stark e Iannaccone, 1993:244-245, ênfase minha).

Os produtos religiosos devem ser vigorosamente oferecidos no mercado

“Porque grande parte do ‘produto’ religioso é necessariamente intangível e tem a ver com o futuro, uma vigorosa atividade de marketing é necessária para manter níveis elevados de consumo” (Stark e McCann, 1993:113).

Os produtos religiosos não apenas são oferecidos no mercado, como esta oferta deve ser vigorosa. Dado que, como vimos, a religião é um bem que se produz coletivamente dentro de um grupo religioso — e o indivíduo elege entre alternativas avaliando os possíveis benefícios que obterá — é necessário alcançar um importante nível de compromisso entre os membros para lograr uma produção satisfatória do bem “religião”.²

Segundo a análise de Iannaccone (1994), em toda produção coletiva de bens existe o perigo de que indivíduos participem desses bens coletivos sem contribuir para sua produção. O dilema dos *free-riders*, como bem mostrou Olson (1965), afeta toda ação coletiva — não apenas religiosa. Na medida em que um grupo atrai pessoas que não colaboram, mas todavia participam dos bens coletivos, este se debilita.

Os grupos religiosos estritos eliminam o problema dos free-riders aumentando o compromisso requerido dos membros

Segundo Iannaccone, os grupos religiosos que logram contornar esse dilema são os que impõem um custo importante à participação grupal: dessa maneira conseguem que os que participam o façam plenamente, contribuindo assim para a produção do bem coletivo.³

“As exigências custosas mitigam, assim os problemas que os grupos religiosos enfrentam. Vestimentas, dietas, costumes sociais distintivos

(que os diferenciam da população em geral) limitam e freqüentemente estigmatizam os membros, tornando a participação nas atividades extragrupois mais onerosa. Os membros potenciais devem escolher entre participar plenamente ou não fazê-lo de modo absoluto. O termo médio é eliminado e paradoxalmente, os que permanecem descobrem que seu bem-estar aumentou. Dessa maneira, pessoas perfeitamente racionais podem decidir pertencer a grupos decididamente pouco convencionais” (Iannaccone, 1994:1188).

“Pode parecer paradoxal que quando aumentam os custos de ser membro, os ganhos líquidos decorrentes também o façam. Isso ocorre, todavia, quando o bem é coletivamente produzido, e quando os custos mais altos fazem com que se incrementem os níveis de participação na ação coletiva, já que isto resulta em uma maior produção de bens coletivos. [...] Quando cada membro individual paga os custos de altos níveis de compromisso, cada um por sua vez se beneficia com o nível mais alto de participação gerado pelo grupo. [...] Para muita gente, a participação em religiões estritas constitui um bom negócio em termos de uma análise convencional de custo-benefício” (Finke e Stark, 1992:255).

A *strictness* aumenta o compromisso, incrementa os níveis de participação e permite que um grupo ofereça maiores benefícios a seus membros efetivos e potenciais. Os grupos estritos, com membros comprometidos, logram por sua vez uma maior mobilização de recursos de seus fiéis — especialmente suas contribuições de tempo e dinheiro — o que leva a seu maior crescimento (Iannaccone, Olson e Stark, 1995).⁴

Existe, todavia, um nível ótimo de *strictness*, além do qual se produz uma diminuição dos retornos, na medida em que a possibilidade de aumentar os benefícios não é infinita. A *strictness* aumenta o atrativo de um grupo religioso para um indivíduo apenas na medida em que os benefícios que este recebe da participação sejam maiores que os custos de entrar ou permanecer no grupo. Os grupos que excedem o nível ótimo de *strictness* tenderão a rechaçar ou expulsar seus membros potenciais ou efetivos,

enquanto que os que se encontram abaixo deste nível enfrentarão o problema dos *free-riders* (Iannaccone, 1994:1202).⁵

A maior parte dos grupos religiosos, todavia, não aumenta progressivamente sua *strictness*, e sim, pelo contrário, a reduzem progressivamente.

O processo de transformação de “seita” em “igreja” é o principal motor da economia religiosa

Segundo Stark e Iannaccone (1993), os estigmas e os sacrifícios em que implica a participação em grupos estritos gera e reflete a tensão que existe entre esses grupos e a sociedade. Na medida em que um grupo se diferencia e separa de seu entorno (e deve fazê-lo, como vimos, para admitir apenas membros dedicados e aumentar sua produção de bens religiosos) produz-se uma tensão crescente entre este e a sociedade em que se insere.

O grau de tensão com a sociedade é o critério principal que esses autores utilizam para diferenciar entre *igrejas* e *seitas*:

“As firmas religiosas que se encontram em um estado relativamente baixo de tensão (religiões de ‘baixo custo’) podem ser identificadas como *igrejas*. As firmas religiosas em um estado relativamente alto de tensão (religiões de ‘alto custo’) podem ser identificadas como *seitas* e *cultos*” (Stark e Iannaccone, 1993:250).⁶

Os grupos religiosos bem-sucedidos tendem, com o tempo, a reduzir sua tensão com a sociedade circundante. Na medida em que logram atrair membros de estratos mais influentes, surgirão pressões para que diminuam suas demandas estritas e custosas sobre seus membros. A diminuição dos requisitos de pertencimento leva em geral a um aumento na quantidade de *free-riders*, e a uma conseqüente diminuição da geração de bens coletivos e do compromisso grupal. Cada vez que isso acontecer, ocorrerão divisões cismáticas de grupos que tentarão restaurar altos níveis de compromisso reli-

gioso e portanto de tensão com o mundo. Como mostraram Finke e Stark (1992), em sua análise do desenvolvimento dos grupos religiosos na América do Norte, são sempre as novas seitas, que demandam altos níveis de compromisso e geram maiores bens religiosos, que criam e dinamizam, portanto, a economia religiosa.

