



Bens de salvação e mercados religiosos: integrando a escolha racional e as perspectivas weberianas

Jörg Stolz*

tradução de Gustavo Sanches Duarte**

Texto originalmente publicado sob o título *Salvation goods and religious markets: Integrating rational choice and Weberian perspectives* na *Social Compass*, v. 53, n. 1, pp. 13-32, 2006. A tradução foi gentilmente autorizada pelo autor.

Resumo: Apesar do enorme sucesso do conceito de “mercados religiosos”, ainda não está claro o que são “bens religiosos”, e nem sob quais condições um “mercado religioso” de fato existe em uma determinada sociedade. O autor integra diferentes conceitos dos teóricos da escolha racional e de Max Weber em uma nova tipologia de bens religiosos individuais e sociais. A tipologia mostra que os mercados são apenas uma possibilidade entre tantas outras de produção, troca e alocação de bens religiosos. Além disso, ela ajuda a entender as condições em que os mercados podem ou não ser ferramentas teóricas importantes.

Palavras-chave: Poder, escolha racional, campo religioso, bens religiosos, mercados religiosos.

Introdução

O conceito “mercado religioso” está tendo um enorme sucesso na atualidade. Não apenas sociólogos, mas também jornalistas, políticos e, curiosamente, alguns dos próprios participantes religiosos estão começando a usar o termo com mais frequência. Até mesmo um dos mais proeminentes críticos da teoria dos mercados religiosos admite que as sociedades modernas são caracterizadas por “uma situação amplamente nova na vida humana: a possibilidade de escolher uma religião” (Bruce, 1999, p. 3). O empreendimento teórico que desenvolveu e defendeu a teoria dos mercados religiosos – a escolha racional – foi, entretanto, fortemente criticado. Praticamente tudo o que os adeptos da escolha racional disseram sobre religião foi questionado (Ammerman, 1997; Bruce, 1999; Chaves, 1995; Hamilton, 2001; Lechner, 1996). Duas das críticas mais importantes, inerentes à teoria, são as de que os adeptos da escolha racional não

* Professor de Sociologia da Religião na UNIL (Suíça). Doutor em Sociologia (UZH, Suíça). ORCID: 0000-0002-3849-7812 – contato: joerg.stolz@unil.ch

** Mestrando em Ciência da Religião (PUC-SP, São Paulo-SP). ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2754-5737> – contato: gustavo.sanches@live.com

elaboraram seu modelo bem o suficiente e não afirmaram claramente, em primeiro lugar, que tipo de “bens” estamos considerando; e, em segundo lugar, em que condições esses bens podem ser negociados em um “mercado” (Bruce, 1999, p. 30ss; Hamilton, 2001, p. 220ss).

Este artigo argumenta que esses dois problemas relativos à abordagem da escolha racional podem ser resolvidos distinguindo diferentes tipos de bens religiosos e integrando-os em uma estrutura mais ampla de escolha racional. Nessa estrutura, os mercados são apenas um tipo de “sistema social” entre outros, nos quais os bens religiosos podem ser produzidos e alocados. Para criar essa nova estrutura, mostro, em primeiro lugar, que os adeptos da escolha racional têm usado até agora – e sem realmente reconhecer isto – pelo menos quatro tipos diferentes de conceitos de “bens religiosos”. Em segundo lugar, retomo o trabalho de Max Weber, que é o autor clássico mais importante para o conceito de “bens religiosos” (um fato que até agora não foi reconhecido pelos adeptos da escolha racional)¹. Weber nos dá as noções importantes de metas de salvação institucionalizadas e meios de salvação, bem como a ideia de bens religiosos como um meio de autoridade religiosa, todos estes com possibilidade de integrarem minha estrutura. Por fim, baseio-me nas ideias de James S. Coleman, Siegwart Lindenberg e Hartmut Esser para criar uma nova classificação de bens religiosos. Mais especificamente, apresento-a a seguir:

1. Os bens religiosos são apenas um dos elementos das religiões (sistemas de símbolos religiosos). As religiões institucionalizam vários tipos de bens religiosos, ligando-os em “cadeias” de meios de salvação e fins de salvação.
2. Existem diferentes tipos de bens religiosos. Especificamente, temos que distinguir os bens religiosos individuais (bens de consumo, de filiação e pessoais), em que os indivíduos se encontram em situações paramétricas, dos bens religiosos sociais (bens comunitários, coletivos e posicionais), em que os indivíduos produzem bens religiosos de forma interdependente.
3. Os tipos de bens religiosos determinam como eles são produzidos e alocados. A troca em um “mercado” é apenas uma possibilidade. Especificamente, os bens religiosos podem ser transferidos pela socialização, produzidos pelos próprios indivíduos, produzidos em conjunto com outras pessoas ou usados em relações de autoridade.

Bens religiosos e mercados religiosos: escolha racional

Os conceitos de “bens religiosos” e “mercados religiosos” estão no centro da teoria da “escolha racional da religião”. Portanto, pode ser uma surpresa o fato de haver certa confusão sobre o que realmente são os bens religiosos na literatura sobre escolha racional.

¹ Esse ponto é ignorado por Collins (1997), que apresenta uma comparação muito interessante entre Stark e Bainbridge, Weber e Durkheim.

Em minha opinião, até o momento, os especialistas da teoria da escolha racional nos deram (mas não distinguiram claramente) quatro versões diferentes do que seriam os bens religiosos.

Bens religiosos como compensadores e recompensas de outro mundo

Em uma versão inicial de sua teoria, Stark e Bainbridge (1985, 1989) definem bens religiosos como *compensadores* sobrenaturais, gerais e não verificáveis. Com o termo “compensador”, Stark e Bainbridge (1985, p. 6) querem dizer “a crença de que uma recompensa será obtida em um futuro distante ou em algum outro contexto que não possa ser imediatamente verificado”. As recompensas são “qualquer coisa que os seres humanos incorrem em custos para obter” (1989, p. 27). Como os seres humanos se esforçam regularmente para obter recompensas que não podem ter imediatamente, eles geralmente se contentam com um substituto, um compensador. Os compensadores podem ser seculares ou baseados em suposições sobrenaturais. Os compensadores de base sobrenatural podem ser específicos e falseáveis, o que os torna “mágicos”; ou podem ser gerais e não falseáveis, o que os torna “religiosos”. Exemplos de compensadores mágicos são promessas como a cura de um câncer, a obtenção de uma boa nota na escola ou a reconquista de um parceiro infiel. Exemplos de compensadores religiosos incluem conceitos como o significado da existência, a vida após a morte, a iluminação ou a vinda do salvador em algum momento não determinado (1985, p. 7, 30). É interessante observar que, nessa versão da teoria de Stark e Bainbridge, os compensadores são os únicos elementos de sua definição de religiões: as religiões são “sistemas de compensadores gerais baseados em suposições sobrenaturais” (Stark; Bainbridge, 1989, p. 81). As empresas religiosas podem, então, ser vistas como organizações que produzem duas coisas: de um lado, compensadores de base sobrenatural; de outro, bens “seculares” (recompensas) como amizade, laços sociais ou identidades sociais que podem ser produzidos por qualquer tipo de grupo social. Em uma versão revisada de sua teoria, Stark abandona o termo “compensador” e fala, em vez disso, sobre “recompensas sobrenaturais”, que são “aquelas que serão obtidas somente em um contexto não empírico (geralmente póstumo)” (Stark, 1999, p. 268). Observando os exemplos que Stark e Bainbridge dão nas duas versões de sua teoria, vemos que eles se concentram em (pelo menos alguns) dos *objetivos finais* que as religiões geralmente propõem. A seguir, veremos que Max Weber descreve o mesmo fenômeno como “metas de salvação”.

Bens religiosos como filiação religiosa

Uma segunda versão do “bem religioso” (como as duas versões seguintes) pode ser encontrada no trabalho de Laurence R. Iannaccone. Nesse caso, a *filiação religiosa* e a oportunidade de participar de ações religiosas coletivas são tratadas como uma mercadoria:

No centro de qualquer teoria econômica da religião está a noção da religião como uma mercadoria, um objeto de escolha ...[...] Os consumidores escolhem qual religião (se houver) eles aceitarão e com que intensidade participarão dela. Essas escolhas tampouco são imutáveis – as pessoas podem mudar de religião ou de nível de participação com o passar do tempo, e frequentemente o fazem (Iannaccone, 1991, p. 158, grifo do autor).

