

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**PEDRO HENRIQUE COUTO DA SILVA**

**A INSERÇÃO DE ORGANIZAÇÕES RELIGIOSAS NO MERCADO  
AUDIOVISUAL: ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO E FALHA DE CONTRATO**

**Porto Alegre**

**2018**

**PEDRO HENRIQUE COUTO DA SILVA**

**A INSERÇÃO DE ORGANIZAÇÕES RELIGIOSAS NO MERCADO  
AUDIOVISUAL: ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO E FALHA DE CONTRATO**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Stefano Florissi

**Porto Alegre**

**2018**

### CIP - Catalogação na Publicação

Silva, Pedro Henrique Couto da

A inserção de organizações religiosas no mercado audiovisual: assimetria de informação e falha de contrato / Pedro Henrique Couto da Silva. -- 2018. 49 f.

Orientador: Stefano Florissi.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Informação Assimétrica. 2. Falha de Contrato. 3. Economia da Religião. 4. Igreja Universal do Reino de Deus. 5. Mercado Audiovisual. I. Florissi, Stefano, orient. II. Título.

**PEDRO HENRIQUE COUTO DA SILVA**

**INSERÇÃO DE ORGANIZAÇÕES RELIGIOSAS NO MERCADO AUDIOVISUAL:  
ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO E FALHA DE CONTRATO**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Aprovada em: Porto Alegre, 4 de dezembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Stefano Florissi – Orientador  
UFRGS

---

Prof. Dr. Fabian Scholze Domingues  
UFRGS

---

Prof. Dr. Sabino da Silva Pôrto Júnior  
UFRGS

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha mãe, Maria Cristina, por ter me ensinado a dar valor ao estudo e me apoiado em todos esses anos de faculdade. E agradeço a meu orientador, Stefano Florissi, pelo seu imprescindível direcionamento na elaboração deste trabalho.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal discutir o mecanismo que promove o conteúdo religioso no mercado de mídia, analisando o caso da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) no setor audiovisual. Para isso, busca-se elucidar a lógica por trás do caráter especial do mercado religioso em relação à assimetria de informação e tributos. Sustenta-se a hipótese de que a informação assimétrica inerente aos serviços prestados por uma organização religiosa pode lhe conferir grande influência sobre seus consumidores, assim como a possibilidade de não cumprir o que com eles foi combinado, gerando o que a literatura chama de “falha de contrato” ou “risco moral” (ARROW, 1963; HANSMANN, 1980). Uma das consequências da falha de contrato seria a inserção da IURD no setor audiovisual, pois estaria financiando empreendimentos seculares em detrimento das funções da igreja. Além disso, sua imunidade tributária lhe conferiria vantagem competitiva em setores seculares. Assim, procurou-se descrever, com base na literatura, legislação e dados quantitativos pertinentes, o fenômeno da expansão da IURD para o setor audiovisual (televisão e cinema) à luz da teoria da falha de contrato. Observou-se que o mercado religioso é suscetível à falha de contrato em virtude da natureza de suas transações e porque não possui uma restrição clara de distribuição de lucros. Isso pode aumentar o questionamento sobre a Igreja Universal à medida que amplia sua participação em setores seculares, e afetar a credibilidade do mercado religioso. Finalmente, sugere-se, a fim de minimizar a falha de contrato, uma maior regulamentação estatal, mas não via oferta de serviços religiosos ou imposição de barreiras a novos entrantes. O Estado deveria garantir maior transparência do setor e instituir uma restrição clara de distribuição de lucros.

**Palavras-chave:** Informação Assimétrica. Falha de Contrato. Economia da Religião. Igreja Universal do Reino de Deus. Mercado Audiovisual.