“Na medida em que as firmas religiosas maiores se acomodam à cultura secular (se secularizam) o crescimento se concentrará nas firmas menos acomodadas. Em termos econômicos, o crescimento ocorre em áreas com aberturas no mercado (*areas with market opening*)” (Finke, 1997a:54).

c) Secularização e Mobilização Religiosa

Até agora vimos que o novo paradigma se caracteriza — entre outros aportes — por enfatizar o livre-mercado como o estado natural da economia religiosa; por pensar que o pluralismo fortalece as economias religiosas; por conceber a atividade religiosa como fruto da escolha racional do indivíduo. Se distingue, também, do paradigma antigo, por sua diferente visão do processo de secularização, sobretudo quando este é considerado como um processo *crescente* de perda de importância da religião *para os indivíduos*.

Religiosidade pessoal e mobilização religiosa

Por pensar que os efeitos de um mercado regulado e de uma firma monopolista subsidiada pelo Estado são negativos para a dinâmica da economia religiosa, os proponentes do novo paradigma opõem-se a alguns postulados do paradigma tradicional da secularização. Especialmente, como mencionei, os que se referem à *necessária* diminuição da religiosidade subjetiva em uma sociedade moderna.

Para esses autores, os altos índices de crença em Deus que ainda se encontram nos países europeus considerados mais secularizados refletem a existência de uma demanda potencial de religião, e o que faltam são firmas religiosas vigorosas capazes de cana-

lizar essa demanda em direção à *mobilização religiosa* (Stark e Iannaccone, 1994). Como mostra o quadro abaixo, os níveis de religiosidade *peçoal* nessas sociedades são bastante altos, sobretudo se os comparamos com a participação ativa em grupos religiosos. O número de ateus, por sua vez, continua sendo muito baixo:

País	Missa semanal	Crêem em Deus	Ateus (%)
Islândia	2	75	2
Dinamarca	3	55	5
Noruega	5	68	3
Suécia	6	52	6
França	11	60	10
Inglaterra	14	74	4
Alemanha Ocidental	20	70	3

Fonte: *World Values Surveys*, realizado em 1981-1983 (Stark e Iannaccone, 1994:245).

Outros dados reportados por Stark e Iannaccone (1994) mostram que, a despeito do fato de que as economias religiosas européias encontram-se ainda bastante reguladas, o crescimento recente de novos movimentos religiosos dentro delas é muito importante. As Testemunhas de Jeová, por exemplo, cresceram 72% por cento na Europa entre 1980 e 1992 (comparado com 59% nos Estados Unidos) e agora tem mais membros, em termos absolutos, na Europa que nos EUA. Os grupos evangélicos e pentecostais também se desenvolveram muito: as Assembléias de Deus, por exemplo, cresceram 333% na França entre 1980 e 1990. Considerando a quantidade de novos movimentos religiosos presentes em cada país (excetuados cristãos e muçulmanos), as nações européias têm uma taxa de movimentos por habitante que duplica a dos Estados Unidos (Stark, 1993:392-393).

Para os autores, esses dados indicariam que, na presença de firmas vigorosas dis-

postas a oferecer ativamente seus produtos e na medida em que os mercados religiosos europeus vão se desregulando, é de se esperar que os indivíduos nesses países aumentem sua *participação* religiosa.

Secularização/dessacralização

Os autores afirmam que o processo que caracteriza a sociedade moderna não é o de secularização, e sim o de dessacralização da sociedade. Segundo Stark e Iannaccone:

“Na medida em que uma firma religiosa alcance o monopólio, tentará exercer sua influência sobre outras instituições e, dessa maneira, a sociedade se verá sacralizada. Por sacralizada entendemos que os aspectos principais da vida, da família à política, estarão imbuídos de símbolos, retórica e rituais religiosos [...] A sacralização da esfera política é o *quid pro quo* mediante o qual uma determinada firma religiosa recruta os poderes coercitivos do Estado contra firmas com as quais concorre. [...] Quando o Estado, pelo motivo que seja, já não reconhece as exigências de uma firma monopolista à legitimidade exclusiva, ocorre a dessacralização. Quando existe uma pluralidade de firmas religiosas, nenhuma tem poder suficiente para manter a sacralização” (Stark e Iannaccone, 1993:254).

Desta maneira, os autores se somam a outros estudiosos que, em trabalhos recentes, assinalaram ser necessário precisar o que se entende por secularização, que características assumiria esse processo e como ele operaria de maneira diversa nas distintas esferas e níveis de análise da atividade social (Dobbelaere, 1981; Tschannen, 1991, 1994; Chaves, 1994, 1997; Frigerio, 1995; Pierucci, 1997 e 1998; Yamane, 1997).

Para Stark, Iannaccone e Finke, embora se possa apreciar um declínio da influência da religião na esfera pública da vida moderna (dessacralização), isso não corresponde necessariamente a uma diminuição da importância da religião na vida dos indivíduos. O compromisso religioso individual, pelo contrário, na medida em que haja uma oferta religiosa mais vigorosa, deveria aumentar nas condições de livre-mercado.⁷

De qualquer maneira, é necessário enfatizar que o paradigma não prognostica nem o declínio nem o aumento *necessário* da religião, mas antes tenta *explicar as variações na atividade religiosa* em determinadas economias religiosas, considerando a concorrência um fator fundamental (Stark e Iannaccone, 1996:265). Afirmam Stark e Finke, em seu último livro:

“Vários de nossos críticos tentaram defender o paradigma antigo interpretando erroneamente nossa teoria como incompatível com qualquer diminuição importante da participação religiosa, deixando assim a secularização como a única explicação possível dessas situações. Isto não é assim. O que tentamos fazer é explicar as variações na religiosidade, e então deveremos poder explicar tanto os aumentos como as diminuições (assim como os períodos de estabilidade)” (Stark e Finke, 2000:369).