Enquanto a versão de Stark e Bainbridge sugeria que as religiões eram compostas ou incluíam bens religiosos, aqui o fato de *pertencer* a um grupo religioso parece ser o bem religioso². Ser católico ou mórmon, wiccano ou testemunha de Jeová, budista ou cientologista – parece ser o que os indivíduos “escolhem” no “mercado”. Em seguida, Iannaccone nos dá dois atributos principais dos bens assim definidos. Primeiro, elas estão ligadas ao *sobrenatural* (Iannaccone, 1992, p. 125), supondo a existência de deuses, forças transcendentais e coisas do gênero. Segundo (e ligado ao primeiro atributo), eles são inerentemente *arriscados*. Isso ocorre porque os indivíduos não podem avaliar os bens. Eles precisam confiar e acreditar, tanto nos meios quanto nos fins prometidos que acompanham a adesão. Eles não possuem garantias, mas são solicitados a ter fé.

Bens religiosos como bens coletivos

Uma terceira definição, também encontrada no trabalho de Iannaccone, enxerga os bens religiosos como bens coletivos. Esse é o caso quando se trata de “atividades em grupo, como ouvir sermões, estudos das escrituras, reuniões de testemunho, liturgias, adoração, canto de hinos e atos de sacramentos” (Iannaccone, 1994, p. 1183). Nessas situações, “a religião é uma ‘mercadoria’ que as pessoas produzem *coletivamente*” (1994, p. 1183, grifo do autor). O interessante sobre esses bens religiosos coletivos é que, como Iannaccone ressalta, surge o problema dos *free-riders*. Como o bem religioso (incluindo um entusiasmo considerável) é produzido coletivamente, todos os participantes podem se beneficiar dele, independentemente do grau de seu envolvimento pessoal. Indivíduos racionais podem, portanto, ser tentados a “pegar carona” (*free-riders*), ou seja, aproveitar o bem público sem contribuir pessoalmente. Isso, por sua vez, pode levar ao não provisionamento do bem coletivo. Iannaccone argumenta que os grupos religiosos são rotineiramente ameaçados por esse problema de bem coletivo, e que eles geralmente resolvem este problema penalizando ou proibindo “atividades alternativas que competem pelos recursos dos membros” (1994, p. 1186). Assim, alguns grupos religiosos proíbem o envolvimento em atividades como entretenimento e educação seculares ou “exigem dos membros algum comportamento distintivo e estigmatizante que iniba a participação ou reduza a produtividade em contextos alternativos – ter a cabeça raspada, usar vestes cor-de-rosa ou estar em um local isolado é bastante eficaz” (1994, p. 1188). Dessa forma, a participação no grupo se torna mais cara e os *free-riders* são dissuadidos. Indivíduos racionais decidirão se realmente entrarão ou sairão. De acordo com Iannaccone, essa teoria explica por que as igrejas conservadoras e “rígidas”

2 Iannaccone não faz essa distinção entre filiação e bem religioso pessoal, como eu faço.

muitas vezes parecem estar se saindo melhor do que suas concorrentes mais liberais. De fato, seu rigor permite que elas eliminem os *free-riders* e, assim, criem um produto religioso coletivo “melhor”.

Bens religiosos como commodities domésticas

Por fim, podemos encontrar no trabalho de Iannaccone a ideia de bens religiosos como “*commodities* domésticas”:

As *commodities* religiosas não são bens físicos, como carros ou computadores, que podem ser fabricados, embalados e vendidos em lojas. Tampouco são serviços como cortes de cabelo ou serviços bancários que pedimos que outros façam por nós. Em vez disso, elas se enquadram em uma terceira categoria que os economistas chamam de “*commodities* domésticas” – bens e serviços de valor que famílias e indivíduos produzem para seu próprio consumo (Iannaccone, 1992, p. 124).

Iannaccone retoma a importante ideia de Becker ([1976] 1990), de que as famílias podem ser vistas não apenas como consumidoras, mas também como produtoras, usando bens de mercado, tempo e capital humano para produzir “*commodities* domésticas” mais básicas. Essas *commodities* podem ser “tão concretas como refeições e lavanderia ou tão abstratas como relaxamento e amor” (Iannaccone, 1992, p. 124), e são “consumidas pelos membros da família em vez de serem comercializadas” (1990, p. 297). A *commodity* abstrata que é produzida dessa forma é a “satisfação religiosa” (1990, p. 299). Por exemplo, uma família pode decidir produzir uma certa quantidade de “satisfação religiosa” orando antes das refeições, usando, assim, uma certa quantidade de tempo, capital humano (eles precisam saber as orações) e energia. Evidentemente, essa *commodity* não é “comprada” em um mercado, mas é produzida pela própria família.

Mercados religiosos

Os adeptos da escolha racional estão convencidos de que é útil definir o domínio religioso de qualquer sociedade como uma economia religiosa (Stark; Iannaccone, 1994, p. 232). Uma economia religiosa consiste em todos os fenômenos religiosos de uma determinada sociedade e inclui um mercado religioso. Nesse mercado, as empresas religiosas produzem e vendem “bens religiosos” a fim de satisfazer as “necessidades religiosas” dos “consumidores” (Iannaccone, 1991, 1992, 1995; Stark; Iannaccone, 1994). Os consumidores, por outro lado, escolhem os produtos religiosos de acordo com suas preferências e restrições orçamentárias. As pessoas que fazem escolhas racionais não tratam o conceito de mercado simplesmente como uma analogia ou mesmo como uma metáfora. Elas estão convencidas de que podemos falar tão bem de um mercado religioso como de um mercado de carros ou de sabão em pó.

Uma vez que os mercados religiosos funcionam de modo semelhante a outros mercados, praticamente todas as principais percepções da economia podem ser usadas para

analisar e explicar os fenômenos religiosos (Iannaccone, 1991, p. 159). As leis de oferta e demanda, por exemplo, se aplicam. *Ceteris paribus*, uma religião que seja mais barata ou que nos permita obter o bem do outro mundo mais facilmente tem maior probabilidade de ser consumida³ e, se a quantidade de bens religiosos no mercado aumentar, os preços dos bens religiosos cairão. Um segundo exemplo é a lei da mão invisível: mercados não regulamentados produzem mais bem-estar do que os regulamentados. Portanto, monopólios religiosos, oligopólios ou regimes mistos (com igrejas estatais e igrejas livres) não funcionarão de forma tão eficiente quanto os mercados religiosos não regulamentados. Nesses últimos, encontraremos produtos religiosos de maior qualidade com preços mais baixos, o que leva a uma maior religiosidade agregada.

Crítica

Há muitos textos que criticam a abordagem da escolha racional da religião, seus pontos de vista sobre bens religiosos e mercados religiosos (p. ex. Bruce, 1999; Chaves, 1995; Hamilton, 2001), mas não vou repetir seus argumentos aqui. Apesar de todos os (muitas vezes) valiosos pontos críticos, estou pessoalmente convencido de que os adeptos da escolha racional produziram algumas das abordagens mais inovadoras da recente sociologia da religião e que pode ser recomendável aproveitar pelo menos parte de seu trabalho. Nem tudo, porém, é aceitável. Para meus objetivos, três pontos de crítica – que ainda não encontrei na literatura – serão suficientes. Primeiro, os adeptos da escolha racional, pelo que sei, ainda não reconheceram o fato de que eles próprios falam sobre diferentes tipos de bens religiosos. Afinal de contas, os quatro tipos apresentados acima diferem bastante. Em uma versão, são promessas de eventos transcendentais, em outra, filiação, em outra, ainda, participação em um empreendimento coletivo (como um serviço religioso) e, na versão final, satisfação religiosa. Consequentemente, os adeptos da escolha racional não deixaram claro quando usar qual conceito de bem religioso. É por isso que me aventuro a apresentar uma nova tipologia de bens religiosos que esclarece a relação entre os tipos, bem como a questão da aplicação. Em segundo lugar, os adeptos da escolha racional presumem que os mercados religiosos são o principal modelo para a produção e o consumo de bens religiosos. Mas os mercados constituem apenas um tipo de “sistema social”, e um tipo muito especial, com várias condições estruturais. Dessa forma, os adeptos da escolha racional ignoram a existência de outros modos pelos quais a produção e a alocação podem ocorrer (p. ex. produção individual, produção em grupos e organizações sociais). Isso significa que, dependendo do tipo de bem religioso, modelos de escolha racional não de mercados, mas desses outros tipos de sistemas sociais, devem ser aplicados para chegar a uma descrição e explicação satisfatórias. Por fim, os adeptos da escolha racional ainda não levaram totalmente em conta

³ Isso torna ainda mais interessante a descoberta de que religiões rígidas ou caras podem ter mais sucesso do que as “baratas”. Mas isso pode ser explicado igualmente em termos de escolha racional, embora com um modelo mais complexo. Consulte Iannaccone (1994).

o trabalho de Max Weber, que é, de fato, o autor clássico mais importante a discutir os bens religiosos. É por isso que agora nos voltaremos para Weber.