## ABSTRACT

The main aim of this work is to discuss the mechanism that promotes religious content in the media market, by examining the case of the Universal Church of the Kingdom of God (UCKG) in the audiovisual sector. For this reason, it pursues to clarify the logic behind the religious market's special character in relation to the asymmetry of information and taxation. This study supports the hypothesis that the asymmetric information inherent in the services provided by a religious organization may give it powerful influence on its consumers, as well as the possibility of failing to deliver them what was agreed, generating what the literature calls "contract failure" or "moral hazard" (ARROW, 1963; HANSMANN, 1980). One of the consequences of the contract failure would be the UCKG's entry to the audiovisual sector, since it would be funding secular enterprises over church's activities. Therefore, this research tried to describe, based on pertinent literature, legislation and quantitative data, the phenomenon of UCKG's expansion into the audiovisual market (television and cinema) in the light of contract failure theory. It was observed that the religious market is vulnerable to contract failure due to its transactions' nature and because it has no clear non-distribution constraint of profits. This may increase the questions about the Universal Church as its share of the religious and secular market grows, and also affect the credibility of the religious market. Finally, this work suggests higher state regulation in order to minimize the effect of the contract failure, but not by offering public religious services or imposing barriers to new entrants. The state should guarantee higher transparency and establish a clear non-distribution constraint.

**Keywords:** Asymmetric Information. Contract Failure. Economics of Religion. Universal Church of the Kingdom of God. Audiovisual Market.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comparecimento <i>versus</i> concentração .....	14
Figura 2 – Filiação religiosa nos Estados Unidos da América.....	18
Figura 3 – Percentual da população brasileira por grupos de religião (1970-2010).....	27
Figura 4 – Percentual de evangélicos brasileiros por subgrupo religioso (1980-2010).....	28
Figura 5 – Frequência religiosa de católicos e evangélicos no Brasil .....	29
Figura 6 – Percentual de Tempo de Programação da TV Aberta por Gêneros Dominantes (2012 a 2016).....	39
Figura 7 – Percentual de Tempo de Programação do Gênero Religioso de Origem Brasileira na TV Aberta por Emissora (2016).....	39



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – 10 maiores organizações religiosas do Brasil por adeptos em 2000/2010 .....	30
Tabela 2 – Participação de mercado das emissoras de TV aberta em 2016.....	38
Tabela 3 – Maiores bilheterias de filmes brasileiros de 1995-2017 .....	40
Tabela 4 – Maiores bilheterias de filmes lançados em 2016.....	41
Tabela 5 – Maiores bilheterias de filmes lançados em 2018.....	41

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Ancine	– Agência Nacional de Cinema
CFC	– Conselho Federal de Contabilidade
CNT	– Central Nacional de Televisão
Coaf	– Conselho de Controle de Atividades Financeiras
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IURD	– Igreja Universal do Reino de Deus
NORC	– National Opinion Research Center at the University of Chicago
PMI	– Preço Médio do Ingresso
RWB	– Reporters Without Borders
SBT	– Sistema Brasileiro de Televisão

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
2.1	ECONOMIA DA RELIGIÃO.....	13
2.2	FALHA DE CONTRATO .....	16
2.2.1	Informação assimétrica.....	19
2.2.2	Minimizadores da falha de contrato .....	19
2.2.3	Entidades sem fins lucrativos.....	20
2.2.4	Sinalizações de cumprimento de contrato .....	24
<b>3</b>	<b>MERCADO RELIGIOSO PENTECOSTAL E A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS .....</b>	<b>26</b>
3.1	MERCADO RELIGIOSO PENTECOSTAL.....	26
3.2	IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS.....	29
3.2.1	Falha de contrato .....	30
3.2.2	Restrição de distribuição de lucros.....	34
<b>4</b>	<b>A INSERÇÃO DA IURD NO MERCADO AUDIOVISUAL .....</b>	<b>37</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>43</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde 2012, o gênero “Religioso” é o mais exibido na televisão aberta brasileira. Em 2015, esse tipo de conteúdo ultrapassou um quinto do total programação televisiva e, em 2016, chegou a 25%, seguido por “Telejornal” (15%) e “Série” (11,9%) (AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA – ANCINE, 2017c). As principais emissoras a veicularem pregação religiosa são CNT (com 90% do total de programas), RedeTV (44%), RecordTV (23%), Band (16%) e TV Gazeta (16%).