Alcances do Novo Paradigma

Como afirmam Stark e Finke (1993), grande parte dos estudos sobre religião parte da premissa da irracionalidade implícita do comportamento religioso. Em um nível micro de análise, essas teorias vão desde a psicologia, que considera a religião como sintoma de uma patologia ou como uma ilusão, até a concepção marxista da religião como falsa consciência, ou os trabalhos que vêem a sobrevivência da religião como produto da ignorância e da pouca cultura dos indivíduos que a praticam. Essas posições não parecem apoiadas por estudos empíricos, na medida em que a maior parte dos trabalhos publicados mostra uma relação positiva entre religião e saúde mental; que a religião pode apoiar tanto causas conservadoras como progressistas, ou que parece haver uma associação positiva entre compromisso religioso e classe social (Stark e Finke, 1993:111-112). Tampouco concordam com o que chamam “teorias irracionalistas macro”: a idéia de que “a religião aumenta e diminui como resposta a intensificações periódicas

de condições favoráveis — quando a miséria e o medo empurram as pessoas para a fé” (Stark e Finke, 1993:113). Por esse motivo, mostram como várias das “explosões” religiosas recentes (de novos movimentos religiosos, de cultos de origem oriental e de igrejas evangélicas durante os anos 60 e parte dos 70) são na realidade o resultado de processos que tomaram um certo tempo, logo catalisados por certas desregulações estratégicas em áreas da economia religiosa.

A explicação de que a religião aumenta em épocas de crise (econômicas, sociais, culturais, da modernidade etc.) é frequentemente aceita acriticamente em nosso meio, sem uma clara explicitação de em que consistiria a crise, de como mediríamos sua intensidade ou de quais seriam os mecanismos mediante os quais tal situação produziria atividade religiosa. Este argumento, sobretudo, não se mostra minimamente adequado para explicar por que *alguns grupos* crescem mais que outros, por que são sempre as religiões recentemente introduzidas ou desenvolvidas as que mais crescem, e por que os grupos bem-sucedidos tem certas características e não outras (Frigerio, 1999).

O novo paradigma, ainda que não contenha certamente todas as respostas a nossas perguntas, permite ao menos considerar os fatos de uma perspectiva distinta, oferecendo uma série de ferramentas conceituais particularmente apropriadas para analisar o *êxito diferencial* dos grupos assim como a escolha diferencial que os indivíduos realizam quanto a estes. Do ponto de vista da *demand*a, considera a atividade religiosa como fruto da escolha racional dos indivíduos — que avaliam custos e benefícios e tentam maximizar seus benefícios líquidos — e ajuda portanto a enfatizar mais o papel da agência humana nos processos religiosos.⁸ A mesma perspectiva, aplicada agora do ponto de vista da *oferta* religiosa, permite apreciar também quais seriam os

comportamentos maximizantes (*maximizing behaviors*) das firmas — que seriam beneficiadas pelas forças evolutivas ainda que os agentes religiosos não os tenham realizado com esta intenção (Iannaccone, 1997a:27). Por último, a teoria toma em especial consideração o *contexto*, especialmente o mercado religioso, examinando como seu grau de regulação “restringe a concorrência, mudando os incentivos e oportunidades para os produtores religiosos (igrejas, pregadores etc.) assim como as opções viáveis para os consumidores religiosos (membros dos grupos)” (Finke 1990:49). Em suma, a perspectiva trabalha principalmente com três níveis: o nível *individual* (como os indivíduos realizam comportamentos religiosos que maximizam seus benefícios), o *grupai* (como as instituições criam uma demanda ou se adaptam a um determinado nicho do mercado) e o *contextual* (o grau de regulação do mercado religioso). Os estudos específicos podem privilegiar um ou outro plano de análise.

O novo paradigma traz alguns benefícios para a sociologia da religião. Por um lado, porque permite ligar os estudos sobre religião aos realizados em outras áreas da vida humana, onde os trabalhos sobre *rational choice* têm sido particularmente frutíferos (Hechter e Kanazawa, 1997). Por outro lado, porque, como bem explica Stark (1997a) na história que traça do desenvolvimento dessa perspectiva, resulta de um esforço deliberado de trazer a teoria de volta para a sociologia da religião — o título de seu artigo é, precisamente, “Bringing back theory in”. Ao mesmo tempo, como afirma Iannaccone, “pressupõe um compromisso com os objetivos e os métodos da ciência em geral [...] uma busca das leis do comportamento que satisfaça os critérios de objetividade, reprodutibilidade e refutabilidade” (Iannaccone, 1997a:27).

O novo paradigma tem uma outra vantagem diante do antigo, a saber, a de que toma a situação atual da religião como uma

realidade em si mesma, e *não a compara* (implícita ou explicitamente) com uma suposta situação privilegiada anterior, em relação à qual a forma atual apareceria como uma degeneração. Rompe com o pressuposto durkheimiano — sustentado também por Berger — de que a religião *tinha* — e, portanto, *deve ter* — como função integrar moralmente a sociedade, e de que, se não o faz, é porque consiste em uma versão degenerada ou pouco importante da “verdadeira” religião.⁹ O novo paradigma parte da situação de mercado, e analisa as consequências da concorrência e da desregulação para a economia religiosa — sem comparar isso implicitamente com uma situação anterior de não-mercado.