Bens de salvação e relações de autoridade: Max Weber

Em sua sociologia da religião, o principal objetivo de Weber é comparar as religiões do mundo (p. ex. com relação a seus bens de salvação ou sua ética religiosa) a fim de explicar como os elementos específicos do protestantismo ascético ajudaram a produzir o capitalismo moderno (Boudon, 1998). Weber trata do judaísmo, do hinduísmo, do budismo, do cristianismo, do confucionismo e do taoísmo, usando seus métodos de compreensão (*verstehen*) e explicação (*erklären*), construção de tipos ideais e comparação histórica.

Bens de salvação

O termo “bem de salvação” (*Heilsgut*) é central nas obras de Max Weber (Weber, [1920b] 1988, [1922] 1985; Schluchter, 1991, p. 80). O fato de isso ter passado despercebido no mundo anglo-saxão provavelmente se deve a traduções que não sabiam muito bem o que fazer com o termo, traduzindo-o por “estado de salvação”, “salvação substantivamente divina”, “maior felicidade disponível” ou até mesmo “valor sagrado”⁴. Todas essas traduções perdem o sentido que nos interessa aqui, ou seja, que Weber fala sobre “bens”, que podem ser buscados, fornecidos e consumidos. Em vez de bens de salvação, Weber também usa os termos “metas de salvação” (*Heilsziele*), “meios de salvação” (*Heilmittel*) e “promessas das religiões” (*Verheissungen der Religionen*).

Como Weber não define o termo “bem de salvação”, arrisco-me a reconstruir a definição que ele poderia ter dado. Um bem de salvação é um fim ou um meio para um determinado fim oferecido por uma religião, incorporado a uma visão de mundo específica e a um sistema de práticas de vida, e que pode ser aspirado ou usado por um indivíduo ou um grupo social. Os bens de salvação podem ser restringidos a certos pontos no tempo ou duradouros; estabelecidos no futuro ou no presente; transcendentais ou imanentes; individuais ou coletivos; ascéticos ou contemplativos; aspirados ativamente ou dados ao indivíduo por um poder externo (Weber, [1922] 1985, p. 321 et seq.; [1920b] 1988, p. 237ss, 536ss). Para nossos propósitos, quatro aspectos da concepção de bens de salvação de Weber são dignos de menção.

Os bens de salvação são *metas* ou *meios*. Weber acredita que as religiões propagam metas de salvação que podem ser alcançadas por determinados “meios de salvação”. Esse é um ponto importante: os indivíduos podem usar os meios de salvação de forma calculista e racional para atingir metas de salvação futuras, permitindo assim uma explicação

4 Todas essas traduções de “*Heilsgut*” podem ser encontradas no mesmo texto: Weber ([1920a] 1978).

sociológica. Um outro ponto é o fato de que os meios para um fim podem se tornar o fim em si. Se a “crença” é um meio de ser recompensado posteriormente pela vida eterna, o fato de ser um verdadeiro crente pode se tornar um objetivo de salvação. Os meios de salvação, como rituais, boas obras, autoperfeição mística ou ascética, sacramentos ou fé, também podem ser vistos como “metas de salvação”. A busca por metas futuras dá ao indivíduo um “modo de vida” especial, um “habitus” que produz gratificação emocional imediata (e, portanto, é um “bem”). Observe que não estamos em uma situação do tipo mercado. O indivíduo não está comprando um “produto” em um “mercado”, mas usando meios de ação culturalmente incorporados para atingir determinados objetivos.

Os bens de salvação não devem ser vistos como estruturas isoladas. Em vez disso, eles implicam uma *visão de mundo* específica e uma *prática de vida* específica da respectiva religião. Quanto à visão de mundo, o sistema de símbolos religiosos determina de qual estado triste de coisas o indivíduo ou grupo deve ser salvo e, portanto, como se parece e se sente o estado de salvação. Se, por exemplo, a visão de mundo vê o principal problema como sendo a servidão social e política, a meta de salvação pode muito bem ser uma terra prometida e o domínio dos inimigos políticos; se a visão de mundo constrói o problema como sendo um fluxo interminável de reencarnações, o estado final pode ser o de sair deste círculo (nirvana).

Os bens de salvação *satisfazem diferentes necessidades psicológicas e sociais*. De acordo com Max Weber, as necessidades psicológicas podem ser compensatórias, de legitimação ou intelectuais (Weber, [1922] 1985, p. 285 et seq.). O sentimento de privação, infortúnio e sofrimento leva o indivíduo a buscar uma compensação; ele pode procurar um bem de salvação que prometa a libertação do sofrimento, a libertação do mal ou a cura do corpo em um futuro próximo ou distante. Entretanto, os indivíduos que se encontram em posições privilegiadas buscarão principalmente bens de salvação que legitimem sua posição. Eles sentem a necessidade de justificar seu bem-estar. Por fim, Weber nos diz que pode surgir uma necessidade intelectual inerente para dar sentido ao mundo e racionalizar as visões de mundo existentes; esta necessidade também pode levar à aceitação de um tipo muito específico de bem de salvação. Todas essas necessidades psicológicas diferem de acordo com a situação histórica e a classe social em que o indivíduo se encontra. É por isso que diferentes classes sociais tendem a aceitar e produzir diferentes tipos de religiosidade.

Os bens de salvação podem ser *deste mundo* ou *de outro mundo*. Weber nos diz que muitos bens de salvação das diferentes religiões não eram, e não são, de outro mundo (como uma vida após a morte no paraíso), mas deste mundo. Eles podem ser formulados de forma positiva, como a obtenção de boa saúde, vida longa, felicidade, riqueza, fertilidade, um grande número de descendentes, um bom nome, status social elevado (p. ex. status de classe), poder político, terra e vitória na guerra; ou podem ser formulados de forma negativa, como a libertação da doença e da morte, infelicidade, pobreza, esterilidade, vergonha, derrota na guerra, escravidão, exploração etc.

Em sua famosa tipologia dos meios de salvação, Weber se concentra principalmente nas possibilidades individuais de ser salvo, distinguindo três tipos “ativos” e três tipos “passivos” ([1922] 1985, p. 321ss). Sua intenção é, então, dizer que em um desses casos (ascetismo no mundo), há uma chance maior de surgir o capitalismo moderno.

A batalha pela autoridade religiosa

Embora Weber faça uma clara distinção entre “produtores” e “consumidores” de religião, analisando grande parte da interação entre “oferta” e “demanda”, ele não trata os bens de salvação dentro da estrutura de uma “teoria de mercado”, mas principalmente dentro da sociologia das relações de autoridade (*Herrschaftssoziologie*). Os grupos religiosos são definidos como “unidades de autoridade” (*Herrschaftsverbände*), controlando seus membros por meio do fornecimento ou da remoção de bens de salvação, dependendo do fato de os indivíduos cumprirem ou não as exigências do grupo. Uma igreja, por exemplo, é vista por Weber como uma “organização hierocrática”, ou seja, “uma organização que impõe sua ordem por meio de coação psíquica, distribuindo ou negando benefícios religiosos” ([1920a] 1978, p. 54).