Geralmente, os programas religiosos são coproduções de igrejas e emissoras de TV: os canais arrendam horários em suas grades de programação para organizações religiosas, principalmente pentecostais, que exibem cultos, missas e outros conteúdos da chamada “Igreja Eletrônica”. Além da compra de horário, algumas denominações e líderes religiosos possuem suas próprias emissoras, por exemplo, a Rede Mundial (Igreja Mundial do Poder de Deus), TV Aparecida (Igreja Católica) e, o caso mais notório, a RecordTV, pertencente ao líder da denominação neopentecostal Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

A excepcionalidade da RecordTV e da IURD ocorre porque a primeira é uma das três maiores emissoras do Brasil (INTERVOZES; REPORTERS WITHOUT BORDERS – RWB, [2017]) e a segunda está entre as cinco maiores igrejas (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, [201-b]). Além disso, os líderes da Igreja Universal possuem uma ampla rede de mídia, com emissoras de TV e rádio, estúdio de cinema, revistas, jornais, editora, gravadora, portais de Internet. Parte dessas empresas está no Grupo Record, um dos maiores conglomerados de mídia do país (INTERVOZES; RWB, [2017]). Desse modo, são levantadas questões sobre que fatores contribuem para a expansão da Igreja Universal do Reino de Deus para a TV aberta e o Cinema e quais as possíveis consequências disso.

Este trabalho tem como hipótese que a informação assimétrica inerente aos serviços prestados por uma entidade religiosa pode lhe permitir não cumprir o que foi combinado com os consumidores, gerando o que a literatura chama de “falha de contrato” ou “risco moral” (ARROW, 1963; HANSMANN, 1980). Nesse sentido, uma manifestação da falha de contrato seria a inserção da IURD no setor audiovisual, pois a instituição religiosa estaria financiando empreendimentos seculares em detrimento das funções da igreja, para as quais foram destinadas as doações de seus fiéis.

O objetivo principal deste trabalho é analisar o fenômeno da expansão da Igreja Universal do Reino de Deus para o setor audiovisual sob a ótica da teoria da falha de contrato. Como objetivos secundários, procura-se: 1) revisar a literatura econômica sobre o mercado religioso; 2) revisar a literatura sobre assimetria de informação e falha de contrato; 3) revisar a evolução do mercado pentecostal e da IURD no Brasil; 4) descrever a estrutura do mercado audiovisual brasileiro e a inserção da Igreja Universal nele.

Após a introdução, o segundo capítulo desta monografia é o “Revisão da literatura”, no qual será revisada a teoria econômica pertinente. Iniciar-se-á analisando a chamada Economia da Religião, disciplina que pressupõe as forças do mercado como capazes de restringir os produtores religiosos e de levar a eficiência e pluralismo religiosos (SMITH, [1776] 1996; IANNACCONE, 1991; OLIVEIRA; CORTES; BALBINOTTO NETO, 2011).

A Economia da Religião, entretanto, desconsidera que informação assimétrica inerente às transações religiosas pode comprometer a eficiência desse mercado. Desse modo, no capítulo mencionado, também será revisada a teoria da falha de contrato, segundo a qual, em determinados mercados com assimetria de informação, é difícil para o consumidor verificar se o contrato foi cumprido, impô-lo ao ofertante e pedir ressarcimento caso contrário (ARROW, 1963; HANSMANN, 1980).

O capítulo 3, “Mercado religioso pentecostal e a Igreja Universal do Reino de Deus”, com base na literatura, legislação e dados do IBGE e da Ancine, será uma análise do mercado pentecostal e da IURD no Brasil sob a luz da teoria da falha de contrato. Do mesmo modo, no capítulo 4, “A inserção da IURD no mercado audiovisual”, será examinada a expansão da IURD na televisão aberta e no cinema.

Finalmente, no último capítulo serão apresentadas as “Conclusões”.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ECONOMIA DA RELIGIÃO

A Economia da Religião é uma disciplina que busca explicar o comportamento religioso através da Teoria da Escolha Racional, baseada nas premissas de que: o indivíduo religioso maximiza sua utilidade, comparando custos e benefícios e fazendo a escolha que vai maximizar os seus benefícios; as preferências dos indivíduos são parecidas e estáveis; e a interação das ações individuais leva o mercado ao equilíbrio (OLIVEIRA; CORTES; BALBINOTTO NETO, 2011).

Iannaccone (1991) resgatou um capítulo geralmente ignorado de A Riqueza das Nações de Adam Smith, para formular uma teoria econômica das instituições religiosas (que deu origem à Economia da Religião), segundo a qual o mercado religioso é como qualquer outro mercado. Assim, a concorrência levaria as igrejas, motivadas por interesse próprio, a produzir o melhor bem ou serviço religioso possível, enquanto a regulação governamental geraria uma diminuição na qualidade e no consumo de religião.