Da mesma maneira, esse paradigma utiliza a teoria da escolha racional e o modelo do mercado como modelo teórico. Chamar à religião “produto” (*commodity*) e às igrejas “firmas religiosas” não implica um juízo de valor sobre a natureza da atividade religiosa assim qualificada, mas apenas aplica algumas das percepções (*insights*) da teoria econômica à explicação de comportamentos religiosos (Stark, 1997a:17)¹⁰. O paradigma anterior (tal como expresso por Berger), pelo contrário, realiza ele sim um juízo de valor, ao considerar que toda uma série de consequências negativas advêm do fato de que a atividade religiosa seja dominada pela “lógica” da economia de mercado — entre elas burocratização, ecumenização, possibilidade de mudança, modas religiosas etc. (Berger, 1971:169-186).¹¹

Por último, o novo paradigma não apenas põe uma ênfase inédita na *oferta* — no comportamento de firmas religiosas não subsidiadas que *devem criar* uma demanda, e *mobilizar* seus membros potenciais e efetivos — mas sim, sobretudo, postula mecanismos previsíveis pela teoria, e passíveis de serem refutados empiricamente. As análises que enfatizam principalmente variações na *demanda* (características socio-

econômicas ou psicológicas dos consumidores; ciclos culturais; crises econômicas) raramente apresentam dados empíricos que demonstrem as variações pressupostas, nem tampouco especificam quais são os mecanismos que levam de determinadas características pessoais a uma escolha religiosa.

A ênfase no grau de desregulação do mercado religioso (em termos operacionalizáveis) e na presença de firmas vigorosas não-subsidiadas, permite explicar variações na atividade religiosa, sem postular necessariamente a desaparecimento ou o crescimento da religião.

Para além do *status* que finalmente venha a adquirir o paradigma no estudo da religião (se realmente se consolidará como novo paradigma ou se permanecerá uma das tantas perspectivas teóricas possíveis), o certo é que este se converteu no centro da discussão acadêmica nas revistas e congressos de sociologia da religião nos Estados Unidos.¹²

Como mostrei em outro trabalho, mediante a análise de alguns desenvolvimentos recentes da economia religiosa argentina (Frigerio, 1998), o novo paradigma também pode ser utilizado com proveito para compreender a realidade latino-americana. Todavia, tanto alguns dos dados de nossa realidade religiosa como outros estudos que vêm sendo realizados na sociologia da religião e na dos movimentos sociais, revelam algumas falhas que deveriam ser somadas em conta.

As principais críticas que o modelo recebeu no nível conceitual referem-se às suas pressuposições acerca do comportamento dos indivíduos, especialmente a como e por que estes realizam determinada escolha religiosa. Mesmo autores que simpatizam com o modelo consideram que seu tratamento das escolhas individuais é insuficiente, pois não levaria em conta os valores dos indivíduos (Hechter, 1997), as influências sociais (Sherkat, 1997) e tampouco considerações

de *status*, mobilidade social e normas grupais (Shertak e Wilson, 1995) — críticas que são aplicáveis à teoria da *rational choice* em geral (Hechter e Kanazawa, 1997).

Ainda que isso não seja mencionado na bibliografia, seria necessário ajustar a idéia, proposta pelo novo paradigma, do indivíduo que escolhe seu grupo tentando maximizar seus benefícios, àquela que, surgindo dos estudos de conversão e afiliação a movimentos sociais, mostra um indivíduo realizando várias opções (de entrar e logo de permanecer) ao longo de sua carreira religiosa ou de compromisso com um grupo (Carozzi e Frigerio, 1994). Ainda que a noção de que o indivíduo procura maximizar seus benefícios com a participação religiosa não seja incompatível com essa idéia, é preciso considerar que não há *uma* opção em um momento determinado, e sim *várias* ao longo do tempo, com incentivos que vão se modificando conforme evolui a relação do indivíduo com o grupo (Zurcher e Snow, 1981; Mauss 1993; Frigerio, 1997, 1998, 1999).

Warner — que, como vimos, foi o primeiro a anunciar o desenvolvimento do novo paradigma (1993) — considera por sua vez uma abordagem algo unidimensional tomar a *strictness* como a chave da vitalidade dos grupos religiosos, sugerindo que outros fatores (como a adequação da mensagem religiosa às massas e não à elite) possam talvez ser ainda mais influentes (1997).¹³ Essa observação resulta principalmente relevante para nosso meio, onde podemos verificar que o crescimento dos grupos (neo)pentecostais se dá quando estes *reduzem* sua *strictness* — tal como definida por Iannaccone. Ou quiçá seja necessário considerar que os pentecostais clássicos haviam ultrapassado o nível ótimo de *strictness* e a versão neopentecostal fez com que se voltasse a aproximar-se dele.

Minha própria experiência também mostra ser necessário tomar em conta outras características que vão além da *strictness* e

da eliminação dos *free-riders*. Como argumentei em outros trabalhos, os grupos que crescem em nossa área geográfica parecem ter certas características em comum: 1) a oferta de compensadores específicos (serviços mágicos) e a capacidade de canalizar a demanda destes à de compensadores mais gerais (Frigerio, 1999); 2) logram um alinhamento bem-sucedido dos marcos interpretativos do grupo com os de seus potenciais membros (Frigerio, 1997); e 3) estimulam a

participação de seus membros *na medida de suas possibilidades* nas atividades grupais (Frigerio, 1995; Carozzi e Frigerio, 1997). Considerar essas características implica avançar na análise *a partir da oferta religiosa* e aprofundar nosso conhecimento dos mecanismos de criação de compromisso com os grupos religiosos.