Assim, uma igreja impõe suas ordens a todos os indivíduos com características específicas (p. ex. unidade geográfica, origem), independentemente de estes indivíduos concordarem ou não com os ensinamentos e as normas (Weber, [1922] 1985, p. 28). As igrejas usam o “carisma de função” (*Amtscharisma*): a autoridade dos sacerdotes não está em sua qualificação pessoal, mas no fato de ocuparem certas posições de poder dentro da hierarquia da igreja ([1922] 1985, p. 692). À parte o apoio do Estado, as igrejas têm seus próprios meios importantes de poder que lhes permitem impor suas ordens, especialmente a excomunhão e o boicote econômico ([1922] 1985, p. 693). No entanto, grupos religiosos dominantes como as igrejas são, na visão de Weber, frequentemente desafiados por outros “produtores” de bens religiosos: por profetas e mágicos que baseiam suas reivindicações no carisma pessoal. Esses agentes são “desviantes”, “heterodoxos” e, muitas vezes, são atacados ferozmente pelo estabelecimento religioso. Uma das características centrais da sociologia da religião de Weber é a descrição dessa “batalha” de líderes religiosos ortodoxos e heterodoxos (sacerdotes, profetas, mágicos) pelo monopólio religioso ([1922] 1985, p. 268ss). Bourdieu (1971) reinterpretou Weber chamando esse jogo de poder de “campo religioso”, sugerindo que ele é um entre muitos outros “campos sociais” com lutas de poder semelhantes.

Crítica

Novamente, não entrarei em uma crítica ou avaliação detalhada dos bens de salvação weberianos e das relações de autoridade (veja, para boas críticas, Schluchter, 1991; Tyrell, 1992). Para meus propósitos, os seguintes pontos serão suficientes. Weber é claramente o autor clássico mais importante com relação à teoria dos bens religiosos. No entanto, ele não nos deu uma teoria sociológica completa dos bens religiosos. Sua tipologia de meios e fins de salvação não nos diz que tipos de bens podem ser produzidos em que tipos de situações sociais. Para uma teoria nova e integrada dos bens religiosos, há dois pontos weberianos em particular que precisam ser levados em conta. Primeiro, Weber indica que as religiões oferecem a seus adeptos “cadeias” de meios de salvação que acabam levando a “fins de salvação”. Os bens religiosos podem, portanto, estar em diferentes “planos” de captação. Em segundo lugar, Weber nos mostra que os bens religiosos podem ser a

base para as relações de autoridade, sendo a autoridade religiosa, por si só, um “bem”, pelo qual batalhas ferozes podem se desencadear entre líderes religiosos.

Integração das abordagens em uma estrutura mais ampla

A seguir, vincularei as abordagens weberiana e da escolha racional, mostrando que elas são casos especiais de uma abordagem maior e mais abrangente.

Uma nova tipologia de bens religiosos

A fim de construir uma nova tipologia, combino diferentes elementos: definições de religião e bens religiosos, pressupostos de racionalidade, os diferentes conceitos de bens religiosos propostos por autores da escolha racional e por Weber, bem como ideias sobre estruturas e bens privados e sociais desenvolvidas por James S. Coleman, Siegwart Lindenberg e Hartmut Esser. Todas as isenções de responsabilidade usuais relativas a tipologias se aplicam: os casos empíricos costumam ser mais complexos do que a tipologia sugere e é possível haver “tipos mistos”; em geral, essa tipologia é apenas uma ferramenta que precisa provar sua utilidade em pesquisas futuras.

Primeiro, para poder distinguir os bens religiosos de outros tipos de bens, preciso de uma definição de *religião*. Com esse termo, denoto o conjunto de sistemas de símbolos culturais que respondem a problemas de significado e contingência fazendo alusão a uma realidade transcendente. Os sistemas de símbolos religiosos normalmente compreendem elementos mitológicos, rituais e éticos que podem ou não ser apresentados como fins e meios de salvação (bens de salvação). Assim, opto por uma definição em que a religião não consiste inteiramente em bens de salvação, mas os inclui. Um bem religioso pode, então, ser definido como um objetivo ou um meio de alcançar um determinado objetivo, proposto por uma religião. Os *bens religiosos* podem ser transcendentais ou imanentes, futuros ou presentes, individuais ou coletivos. Como os bens religiosos fazem parte do sistema de símbolos religiosos, eles normalmente são *institucionais e culturais*. Eles fazem parte da cultura e das instituições (papéis, normas, roteiros) de um determinado grupo social ou sociedade. Assim, o grupo social – ou toda a sociedade – ensina ao indivíduo, em primeiro lugar, qual meta religiosa deve ser almejada e, em segundo lugar, quais meios devem ser usados para atingir essa meta⁵.

Em segundo lugar, aceito o pressuposto da *racionalidade* (limitada): suponho que os indivíduos ajam racionalmente, ou seja, que ajam de forma a promover seus próprios

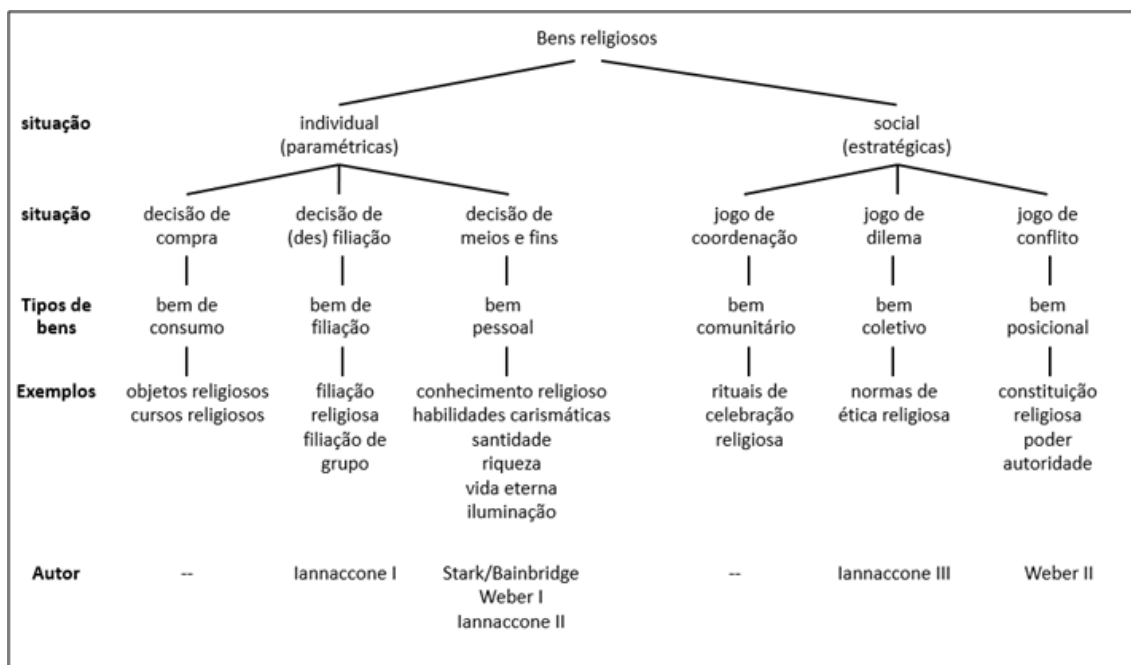
5 É interessante observar que um grupo de adeptos da escolha racional produziu uma teoria (que ainda não foi aplicada à religião) exatamente de acordo com essas linhas weberianas: a teoria das funções de produção social (Lindenberg, 1989, 1990; Esser, 1998, 1999, 2000b). Essa teoria pressupõe que os indivíduos têm algumas necessidades humanas muito básicas (p. ex. bem-estar físico, valorização social). No entanto, essas necessidades podem ser atendidas de maneiras extremamente variadas. Portanto, os sistemas culturais e institucionais fornecem aos indivíduos metas e meios legítimos para atingir as metas (e formas de atingir os meios).

interesses. Entretanto, explico o modelo da seguinte forma. Como há custos associados ao cálculo e à comparação dos ganhos esperados, os indivíduos alternam entre diferentes “quadros”, dos quais o “quadro racional” é apenas um. Com frequência, os indivíduos usam uma “estrutura tradicional” na qual seguem determinadas “receitas cotidianas”. É somente em situações incomuns, no caso de surpresas ou se símbolos especiais levarem à expectativa de possíveis perdas ou ganhos importantes, que o indivíduo muda para outras estruturas, por exemplo, a racional, a hedonista ou a avaliativa (Lindenberg, 2000). Quando os indivíduos mudam para uma estrutura racional, isso implica calcular os custos e benefícios de determinados bens religiosos e escolher a melhor alternativa.