Da mesma forma que outros professores, também os mestres [religiosos] [...] podem, para sua subsistência, depender inteiramente das contribuições voluntárias de seus ouvintes; ou então prover sua subsistência de algum outro fundo que a lei de seu país lhes pode assegurar [...]. Sua aplicação, seu zelo e operosidade serão provavelmente muito maiores no primeiro caso do que no último. (SMITH, [1776] 1996, p. 249).

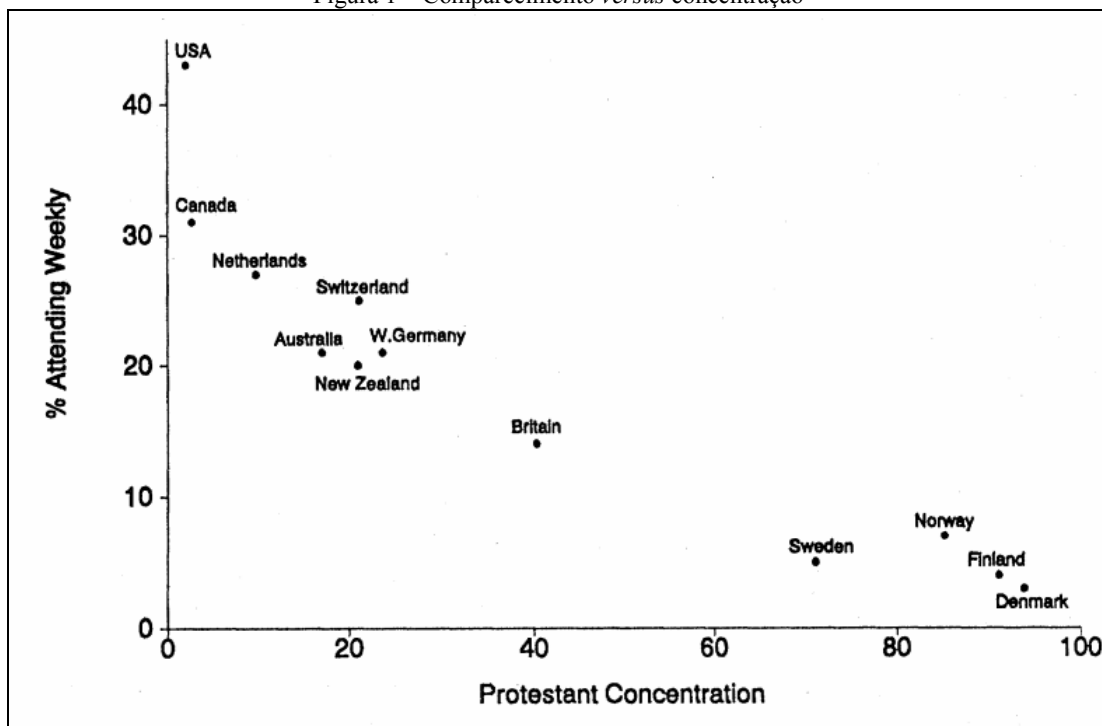
Smith assevera que o país cujo governo patrocinasse uma religião específica não só teria o mercado religioso concentrado, como essa denominação religiosa alocaria recursos ineficientemente. Para ele, os produtos religiosos oferecidos por uma concorrente sem financiamento público seriam mais atraentes e, ao se sentir ameaçada, a religião “oficial” usaria a sua influência política para silenciar a rival. Se, ao contrário, nenhuma religião possuísse benefícios do Estado, haveria maior número de igrejas e elas se esforçariam mais para atrair fiéis. Então, a concorrência religiosa aumentaria o grau de religiosidade, que pode ser medido pela crença e comparecimento em igrejas (IANNACCONE, 1991).

Segundo Smith, se um determinado governo nunca tivesse apoiado uma religião específica:

[...] provavelmente teria tratado com igualdade e imparcialidade todas as diversas seitas, deixando cada um escolher livremente seus próprios sacerdotes e sua própria religião, como achasse melhor. Nesse caso, certamente teria havido uma imensidade de seitas religiosas. [...] Cada mestre, sem dúvida, sentir-se-ia obrigado a empenhar-se ao máximo, recorrendo a todos os meios para preservar e para aumentar o número de seus discípulos. Mas, já que todos os outros mestres sentiriam a mesma necessidade, não poderia ser muito grande o sucesso de nenhum mestre ou grupo de mestres. (SMITH, [1776] 1996, p. 253).