(Recebido para publicação
em outubro de 2000)

Notas

1. Apoiando-se em trabalhos de vários historiadores, esses autores questionam a religiosidade supostamente homogênea característica da Idade Média — o ponto álgido a partir do qual a religião teria começado a declinar. A *participação religiosa* na época era provavelmente menor que a atual, dada a escassez de sacerdotes, sobretudo nas zonas rurais, onde vivia a maior parte da população. Segundo o historiador Delumeau (1977) e a antropóloga Schneider (1990), a religião na Europa medieval estava na realidade mais próxima do animismo, e os santos católicos constituíam apenas uma parte dos seres espirituais a que os camponeses recorriam em busca de proteção e ajuda.
2. Aqui reside outra diferença importante entre o paradigma de Stark, Iannaccone e Finke e o antigo, personificado por Berger. Para este, a religião se legitimava — social, mas também individualmente — na medida em que era praticada por todos os membros da sociedade — quanto mais ampla sua estrutura de plausibilidade, maior a legitimidade da religião, tanto objetiva quanto *subjetivamente*. Para aqueles que sustentam o novo paradigma, a legitimação *subjetiva* — ou seja, para o indivíduo — de uma religião se dá através da participação em um grupo religioso determinado. O grau de legitimação social de uma dada religião não afeta sua credibilidade para os membros. Esta ênfase maior no caráter grupal e interativo da legitimação religiosa encontra apoio na bibliografia atual sobre conversão religiosa (Carozzi e Frigerio, 1994).
3. Os autores *não* se referem aqui a custos monetários. Segundo Iannaccone e Stark, os custos seriam principalmente de dois tipos: estigmas e sacrifícios. Os *estigmas* abarcariam todos os aspectos socialmente desviantes dos quais um indivíduo participaria por formar parte de um grupo (não beber, não dançar, utilizar determinada vestimenta, raspar a cabeça etc.). Os sacrifícios seriam as inversões (materiais e humanas) e as oportunidades perdidas enfrentadas pelos indivíduos por formar parte de um grupo.
4. Através da análise dos dados do *General Social Survey* e do *Yearbook of the American and Canadian Churches*, Iannaccone, Olson e Stark (1995) mostram que as denominações estabelecidas têm pouco êxito na mobilização de recursos e um crescimento nulo, enquanto grupos sectários (estritos, segundo sua definição de seita) como os mórmons e testemunhas de Jeová mostram altos níveis de mobilização de recursos e crescimento.

Nesse trabalho realizam também uma comparação interessante: medem a “participação no mercado” [*market share*] religioso de quatro maneiras diferentes: 1) quantidade de membros; 2) quantidade dos que vão à missa aos domingos; 3) quantidade que comparece durante a semana, e 4) contribuições financeiras. Para tomar um só exemplo dos vários oferecidos: segundo o critério 1, as “seitas” (fundamentalistas, pentecostais, mórmons, testemunhas e outros) têm 12% do mercado; segundo o critério 2 (presença em missa dominical), sobem a 16%; segundo o critério 4 (contribuições financeiras), têm algo mais de 20%, e segundo o critério 3 (comparecimento semanal freqüente) detêm acima de um terço do mercado, mais que os católicos e os protestantes históricos juntos.

5. Para Iannaccone, “uma *strictness* bem-sucedida deve envolver o sacrifício de recursos e oportunidades externas que o grupo pode substituir [...] um grupo pode proibir ou dispensar apenas aquelas ‘mercadorias’ para as quais oferece um substituto parecido. Uma *strictness* arbitrária fracassará tanto quanto uma excessiva, já que ser estrito acerca dos objetos equivocados será percebido como ser excessivamente estrito”, (1994:1204). Para esse autor, a Igreja Católica, quando do Vaticano II, incorreu nesse erro, deixando de lado elementos que a distinguiam nas áreas da liturgia, teologia e formas de vida mas mantendo, ao mesmo tempo, as demandas que seus membros de potenciais sacerdotes e monjas parecem estar menos dispostos a aceitar — o celibato e o controle da reprodução.
6. A diferença entre estes últimos dois grupos residiria em que as *seitas* compartilhariam a mesma tradição religiosa que as igrejas de uma determinada sociedade — constituindo, de fato, cismas de alguma delas. Os cultos, pelo contrário, não compartilham a tradição religiosa das igrejas de uma sociedade por terem se originado em outra sociedade, ou por serem produto de inovação cultural (Stark e Iannaccone, 1993:251; Stark e Bainbridge, 1996:124).
7. A posição exata dos três principais expoentes do novo paradigma (Stark, Finke e Iannaccone) a respeito do paradigma tradicional da secularização é todavia difícil de precisar, já que exhibe algumas mudanças e matizes ao longo de seus numerosos artigos. No trabalho clássico de Stark e Bainbridge (1985), se considerava a secularização um processo autolimitante, na medida em que os grupos religiosos secularizados (igrejas) davam origem a seitas cismáticas não-secularizadas. Em um trabalho de 1993, Stark afirma que “um dos nossos primeiros resultados foi a tese de que a secularização é um processo autolimitante [*self-limiting*] que, entre outras coisas, estimula novos movimentos religiosos. Subseqüentemente, modifiquei essa formulação, *dispensando a noção de secularização* e postulando simplesmente que organizações religiosas desviantes irão prosperar na medida em que as organizações religiosas tradicionais sejam fracas” (1993:389). Em outro trabalho com Iannaccone nesse mesmo ano o autor distingue, como vimos, entre dessacralização e secularização, afirmando que “muitos estudiosos referem-se equivocadamente ao processo de dessacralização como de secularização, ligando assim o declínio da influência de uma firma antes monopólio a uma perda de influência religiosa em geral [...] Concordaríamos em empregar o termo secularização a um padrão geral de declínio religioso, uma rejeição genuína do sobrenatural e do outro-mundo [...]. Não detectamos nenhum padrão consistente de declínio religioso geral no mundo moderno” (Stark e Iannaccone, 1993:254). Em um livro a ser publicado em breve (assim como em Stark e Iannaccone 1996), Stark e Finke enfatizam que estão interessados em estudar as *variações*, tanto o

declínio como o aumento. De todas essas citações, parece depreender-se que os autores se mostram especialmente críticos de *alguns* dos conceitos do paradigma tradicional da secularização. Não parecem discordar de que existam diferenciação, racionalização e mundanização (aparentemente contemplados com seu conceito de “dessacralização da sociedade”). Todavia, não aparentam crer que esses processos levem ao “desencantamento do mundo”, nem ao “colapso da cosmovisão” e à “não-crença” (Tschannen, 1991). A diferença mais importante entre os vários autores que tratam o tema da secularização parece estar no nível de análise (social ou individual) priorizado para se detectar o grau de influência ou presença da religião.