Em terceiro lugar, faço uma distinção entre situações *paramétricas* e *estratégicas* (Elster, 1986, p. 7). Em situações paramétricas, os indivíduos “jogam contra a natureza”. Em situações estratégicas, os indivíduos jogam “contra” (ou com) os outros, tendo, portanto, que levar em conta as ações e os interesses uns dos outros. As situações paramétricas podem ser tratadas com a teoria da decisão; as situações estratégicas precisam ser explicadas com as ferramentas da teoria dos jogos. Em situações paramétricas, encontramos metas religiosas individuais; em situações estratégicas, encontramos metas religiosas sociais. Esser (2000b, p. 55ss) distingue as três situações estratégicas de coordenação, dilema e conflito.

Em quarto lugar, diferentes bens religiosos têm diferentes atributos, sendo os mais importantes a *divisibilidade*, a *exclusividade*, *rivalidade* e a *alienabilidade* (Coleman, 1990, p. 33ss; Esser, 2000b, p. 166ss).

Figura 1: uma tipologia de bens religiosos



Fonte: Elaboração nossa (2023).

Em quinto lugar, como um dos usos da tipologia a seguir é mostrar em que circunstâncias os mercados estão envolvidos na produção e alocação de bens de salvação,

definirei o termo “mercado” neste ponto. Os mercados são um conjunto de relações bilaterais de troca entre agentes (individuais ou coletivos) que fornecem e demandam bens. Do ponto de vista sociológico, os mercados são um tipo especial de “sistema social” que pode ser diferenciado de outros tipos, por exemplo, sistemas de interação, grupos sociais ou organizações (Esser, 2000a, p. 31ss). Em comparação com esses outros sistemas sociais, os mercados são especiais porque funcionam de forma não planejada e anônima. Os participantes do mercado seguem seus próprios interesses e se interessam por outros participantes do mercado apenas na medida em que são possíveis parceiros de troca. Como fornecedores e consumidores têm interesses comuns, pode-se dizer que os mercados resolvem um problema de cooperação. Se as condições permitirem, o mercado produzirá o equilíbrio de mercado. Argumentarei que os mercados são um modelo útil principalmente para dois dos seis tipos de bens religiosos a seguir (bens de consumo e bens de associação).

A nova tipologia (Figura 1) distingue três bens religiosos individuais (bens de consumo, de filiação e pessoais), bem como três bens sociais religiosos (bens comunitários, coletivos e posicionais). A seguir, apresento cada um deles.

Bens de consumo religiosos

Os bens de consumo religiosos pressupõem uma situação paramétrica em que o indivíduo normalmente adquire o bem de outra pessoa e depois tem os direitos exclusivos sobre seu consumo. Os bens são transferíveis, divisíveis e exclusivos e não há efeitos externos envolvidos. Exemplos de tais bens são livros religiosos, revistas, CDs, DVDs, objetos devocionais e similares. Obviamente, esses bens são negociáveis, divisíveis e exclusivos: as estátuas de Buda podem ser compradas (transferidas) – se eu comprar uma, outro cliente não poderá comprar a mesma ao mesmo tempo; ele pode, entretanto, comprar outra. Esses bens são claramente divisíveis e exclusivos, e é por isto que não nos deparamos com problemas “estratégicos” especiais. A situação é paramétrica e o indivíduo pode racionalmente escolher e consumir o produto maximizando (ou satisfazendo) suas preferências. Como podemos ver nos exemplos acima, muitas vezes esses bens não estão diretamente ligados à participação em um grupo e podem ser pagos diretamente com dinheiro. Próximo a esses bens de consumo “perfeitos”, encontramos outros bens que são mais “sociais”, mas que ainda são divisíveis, transferíveis e exclusivos, como cursos e terapias religiosas (p. ex. *Alphalive*, cursos de meditação, sessões de terapia) em que os indivíduos pagam pela educação ou pelo serviço que demandam. Consultar um mágico ou um vidente pode, dependendo da amplitude da definição de religião de alguém, também se encaixar aqui. Por fim, até mesmo “serviços religiosos”, como casamentos ou funerais, podem ser adquiridos com dinheiro (geralmente para não membros de um grupo). Esses são casos de mercados e comportamento de mercado que se assemelham perfeitamente ao modelo de mercado econômico anônimo e não planejado. Certamente, ninguém gostaria, nesses casos, de falar de uma “metáfora econômica”.

Bens de filiação religiosa

O segundo tipo de bem é a filiação a um grupo religioso. Esses bens consistem no fato de que o indivíduo pode se considerar membro de um grupo, o que lhe dá certos direitos a recursos (como conhecimento, rituais, amizade) do grupo. Entre esses recursos, normalmente encontramos “correntes” de meios de salvação que levam a fins de salvação. Em troca, o indivíduo normalmente abre mão do controle sobre determinadas ações ou recursos (p. ex., concorda em seguir determinadas regras, aderir a determinadas crenças, apoiar o grupo financeiramente etc.). Os membros normalmente são indissociáveis e não podem ser alienados. Em geral, são exclusivos; portanto, o grupo proíbe a participação em outros grupos religiosos. Eles também podem ter externalidades importantes. Um bom exemplo de externalidades pode ser visto quando as pessoas se convertem aos “novos movimentos religiosos”, o que muitas vezes leva os membros da família a contestarem as exigências dos grupos religiosos em relação a seus filhos ou cônjuges (ou até mesmo a alegar que os grupos fizeram “lavagem cerebral”). Para nossos propósitos, podemos construir a situação do indivíduo que escolhe como uma situação “paramétrica”. Se o grupo o aceitar (o que pode ser visto como uma espécie de “capital”), o indivíduo pode decidir racionalmente se deseja aderir.

Dessa maneira, as associações religiosas são bens que são “comercializados” em “mercados religiosos”? Em minha opinião, essa pergunta não pode ser respondida de forma genérica. A resposta depende quase que totalmente do contexto social. Duas variáveis são especialmente importantes a esse respeito. Primeiro, a filiação religiosa pode ser socialmente institucionalizada como uma questão de escolha ou não. Em determinados contextos históricos e geográficos, a liberdade religiosa é garantida, a pluralidade religiosa é permitida e a escolha religiosa é socialmente bem aceita. Em tal sociedade, os mercados de filiação religiosa podem muito bem existir. Em outros contextos, entretanto, não temos nem liberdade religiosa nem pluralidade religiosa. Isso não quer dizer que temos um “mercado regulamentado” (o que pressupõe que sempre deve haver um mercado, seja ele regulamentado ou não). A filiação religiosa a um determinado grupo pode ser transmitida de pais para filhos e ser apenas uma questão factual. A religião pode se fundir com a moralidade, a cidadania e a sociedade em geral. Aqui, portanto, não encontramos um “mercado religioso”, embora possamos muito bem encontrar indivíduos que racionalmente usam meios de salvação para adquirir fins de salvação.

Em segundo lugar, é preciso distinguir diferentes níveis de escolhas com relação à filiação. É muito diferente escolher entre ser católico ou muçulmano ou entre frequentar a igreja reformada de sua cidade natal ou a da cidade vizinha. Portanto, as escolhas podem se referir a diferentes religiões, diferentes denominações (p. ex., na mesma religião) ou diferentes igrejas ou grupos locais (p. ex., na mesma denominação). Para o trabalho empírico, é importante ver claramente onde a maioria das escolhas de fato ocorre. Para dar um exemplo, na Suíça quase não há conversões do protestantismo para o catolicismo ou vice-versa. Nesse nível, não há “mercado”. No entanto, vemos uma mobilidade interna bastante importante entre a igreja estatal protestante e os grupos de jovens de igrejas independentes, o que leva a uma quantidade bastante interessante de concorrência, cópia de “métodos” etc.