Iannaccone (1991; 1998) testou a relação entre pluralismo e participação religiosa para o Protestantismo (ver Figura 1). Ele constatou uma relação acentuadamente negativa entre frequência religiosa e concentração do mercado religioso, reparando que, nos Estados Unidos, onde há garantias constitucionais à competição religiosa, a participação religiosa é de 40% frente aos 10% dos países escandinavos, onde o Estado costuma favorecer a Igreja Luterana. Outros índices de religiosidade, como fé em Deus, frequência de orações, confiança na religião, são maiores em países com inúmeras denominações concorrentes do que naqueles que têm uma religião predominante.

Figura 1 – Comparecimento *versus* concentração<sup>1</sup>



Fonte: Iannaccone (1991).

Nota: Países mais de 80% católicos foram omitidos.

<sup>1</sup> Eixo vertical: Porcentagem de participação religiosa. Eixo horizontal: Concentração do mercado protestante.

O autor mencionado também concluiu que, domesticamente, o nível de religiosidade é maior nas pequenas igrejas do que na igreja predominante, que recebe apoio do governo. Mesmo quando não há uma igreja patrocinada pelo Estado, o nível de participação religiosa é maior nos mercados em que as denominações possuem pequena participação de mercado (FINKE, GUEST, STARK, 1996<sup>2</sup> apud IANNACCONE, 1998).

Percebe-se que a visão da Economia da Religião sobre regulação governamental parece ser dicotômica: de um lado, livre concorrência e, de outro, uma religião patrocinada pelo Estado. Este trabalho pretende discutir outras formas de regulamentação e se elas não seriam necessárias para garantir a concorrência e a eficiência do mercado.

Conforme Iannaccone (1991), a teoria econômica da religião se concentra no tratamento da religião como *commodity*, ou seja, ela não seria uma característica como raça e gênero, mas uma escolha. Desse modo, a liberdade de escolha dada a um indivíduo racional, que é capaz de comparar diversas religiões, restringiria os produtores religiosos de modo a ofertarem a *commodity* mais atrativa. Então, “[...] na medida em que o mercado religioso é perfeitamente competitivo, o custo de prover uma *commodity* atrativa leva as firmas religiosas à eficiência produtiva e lucro (extra) zero”<sup>3</sup> (IANNACCONE, 1991, p. 158, tradução nossa).

A liberdade de se escolher uma religião como qualquer outro bem ou serviço parece, entretanto, pressupor um mercado pluralista e composto majoritariamente por denominações com tradições comuns, como no caso da tradição judaico-cristã. Num mercado com uma igreja predominante ou com denominações que se distanciam das doutrinas da maioria das igrejas (como o Islamismo e religiões de matriz africana), essa liberdade de escolha parece se reduzir. Ou seja, não está claro se o pluralismo religioso é consequência ou causa da commoditização da religião.

Assim, obviamente uma religião ou tradição religiosa que permite várias denominações seria mais eficiente do que uma religião predominante, pois promoveria a concorrência e os consumidores teriam maior liberdade de trocar de igreja. Isso não significa,

---

<sup>2</sup> FINKE, Roger; GUEST, Avery M.; STARK, Rodney. Mobilizing local religious markets: religious pluralism in the empire state, 1855 to 1865. **American Sociological Review**, p. 203-218, 1996.

<sup>3</sup> “[...] to the extent that the religious market is perfectly competitive, the cost of providing an attractive commodity drives religious firms toward efficient production and zero (excess) profits.” (IANNACCONE, 1991, p. 158).



entretanto, que tais denominações não poderiam atuar em grupo para cooptar o governo e legislar em detrimento de outras religiões, tradições religiosas e até mesmo não-religiosos.

Iannaccone (1991) admite que a predominância de uma religião leva à ineficiência produtiva, por ser geralmente causada pela regulação (patrocínio) estatal. Para o autor, o estado natural do mercado religioso seria a concorrência, pois o monopólio seria provocado por coerção (estatal) e praticamente inexistiriam barreiras de capital e custos a entrantes. Se isso for verdade, questiona-se a lógica por trás de um governo adotar uma religião oficial.