8. Iannaccone assinala que a hipótese de que o comportamento que tenta maximizar os benefícios é uma *pressuposição* simplificadora, empregada e avaliada no contexto de modelos preditivos que são eles mesmos representações simplificadas da realidade. Em suas palavras, “é possível afirmar a utilidade desta premissa sem crer por um só momento que as pessoas sempre atuam logicamente, eficientemente ou segundo seu interesse próprio. Não pretendo *saber* que as pessoas são realmente racionais. Apenas sei que as pressuposições da teoria da escolha racional têm sido particularmente frutíferas para as ciências sociais (especialmente na economia); que a teoria da escolha racional é apropriada para a tarefa de construir e testar modelos formais de comportamento humano, e que esta teoria quase não foi utilizada na área da religião”. (Iannaccone, 1997a:26a).
9. Ver Collins (1997) para uma detalhada comparação das teorias de Durkheim, de Weber e de Stark e Bainbridge.
10. Ver a intervenção de Negrão (1994) no debate “As falácias religiosas do mercado”, para uma excelente discussão desse ponto.
11. Aqui vale introduzir duas observações. A primeira, de Warner, que assinala a inadequação da afirmação de Berger para a economia religiosa americana. Com efeito, dada a antiguidade do mercado religioso naquele país, poucas são as organizações religiosas que tiveram de se adaptar a essa nova situação, uma vez que a maior parte delas *já nasceu dentro de um mercado* (Warner, 1993:105). Por outro lado, Lie (1997:342) sublinha que, embora o “mercado” seja uma categoria central da economia, a maior parte dos trabalhos de teoria ou história da economia não discute o conceito em profundidade. De fato, segundo esse autor, “a própria abstração do mercado — sua indeterminação ontológica — permite sua aplicabilidade universal. A estrutura analítica desenvolvida para o mercado abstrato, em outras palavras, pode ser usada para esferas distintas do mercado precisamente porque não há nada particular sobre a instituição ou a estrutura do mercado abstrato” (Lie 1997:342). A “lógica” do mercado, portanto, não existe independentemente da teoria (econômica ou social) que se adote (implícita ou explicitamente) para analisá-lo.
12. Embora tenha colhido adesões (Hamberg e Pettersson, 1994, 1997; Pettersson e Hamberg, 1997) e críticas na Europa (Bruce, 1992, 1995), esta polêmica se deu principalmente através de revistas americanas.
13. Iannaccone, na realidade, *quer* ser unidimensional, já que para realizar uma análise formal deseja reduzir os traços das igrejas estritas a um único: “o grau em que um grupo limita e portanto incrementa o custo de atividades fora do grupo, como socializar com membros de outras denominações ou desfrutar de passatempos seculares” (Iannaccone, 1994:1182).

Bibliografía

Berger, Peter

- 1970 *A rumor of angels*. New York, Anchor.
1971 *El dosel sagrado*. Buenos Aires, Amorrortu.

Bruce, Steve

- 1992 "Pluralism and religious vitality". In: *Religion and modernization: Sociologists and historians debate the secularization thesis*. S. Bruce, ed. pags. 170-194. Oxford, Clarendon Press.
1995 "The truth about religion in Britain". *Journal for the Scientific Study of Religion* 34(4): 417-430.

Carozzi, María Julia e Frigerio, Alejandro

- 1994 "Los estudios de la conversión a nuevos movimientos religiosos: perspectivas, métodos y hallazgos". In: Frigerio e Carozzi, eds. *El estudio científico de la religión a fines del siglo XX*. Buenos Aires, CEAL.
1997 "Não se nasce batuqueiro: A conversão às religiões afro-brasileiras na Argentina". *Religião e Sociedade* 18(1): 71-94.

Chaves, Mark

- 1994 "Secularization as declining religious authority". *Social Forces* 72: 749-774.
1996 "On the rational choice approach to religion". *Journal for the Scientific Study of Religion* 34(1): 98-105.
1997 "Secularization: A Luhmannian reflection". *Soziale Systeme* 3: 439-449.

Chaves, Mark e David Cann

- 1992 "Regulation, pluralism and religious market structure: explaining religious vitality". *Rationality and Society* 4: 272-290.

Chaves, Mark e J. Montgomery

- 1996 "Rationality and the framing of religious choices". *Journal for the Scientific Study of Religion* 35(2): 128-144.

Chaves, Mark, Peter Schraeder e Mario Sprindys

- 1994 "State regulation of religion and Muslim religious vitality in the industrialized West". *Journal of Politics* 56(4): 1087-1097.

Collins, Randall

- 1997 "Stark and Bainbridge, Durkheim and Weber: Theoretical comparisons". In: *Rational Choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.

Delumeau, Jean

- 1977 *Catholicism between Luther and Voltaire*. Nova York, Harper and Row.

Dobbelaere, Karel

- 1981 "Secularization: a multi-dimensional concept". *Current Sociology* 29(2): 1-216.