Bens pessoais religiosos

Os bens pessoais religiosos são bens que normalmente não são trocados em um mercado. Eles não são (em sua maioria) divisíveis, mas podem ser exclusivos devido à possibilidade de exclusão de indivíduos de um grupo religioso. Podemos distinguir:

- *Capital humano religioso*, como conhecimento religioso, técnicas religiosas (meditação, exercícios etc.) e faculdades carismáticas e mágicas (falar em línguas, dons de profecia, levitação etc.);
- *Bem-estar físico, psíquico e social* no presente e no futuro, como ter uma boa saúde, paz interior, riqueza material, uma vida longa, status social elevado (p. ex., estar entre os “escolhidos”), uma vida eterna no paraíso;
- *Faculdades éticas e estados de ser* no presente e no futuro, como o fato de estar sem pecado, sem “sentimentos negativos”, em um estado de total concordância com as leis religiosas etc.;
- *Experiências religiosas e estados de ser* no presente e no futuro, como a experiência de conversão, iluminação, união com o divino, estados de graça, fé inabalável ou o “*habitus religioso*” (Weber) em geral.

Alguns desses bens são transferidos para o indivíduo por meio da socialização primária ou secundária (como o capital humano religioso). Alguns são produzidos pelo próprio indivíduo (como certas faculdades mágicas adquiridas por meio do ascetismo, a santidade adquirida – em parte – por meio do autocontrole ou o nirvana por meio da prática da ioga). Alguns são administrados por líderes religiosos (como os sacramentos), e outros são “dados” por forças transcendentais (como o dom de falar em línguas, a justificação pela fé ou a vida eterna). Embora esses bens estejam muitas vezes vinculados à filiação a um grupo religioso, isso não é necessariamente o caso. Às vezes, um indivíduo pode produzi-los ou recebê-los sem ser membro ou discípulo (p. ex., a iluminação de Shree Rajneesh ou um indivíduo que cria seus próprios rituais de Wicca). Em certo sentido, podemos dizer que os indivíduos são racionais, pois usam os “meios de salvação” de forma eficiente para alcançar os “objetivos de salvação”. Mas eles não são “clientes” que “compram” algo, trocando-o por dinheiro ou algum outro bem valioso.

Se a participação em um grupo pode dar acesso aos meios de salvação e (em última instância) aos objetivos de salvação, não deveríamos dizer que os bens pessoais religiosos também são “trocados em mercados”? Acho que não, pelos seguintes motivos: primeiro, os indivíduos geralmente escolhem religiões por motivos que não são os bens religiosos pessoais primários (p. ex., por causa da amizade com um membro, distúrbios psicológicos) ou por outros aspectos da religião que não tocam explicitamente nos “bens religiosos” da ideologia da religião. Os bens religiosos do tipo individual ou comunitário são um motivo, entre outros, pelo qual a filiação pode ser atraente, e podem ser colocados mais ou menos em primeiro plano pelo grupo ao tentar atrair membros (se o fizer). Entretanto, eles não são a mesma coisa que ser membro. Em segundo lugar, os indivíduos geralmente usam meios religiosos pessoais para atingir objetivos religiosos sem ter escolhido conscientemente sua religião (p. ex., porque foram criados nela ou porque todos os outros seguem esta religião).

Bens comunitários religiosos

Passo agora aos bens sociais religiosos, ou seja, bens que, garantidamente, são “produzidos ou consumidos em interdependência com outros participantes, ou têm efeitos externos” (Esser, 2000b, p. 195). Os bens sociais não são perfeitamente divisíveis ou não são completamente exclusivos, e normalmente implicam algum tipo de “situação estratégica”. Devido à sua natureza social, eles não são produzidos e alocados em mercados, mas em outros tipos de sistemas sociais, como sistemas de interação, grupos sociais, organizações ou sociedades inteiras. O primeiro tipo que apresento é o *bem comunitário religioso*; estes bens são definidos como bens religiosos cuja produção só é possível quando se está com outras pessoas. “Os bens comunitários se originam na cooperação social dos participantes. E eles se originam apenas e *diretamente* por meio desse ato de cooperação” (Esser, 2000b, p. 170, grifo do autor). De certa forma, os bens comunitários são um objetivo em si mesmos; seu desempenho é o produto. Assim, os participantes que produzem e consomem, que estão no controle e que estão interessados nos bens, são os mesmos. Portanto, esses bens não são internamente divisíveis nem exclusivos e normalmente não apresentam problemas de alocação. Onde está o “problema” em tais situações? Está na *coordenação* dos esforços. Para dar um exemplo não religioso: ao dançar um tango, o problema não é de “produção” ou “alocação” – é de coordenação, de como colocar os corpos dos dançarinos em sincronia. As soluções para os problemas de coordenação são normalmente encontradas na cultura e nas instituições: convenções, regras, roteiros, papéis e afins são usados para organizar a produção conjunta do bem. Há muitos exemplos na esfera religiosa. Celebrações e costumes religiosos como a Páscoa, o Dong Zhi ou o Ramadã, rituais e sacramentos como o Shabat, cultos de fertilidade wiccanos, “batismo” raeliano, dança pentecostal extática ou o canto em um coral religioso podem ser vistos como bens comunitários nesse sentido. Eles podem ter os mais diversos “significados” religiosos e o sociólogo pode encontrar diferentes funções (p. ex. com Durkheim, a função “integrativa”), mas, em geral, não há dúvida de que o “produto” da atividade está no próprio desempenho. Também podemos ver facilmente como os problemas de coordenação com esses bens são resolvidos em diferentes casos. As celebrações religiosas geralmente têm liturgias (roteiros) que determinam a sequência dos eventos. Além disso, geralmente há alguém com uma função especial que supervisiona o processo, um mestre de cerimônia (p. ex., padres). Observe que uma teoria de mercado pode explicar por que um bem comunitário melhor atrai uma multidão maior de participantes. Mas ela *não* pode ser aplicada à situação do próprio sistema de interação, no qual o bem é produzido e *alocado em conjunto*.

Bens coletivos religiosos

Outro tipo de bem social é o *bem coletivo religioso*. Esses bens são também produzidos e consumidos em interdependência com outros participantes. No entanto, a diferença em relação aos bens comunitários é que a cooperação não é o objetivo em si, mas um meio para atingir um fim. Além disso, os “produtores” e os “consumidores” não

são necessariamente, como nos bens comunitários, os mesmos indivíduos. Isso ocorre porque os bens coletivos religiosos não são divisíveis ou exclusivos, nem internamente, nem externamente. Isso resulta em efeitos externos poderosos e incentivos importantes para os *free-riders*. O problema desses bens religiosos não é, portanto, de coordenação, mas de *produção*. Todos estariam em melhores condições se o bem fosse produzido, mas, da mesma forma, todos têm um incentivo para ser um *free-rider*, colocando em risco essa mesma produção. Um exemplo não religioso é o de uma associação de estudantes forte que defenda os interesses dos alunos. Como os benefícios dessa associação estão disponíveis para todos os alunos, independentemente de eles participarem e apoiarem a associação ou não, os indivíduos racionais tenderão a se aproveitar da situação. O efeito pode ser a não existência da associação. Há várias maneiras de resolver esse problema, e as mais importantes são grupos de pequeno porte, regras obrigatórias ou estímulos seletivos (Olson, 1977; Esser, 2000b, p. 199ss). Em seu famoso artigo, Iannaccone (1994) explicou por que igrejas rigorosas são fortes, ao mostrar que a rigorosidade é um problema de bem público. Podemos aplicar essa ideia a um conjunto ainda maior de fenômenos usando o conceito de bens coletivos religiosos. O primeiro exemplo é a simples existência material do grupo religioso, que permite que o indivíduo participe de celebrações (bens comuns) ou alcance algum tipo de bem religioso pessoal. O grupo, no entanto, precisa ser financiado, seus líderes religiosos precisam ser pagos, os prédios precisam ser alugados ou comprados etc. Para evitar o “*free-riding*”, muitos grupos religiosos institucionalizam normas obrigatórias para as contribuições financeiras dos membros (p. ex. dízimos, impostos da igreja). Os indivíduos que não honram suas obrigações podem ser excluídos do grupo. O segundo exemplo de um bem coletivo religioso pode ser visto na força cultural do grupo religioso. Uma emocionalidade marcante, profunda convicção e consenso sobre a existência de deuses e alta participação dos membros podem aumentar as possibilidades de seus membros alcançarem seus próprios bens de salvação pessoal. Se o grupo acredita firmemente, então eu mesmo posso acreditar mais facilmente. No entanto, essa força cultural só pode ser alcançada por meio de contribuições significativas dos membros em termos de tempo, energia e respeito ao consenso do grupo. Assim, indivíduos racionais podem tentar aproveitar sem contribuir; com isto, acabam se tornando *free-riders*. Eles gostam de ser membros de um grupo forte, mas podem não estar necessariamente preparados para “pagar” suas contribuições em termos de tempo e energia. É por isso que frequentemente encontramos normas rigorosas e aplicáveis em termos de participação e crença. Voltando à nossa pergunta sobre a aplicabilidade do modelo de mercado, vemos que os bens religiosos coletivos não são “vendidos” em mercados, mas são produzidos em conjunto, em *grupos ou organizações sociais*. No entanto, eles podem ter um efeito importante sobre a atratividade dos membros do grupo nos mercados religiosos.