Segundo Smith ([1776] 1996), a desregulação (ou a imparcialidade religiosa do Estado) leva a um mercado religioso plural e, por isso, sem fanatismos e conflitos. Entretanto, o autor sugere que o político decide se associar a uma religião em caso de atritos político e religioso, o que só poderia ocorrer em cenários com duas ou três religiões predominantes.

Períodos de violenta controvérsia religiosa geralmente têm sido também períodos de dissensões políticas igualmente violentas. Em tais ocasiões, todo partido político constatou ou imaginou que atendia a seus interesses ligar-se a uma ou outra das seitas religiosas contendoras. [...] A seita que tivesse a felicidade de estar ligada ao partido vencedor necessariamente partilhava da vitória de seu aliado, mediante cujo favor e proteção tinha logo condições, até certo ponto, de silenciar e subjugar todos os seus adversários. (SMITH, 1996, p. 252).

Desse modo, questiona-se se a concentração religiosa não aconteceria mesmo sem desregulação religiosa e, observando esse movimento, o político não escolhesse uma seita para se associar (ou ela o escolhesse).

Oliveira, Cortes e Balbinotto Neto (2011) sublinham que a Teoria da Escolha Racional é a simplificação de uma realidade complexa para possibilitar a mensuração do comportamento religioso. Desse modo, esta monografia destaca que uma das simplificações diz respeito à supressão da incerteza sobre a qualidade ou da informação imperfeita inerente ao mercado religioso. Isso é importante discutir porque a assimetria de informação prejudica a capacidade do indivíduo de comparar custos e benefícios e, conseqüentemente, a estabilidade das preferências e o equilíbrio do mercado.

## 2.2 FALHA DE CONTRATO

Hansmann (1980; 1987) procurou explicar por que, em certos setores, entidades sem fins lucrativos têm maior participação de mercado do que entidades com fins lucrativos. Existem duas teorias diferentes sobre esse assunto. A primeira está centrada em problemas de agência, informação assimétrica, ou “falha de contrato”. Ou seja, determinados mercados

possuem complexidades que impedem os consumidores de julgar o desempenho da firma. Assim, por não poderem distribuir seus lucros entre administradores e acionistas, empresas sem fins lucrativos têm menos incentivos para serem oportunistas e, conseqüentemente, maior credibilidade.

A segunda teoria afirma que a predominância de entidades sem fins lucrativos em certos mercados está relacionada a subsídios implícitos e explícitos recebidos por elas, como isenção fiscal. Sem isso, as ineficiências inerentes a tais firmas as fariam perder participação de mercado para empresas com fins lucrativos (FAMA; JENSEN, 1983<sup>4</sup> apud HANSMANN, 1987).

Segundo Hansmann (1980), as três condições mais importantes, para que uma empresa forneça bens e serviços em quantidade e preço que levem à máxima eficiência social, são as que o consumidor, sem custo ou esforço excessivo, possa:

[...] (a) fazer uma comparação precisa e razoável de produtos e preços de diferentes firmas antes de qualquer compra ser feita; (b) chegar num acordo claro com a firma escolhida a respeito dos bens ou serviços que a firma oferece e o preço a ser pago, e (c) determinar posteriormente se a firma cumpriu com o acordo resultante e obter ressarcimento caso contrário.<sup>5</sup> (HANSMANN, 1980, p. 843, tradução nossa).

Geralmente, mercados industriais e agrícolas cumprem bem essas três condições, o que não o é caso para determinados bens e serviços, ocorrendo o que Hansmann chama de “falha de contrato”.

A falha de contrato também pode acontecer através do envolvimento da igreja com a política, seja com recursos financeiros, seja utilizando a estrutura e o alcance do templo para promover partidos políticos. Conforme Hout e Fischer (2002), controvérsias conectando política e religião são um dos motivos que contribuíram para o crescimento do número de “desigrejados” (pessoas que não pertencem a instituições religiosas, podendo ou não ter alguma crença) desde a década de 1990 nos Estados Unidos (ver Figura 2). Os autores concluem que, à medida que os americanos passaram a tomar mais partido em questões