Finke, Roger

- 1990 "Religious deregulation: Origins and consequences". *Journal of Church and State* 32: 609-626.

- 1997a "The consequences of religious competition: Supply side explanations for religious change". In: *Rational Choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.
- 1997b "An Ordely Return to Tradition: Explaining the Recruitment of Members into Catholic Religious Orders". *Journal for the Scientific Study of Religion* 36 (2) 218-230.
- 1997c "The illusion of shifting demand: Supply-side interpretations of American religious history". In: *Retelling U. S. history*. Thomas Tweed, ed. pags. 108-124.
- Finke, Roger e Laurence Iannaccone
 1993 "Supply-side explanations for religious change" . *The Annals of the American Association of Political and Social Science* 527 (May): 27-39.
- Finke , Roger, Avery Guest e Rodney Stark
 1996 "Pluralism and religious participation". *American Sociological Review* 1855-1865.
- Finke, Roger e Rodney Stark
 1988 "Religious economies and sacred canopies: Religious mobilization in American cities, 1906". *American Sociological Review* 53: 41-49.
- 1989 "Evaluating the evidence: Religious economies and sacred canopies". *American Sociological Review* 54: 1054-1056.
- 1992 *The churching of America: 1776-1990* . New Brunswick, NJ, Rutgers UP.
- No prelo "Religious choices and competition". *American Sociological Review*.
- Frigerio, Alejandro
 1995 "Secularización y nuevos movimientos religiosos". *Lecturas Sociales y Económicas* 7: 43-48.
- 1997 Construyendo identidades: Problematizando la opción, la permanencia y el tránsito religioso. Comunicação apresentada nas VII Jornadas sobre Alternativas Religiosas en Latinoamérica. Buenos Aires, Museo Roca.
- 1998 Desregulación del mercado religioso y expansión de nuevas religiones: Una interpretación desde la oferta. Comunicação apresentada no XXII Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, MG, Brasil. 27-31 de octubre de 1998.
- 1999 "El futuro de las religiones mágicas en Latinoamérica". *Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião* 1: 51-88.
- Gill, Anthony
 1994 "Rendering unto Caesar? Religious competition and Catholic political strategy in Latin America, 1962-1979". *American Journal of Political Science* 38(2): 403-425.
- 1996 "The institutional limitations of Catholic progressivism: An economic approach". *International Journal of Social Economics* 22: 135-148.
- 1998 *Rendering unto Caesar: The Catholic Church and the state in Latin America* . Chicago, University of Chicago Press.
- Hamberg, Eva e Thorleif Pettersson
 1994 "The religious market denominational competition and religious participation in contemporary Sweden". *Journal for the Scientific Study of Religion* 33: 205-216.
- 1997 "Short term changes in religious supply and church attendance in contemporary Sweden". *Research in the Social Scientific Study of Religion* 8: 35-51.

- Hechter, Michael
 1997 "Religion and rational choice theory". In: *Rational choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.
- Hechter, Michael e Satoshi Kanazawa
 1997 "Sociological rational choice theory". *Annual Review of Sociology* 23: 191-214.
- Iannaccone, Laurence
 1988 "A formal model of church and sect". *American Journal of Sociology* 94: 241-268.
 1996 "Religious participation: A human capital approach". *Journal for the Scientific Study of Religion* 29(3): 297-314.
 1991 "The consequences of religious market structure: Adam Smith and the economics of religion". *Rationality and Society* 3: 156-177.
 1992a "Sacrifice and stigma: Reducing free-riding in cults, communes and other collectives". *Journal of Political Economy* 100: 271-292.
 1992b "Religious markets and the economics of religion". *Social Compass* 39(1): 123-131.
 1994 "Why strict churches are strong". *American Journal of Sociology* 99(5): 1180-1211.
 1995a "Voodoo economics? Defending the rational choice approach to religion". *Journal for the Scientific Study of Religion* 34(1): 76-88.
 1995b "Risk, rationality and religious portfolios". *Economic Inquiry* 33(32): 285-295.
 1996 "Reassessing Church Growth: Statistical pitfalls and their consequences". *Journal for the Scientific Study of Religion* 35(3): 197-216.
 1997a "Rational choice: Framework for the scientific study of religion". In: *Rational Choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.
 1997b "Skewness explained: A rational choice model of religious giving". *Journal for the Scientific Study of Religion* 36 (2) 141-157.1997.
 1998 "Introduction to the economics of religion: A survey of recent work". *Journal of Economic Literature* 36 (3): 1465-1496.
- Iannaccone, Laurence, Roger Finke e Rodney Stark
 1997 "Deregulating religion: The economics of church and state". *Economic Inquiry* 35: 350-364
- Iannaccone, Laurence, Daniel Olson e Rodney Stark
 1995 "Religious resources and church growth". *Social Forces* 74(2): 705-731.
- Lie, John
 1997 "Sociology of markets". *Annual Review of Sociology* 23: 341-360.
- Mauss, Armand
 1993 "Research in social movements and in new religious movements: The prospects for convergence". *Religion and the Social Order* 3A: 127-151.
- Negrão, Lísis Nogueira
 1994 "Intervenção". In: *Misticismo e novas religiões*. A. Moreira e R. Zicman, eds. pags. 130-135. Petrópolis, Vozes.
- Pettersson, Thorleif e Eva Hamberg
 1997 "Denominational pluralism and church membership in contemporary Sweden (1974-1995)". *Journal of Empirical Theology* 10: 61-78.