Bens posicionais religiosos

O último tipo de bem que discutirei é o *bem posicional religioso*. Esses são bens e recursos que, por motivos lógicos ou técnicos, são escassos e não podem ser multiplicados.

Eles são exclusivos, ou seja, criam utilidade para seu usuário somente se outros indivíduos forem excluídos de seu uso. O jogo estratégico resultante não é de coordenação ou dilema, mas de *conflito*. Alguns exemplos não religiosos seriam: vencer um jogo de xadrez, conseguir o último lugar em um bote salva-vidas em um navio que está afundando ou ser membro da classe social dominante em um país. O problema com essas situações é que elas não podem ser resolvidas por meio de coordenação ou cooperação. Não há como os participantes chegarem a um acordo. As disputas estão fadadas a ocorrer até que um dos participantes saia vencedor. Para resolver esses conflitos, as normas repressivas, as relações de autoridade e as fortes sanções são, muitas vezes, os únicos meios possíveis (Esser, 2000b, p. 104). Bens religiosos posicionais importantes podem ser encontrados em diferentes níveis. No nível individual, encontramos o fato de que vários concorrentes podem lutar por posições de alto poder em grupos religiosos, como ser o líder do grupo, o sucessor do profeta, o papa etc. Isso ocorre principalmente quando não são estabelecidas regras claras de sucessão. Bons exemplos podem ser encontrados nas primeiras histórias do islã e das testemunhas de Jeová. No nível social, encontramos o fenômeno de que pode haver “constituições religiosas” formais ou informais que determinam quais meios e fins religiosos são legítimos e quais são desviantes. Alguns consumidores religiosos, membros, bens religiosos pessoais e sociais, são legítimos. Outros são desviantes e sancionados negativamente. As classes ou grupos dominantes defendem a constituição contra concorrentes que oferecem meios e bens de salvação diferentes em um esforço para obter legitimação. Essa é a eterna luta da religião “estabelecida” contra a religião “não estabelecida”, das “igrejas” contra as “seitas”, dos “sacerdotes” contra os “profetas” e “mágicos”, que Max Weber nos mostra em seu trabalho (p. ex., o conflito entre saduceus ou fariseus e o Jesus histórico). Observe que os bens posicionais não são produzidos em mercados, mas em sistemas de interação, grupos sociais, organizações ou até mesmo sociedades inteiras.

Colocando Max Weber e os autores da escolha racional em nossa estrutura

Onde encontramos os diferentes tipos de bens religiosos discutidos nos trabalhos de Stark e Bainbridge, Iannaccone e Weber? A Figura 1 mostra que, quando Iannaccone e Stark (em seu trabalho mais recente) falam sobre “mercados religiosos”, eles geralmente parecem se referir a “bens de filiação”: o fato de escolher uma determinada religião ou grupo religioso. Stark e Bainbridge, com seu conceito de “compensadores”, bem como Weber, com seu conceito de “bem de salvação”, podem ser encontrados na coluna “bem pessoal”. Aqui, o indivíduo usa os meios de salvação fornecidos institucionalmente para atingir as metas de salvação. Os bens pessoais religiosos também se aproximam da ideia de “mercadorias domésticas” no trabalho de Iannaccone, uma vez que os indivíduos muitas vezes tentam produzir esses bens por conta própria, usando seu próprio tempo, energia e capital religioso, bem como os meios de salvação dados pela instituição. O conceito de Iannaccone de bens religiosos como bens coletivos pode ser encontrado na quinta coluna; reconstruímos esses bens como um tipo de bem social religioso. Por

fim, o conceito de Weber de conflito de poder entre líderes religiosos é um caso de luta por bens religiosos posicionais na sexta coluna. É interessante notar que dois casos não foram descritos nem pelos adeptos da escolha racional, nem por Weber (em termos de bens): (1) o caso de bens de consumo religiosos em que os bens religiosos são trocados por dinheiro; e (2) bens comunitários religiosos em que o problema estratégico reside principalmente na coordenação dos esforços dos participantes.

Bens religiosos e sistemas de símbolos religiosos (religiões)

Seguindo nossa definição de religiões (ou sistemas de símbolos religiosos), é importante observar que as religiões consistem em muito mais do que apenas bens religiosos. Elas incorporam uma grande variedade de visões de mundo e práticas de vida que podem não ser vistas como bens religiosos. Por outro lado, é importante observar que as religiões geralmente não se limitam a oferecer apenas um único tipo dos bens religiosos que mencionamos. Na verdade, muitas vezes, elas incorporam todos eles de uma forma ou de outra. No catolicismo, por exemplo, encontramos bens de consumo como objetos de devoção (p. ex., imagens de santos), bens de filiação (o fato de ser oficialmente católico), bens pessoais (p. ex., sacramentos como o batismo, a eucaristia, penitência e reconciliação, graça e justificação, uma vida santa), bens comunitários (p. ex., a missa), bens coletivos (p. ex., a igreja em seus aspectos financeiros, estruturais e culturais) e bens posicionais (p. ex., se a igreja católica é um grupo dominante ou secundário em um determinado país). Obviamente, esses diferentes tipos de bens geralmente estão intimamente interligados. Por exemplo, um indivíduo pode adquirir bens pessoais, como uma vida santa, apenas sendo um membro (bem de filiação), participando da missa (bem comunitário) e pagando o imposto da igreja (bem coletivo). O participante pode fazer tudo isso sem pensar que está em um “mercado”. A força da estrutura proposta está em mostrar que os bens religiosos não são todos produzidos da mesma maneira e que diferentes situações e lógicas estão por trás de diferentes bens religiosos.