- Pierucci, Antônio Flávio
 1997 "Reencantamento e dessecularização: a propósito do auto-engano em sociologia da religião". *Novos Estudos CEBRAP* 49: 99-117.
- 1998 "Secularização em Max Weber". *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 37: 43-73.
- Schneider, Jane
 1990 "Spirits and the spirit of capitalism". In: *Religious orthodoxy and popular faith in European Society*, Ellen Badone, ed. Princeton, Princeton University Press.
- Sherkat, Darren
 1997 "Embedding religious choices: Integrating preferences and social constraints into rational choice theories of religious behavior". In: *Rational Choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.
- Sherkat, Darren e John Wilson
 1995 "Preferences, constraints and choices in religious markets: An examination of religious switching and apostasy". *Social Forces* 73(3): 993-1026.
- Spickard, James
 1998 "Rethinking religious social action: What is "rational" about rational choice theory?". *Sociology of Religion* 59(2): 99-116.
- Stark, Rodney
 1985 "From church-sect to religious economies". In: *The Sacred in a Post-Secular Age*. Philip Hammond, ed. Berkeley, UCP.
- 1992 "Do catholic societies really exist?". *Rationality and Society* 4: 261-271.
- 1993 "Europe's receptivity to new religious movements: round two". *Journal for the Scientific Study of Religion* 32(4): 389-397.
- 1995 "Reconstructing the rise of Christianity: The role of women". *Sociology of Religion* 56(3): 229-244.
- 1996a "Why religious movements succeed or fail: a revised general model". *Journal of Contemporary Religion* 11(2): 133-146.
- 1996b "So far, so good: A brief assessment of Mormon membership projections". *Review of Religious Research* 38(2).
- 1997a "Bringing theory back in". In: *Rational Choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.
- 1997b "German and German American religiousness: Approximating a crucial experiment". *Journal for the Scientific Study of Religion* 36(2): 182-193.
- Stark, Rodney e William S. Bainbridge
 1985 *The future of religion*. Berkeley, University of California Press.
- 1996(1987) *A theory of religion*. New Brunswick, NJ, Rutgers University Press.
- Stark, Rodney e Roger Finke
 1988 "American religion in 1776: A statistical portrait". *Sociological Analysis* 49: 39-51.
- 1993 "A rational approach to the history of American cults and sects". *Religion and the Social Order* 3A: 109-125.
- 2000 *Acts of faith: Explaining the human side of religion*. Berkeley, CA, University of California Press.

- Stark, Rodney e Laurence Iannaccone
- 1992 "Sociology of religion". *Encyclopedia of Sociology*, edited by E. Borgatta e Marie Borgatta. 2029-2037. NY, Macmillan.
- 1993 "Rational choice propositions about religious movements". *Religion and the Social Order* 3A: 241-261.
- 1994 "A supply-side reinterpretation of the "secularization" of Europe". *Journal for the Scientific Study of Religion* 33(3): 230-252.
- 1996 "Response to Lechner: Recent religious declines in Quebec, Poland and the Netherlands: A Theory vindicated". *Journal for the Scientific Study of Religion* 35(3): 265-271.
- Stark, Rodney e James McCann
- 1993 "Market forces and Catholic commitment: Exploring the new paradigm". *Journal for the Scientific Study of Religion* 32(2): 111-124.
- Stark, Rodney, Roger Finke e Laurence Iannaccone.
- 1995 "Pluralism and Piety: England and Wales, 1851". *Journal for the Scientific Study of Religion* 34(4): 431-444.
- Tschannen, Oliver
- 1991 "The secularization paradigm: a systematization". *Journal for the Scientific Study of Religion* 30(4): 395-415.
- 1994 "Sociological controversies in perspective". *Review of Religious Research* 36(1): 70-86.
- Warner, Stephen
- 1993 "Work in progress towards a new paradigm for the sociological study of religion in the United States". *American Journal of Sociology* 98: 1044-1093.
- 1997 "Convergence toward the new paradigm: A case of induction". In: *Rational Choice theory and religion*. Lawrence Young, ed. NY, Routledge.
- Yamane, David
- 1997 "Secularization on trial: In defense of a Neosecularization paradigm". *Journal for the Scientific Study of Religion* 36(1): 109-122.
- Zurcher, Louis e David Snow
- 1981 "Collective behavior: Social movements". In: *Social Psychology: Sociological perspectives*. M. Rosenberg e R. Turner, eds. pags. 447-482. New York, Basic Books.

Resumo

Teorias econômicas aplicadas ao estudo da religião: Em direção a um novo paradigma?

Nos últimos anos, a aplicação de modelos econômicos para o estudo dos fenômenos religiosos originou o desenvolvimento de um novo paradigma interpretativo na sociologia da religião norte-americana. Além da utilização explícita de conceitos econômicos, o modelo inclui pressupostos derivados da teoria da escolha racional (*rational choice*) e uma atenção focalizada mais na *oferta* religiosa do que na procura. O trabalho resenha as principais idéias do novo paradigma aportadas por Rodney Stark, Laurence Iannaccone e Roger Finke, e aponta seus elementos mais positivos. Sugere, finalmente, em que medida este pode ser melhorado à luz de outros aportes contemporâneos no estudo da religião.

Palavras-chave: religião; escolha racional; secularização

Abstract

Economic Theories Applied to the Study of Religion: towards a new paradigm?

In recent years, the application of economic models to the study of religious phenomena has led to the development of a new interpretative paradigm in North American sociology of religion. In addition to the explicit utilization of economic concepts, the model includes premises derived from the theory of rational choice and focuses more attention on the *supply* of religion than the *demand*. This article outlines the main ideas in the new paradigm provided by Rodney Stark, Laurence Iannaccone, and Roger Finke and highlights its more positive elements. Finally, the article suggests to what extent the paradigm can be improved in light of contemporary developments in the study of religion.

Keywords: religion; rational choice; secularization