Bens religiosos e mercados religiosos: resumo

Definimos mercados como um conjunto de relações bilaterais de troca entre agentes (individuais ou coletivos), que fornecem e demandam bens. Os mercados funcionam de forma não planejada e anônima, e os participantes do mercado seguem apenas seus próprios interesses. Se começarmos com a tipologia proposta, onde os mercados são usados para trocar bens religiosos? Um mercado do tipo ideal pode ser encontrado com relação a *bens de consumo religiosos*. Esses bens podem, de fato, ser trocados de forma não planejada e anônima. *Os bens de filiação* são “trocados” nos mercados apenas em alguns casos. De fato, pode haver situações históricas em que indivíduos que buscam novos papéis de membro são “combinados” com grupos que oferecem estes papéis pelo que chamamos de “mercado religioso”. Em outros contextos históricos, entretanto,

os papéis de membro de um grupo religioso podem ser vistos simplesmente como “dados”, excluindo a utilidade do modelo de mercado. *Os bens pessoais religiosos* são normalmente adquiridos pela socialização, produzidos pelo indivíduo ou “recebidos” de líderes religiosos ou forças transcendentais. Embora sua produção possa incluir bens religiosos adquiridos em mercados (p. ex., bens de consumo e bens de filiação), eles não podem ser “comprados”. Geralmente (mas nem sempre) são produzidos ou recebidos por indivíduos que já são membros de um grupo religioso (por educação ou adesão). Todos *os bens sociais religiosos* envolvem ações racionais, mas não podem ser descritos pelo modelo de mercado. Os bens comunitários religiosos não envolvem uma troca bilateral anônima e não planejada de recursos, mas envolvem a produção conjunta de um bem religioso que normalmente é bem planejada (mesmo quando há elementos “improvisados”, como nos cultos religiosos pentecostais) e que envolve um conhecimento pessoal próximo. *Os bens coletivos religiosos e os bens posicionais religiosos* são, por natureza, indivisíveis, produzindo fortes efeitos externos. Portanto, seu funcionamento especial não pode ser descrito pelo modelo de mercado. Entretanto, a maneira como os respectivos problemas de coordenação, dilema ou conflito são resolvidos pode ter efeitos sobre a “atratividade” do grupo social no mercado de membros (se houver um). Grupos com reuniões marcantes, uma boa infraestrutura e alto poder no campo religioso podem ser mais atraentes para aqueles que procuram um grupo religioso.

Conclusão

Tentei mostrar como os conceitos weberianos e da escolha racional de bens religiosos, mercados religiosos e estruturas de autoridade religiosa podem ser integrados em uma estrutura teórica mais ampla. Ao distinguir os bens religiosos individuais (bens de consumo, de filiação e pessoais) e os bens religiosos sociais (bens comunitários, coletivos e posicionais), é fornecida uma estrutura teórica mais complexa do que nas teorias anteriores. Essa estrutura nos permite entender as circunstâncias em que os diferentes tipos de bens religiosos podem ser produzidos, os problemas típicos que podem surgir e as soluções encontradas. Especificamente, ela nos permite ver que os mercados são apenas um dos tipos de sistema social que regem a produção e a alocação de bens religiosos. Dependendo do tipo de bens, podemos verificar se os mercados representam ou não uma ferramenta explicativa útil para um determinado fenômeno religioso. Esse modelo também sugere que as posições que argumentam de forma geral “a favor” ou “contra” o modelo de mercado parecem ignorar a complexidade da produção e da alocação de bens religiosos.

Referências

AMMERMAN, Nancy Tatom. Religious Choice and Religious Vitality: The Market and Beyond. In: Lawrence A. Young (ed.) *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge, pp. 119-132, 1997.

BECKER, Gary. *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago: The University of Chicago Press, 1976.

BOUDON, Raymond. L'Éthique protestante de Max Weber: le bilan de la discussion. In: Raymond Boudon (ed.) *Études sur les sociologues classiques*. Paris: Presses Universitaires de France, pp. 55-92, 1998.

BOURDIEU, Pierre. Genèse et structure du champ religieux. *Revue française de sociologie* 12, pp. 295-334, 1971.

BRUCE, Steve. *Choice and Religion: A Critique of Rational Choice Theory*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

CHAVES, Mark. On the Rational Choice Approach to Religion. *Journal for the Scientific Study of Religion* 34(1), pp. 98-104, 1995.

COLEMAN, James S. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press, 1990.

COLLINS, Randall. Stark and Bainbridge, Durkheim and Weber: Theoretical Comparisons. In: Lawrence A. Young (ed.) *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge, pp. 161-180, 1997.

ELSTER, Jon. Introduction. In: Jon Elster (ed.) *Rational Choice*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 1-33, 1986.

ESSER, Hartmut. Why are Bridge Hypotheses Necessary? In: Hans-Pete Blossfeld and Gerald Prein (eds) *Rational Choice Theory and Large-Scale Data Analysis*. Boulder, CO: Westview Press, pp. 94-111, 1998.

ESSER, Hartmut. *Soziologie: Spezielle Grundlagen, vol. 1: Situationslogik und Handeln*. Frankfurt: Campus, 1999.

ESSER, Hartmut. *Soziologie: Spezielle Grundlagen, vol. 2: Die Konstruktion der Gesellschaft*. Frankfurt: Campus, 2000a.

ESSER, Hartmut. *Soziologie: Spezielle Grundlagen, vol. 3: Soziales Handeln*. Frankfurt: Campus, 2000b.

ESSER, Hartmut. *Soziologie: Spezielle Grundlagen, vol. 4: Opportunitäten und Restriktionen*. Frankfurt: Campus, 2000c.

HAMILTON, Malcolm. Religion and Rational Choice. In: Malcolm Hamilton (ed.) *The Sociology of Religion: Theoretical and Comparative Perspectives*, (2nd edn). London: Routledge, pp. 215-228, 2001.

IANNACCONE, Laurence R. Religious Practice: A Human Capital Approach. *Journal for the Scientific Study of Religion* 29(3), pp. 297-314, 1990.

IANNACCONE, Laurence R. The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith and the Economics of Religion. *Rationality and Society* 3(2), pp. 156-177, 1991.

IANNACCONE, Laurence R. Religious Markets and the Economics of Religion. *Social Compass* 39(1), pp. 123-131, 1992.

IANNACCONE, Laurence R. Why Strict Churches Are Strong. *American Journal of Sociology* 99(5), pp. 1180-1211, 1994.

IANNACCONE, Laurence R. Voodoo Economics? Reviewing the Rational Choice Approach to Religion. *Journal for the Scientific Study of Religion* 34(1), pp. 76-89, 1995.

LECHNER, Frank J. Secularization in the Netherlands? *Journal for the Scientific Study of Religion* 35(3), pp. 252-264, 1996.

LINDENBERG, Siegwart. Social Production Functions, Deficits, and Social Revolutions: Prerevolutionary France and Russia. *Rationality and Society* 1(1), pp. 51-77, 1989.

LINDENBERG, Siegwart. Rationalität und Kultur: Die verhaltenstheoretische Basis des Einflusses von Kultur auf Transaktionen. In: Hans Haferkamp (ed.) *Sozialstruktur und Kultur*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, pp. 249-287, 1990.

LINDENBERG, Siegwart. The Extension of Rationality: Framing Versus Cognitive Rationality. In: Jean Baechler, François Chazel and Ramine Kamrane (eds) *L'acteur et ses raisons: Mélanges en l'honneur de Raymond Boudon*. Paris: Presses Universitaires de France, pp. 168-204, 2000.

OLSON, Mancur. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1977.

SCHLUCHTER, Wolfgang. *Religion und Lebensführung*, vol. 2: Studien zu Max Webers Religions- und Herrschaftssoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991.

STARK, Rodney. Micro Foundations of Religion: A Revised Theory. *Sociological Theory* 17(3), pp. 264-289, 1999.

STARK, Rodney and Bainbridge, William Sims. Towards a Theory of Religion: Religious Commitment. *Journal for the Scientific Study of Religion* 19, pp. 114-128, 1980.

STARK, Rodney and Bainbridge, William Sims. *The Future of Religion*. Berkeley: University of California Press, 1985.

STARK, Rodney and Bainbridge, William Sims. *A Theory of Religion*. New York: Peter Lang, 1989.

STARK, Rodney and Iannaccone, Laurence, R. A Supply-Side Reinterpretation of the Secularization of Europe. *Journal for the Scientific Study of Religion* 33(3), pp. 230-252, 1994.

STOLZ, Jörg. Secularization theory and rational choice. An integration of micro- and macro-theories of secularization using the exemple of Switzerland. In: Pollack, Detlef and Olson, Daniel V.A. (ed.) *The Role of Religion in Modern Societies*. New York: Routledge, pp. 249-270, 2007.

TYRELL, Hartmann. 'Das Religiöse'. In: Max Webers Religionssoziologie. *Saeculum* 43, pp. 172-230, 1992.

WEBER, Max. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkeley: University of California Press, 1978.

WEBER, Max. *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), 1988.

WEBER, Max. *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: J.C.B. Mohr, 1985.

Recebido em: 07/10/2023

Aprovado em: 18/11/2023

Editor responsável: Fábio L. Stern