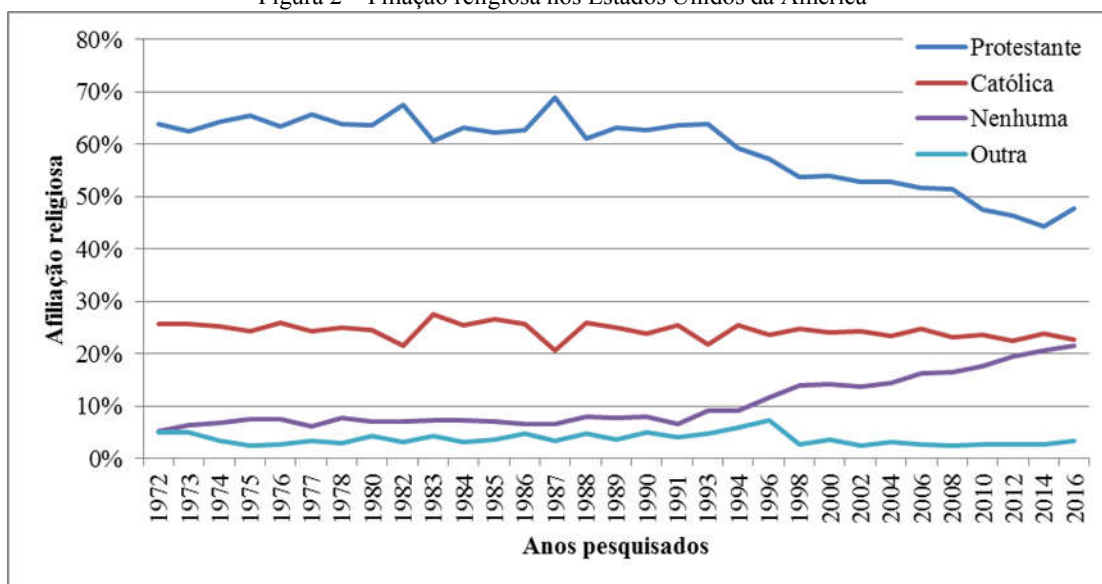
---

<sup>4</sup> FAMA, Eugene F.; JENSEN, Michael C. Separation of ownership and control. **The journal of law and Economics**, v. 26, n. 2, p. 301-325, 1983.

<sup>5</sup> [...] (a) make a reasonably accurate comparison of the products and prices of different firms before any purchase is made, (b) reach a clear agreement with the chosen firm concerning the goods or services that the firm is to provide and the price to be paid, and (c) determine subsequently whether the firm complied with the resulting agreement and obtain redress if it did not. (HANSMANN, 1980, p. 843)

culturais (como o aborto), as instituições religiosas passaram a ser relacionadas ao Partido Republicano, o que pode ter levado os moderados e esquerdistas a preferirem não ter religião.

Figura 2 – Filiação religiosa nos Estados Unidos da América



Fonte: Elaborado pelo autor com base em National Opinion Research Center at the University of Chicago – NORC [2017?].

Além disso, existe uma discussão importante se as entidades sem fins lucrativos tornam-se predominantes em certos mercados apenas por causa da falha de contrato ou também por causa do tratamento tributário que recebem, como imunidades e isenções. Hansmann (1987) encontrou uma relação direta entre imposto regional e participação de mercado das entidades sem fins lucrativos, indicando que a imunidade tributária as beneficia em detrimento das entidades com fins lucrativos. Isso assinala que a inserção de igrejas, que recebem imunidade tributária, em setores seculares pode representar uma concorrência desleal.

Chou (2002) testou a teoria da falha de contrato analisando o caso de asilos com e sem fins lucrativos num cenário com informação assimétrica. O estudo indicou que asilos sem fins lucrativos, nesse contexto, oferecem serviços de melhor qualidade do que asilos com fins lucrativos.

Hirth (1999) encontrou evidências de que a vantagem comparativa em credibilidade das entidades sem fins lucrativos seleciona consumidores desproporcionalmente mal informados. Além disso, como os “mal-informados” tendem a se aglomerar na fatia do mercado sem fins lucrativos, a probabilidade de as empresas com finalidade lucrativa

entregarem a qualidade prometida aumenta. Ou seja, a credibilidade do setor sem fins lucrativos se alastra para o mercado, a não ser que a restrição de distribuição de lucros seja fraca. Assim, pode-se entender que, num ambiente com informação assimétrica e sem restrição de distribuição, a falta de credibilidade na qualidade dos bens e serviços contratados tende a contaminar o mercado inteiro.

### **2.2.1 Informação assimétrica**

A falha de contrato é causada por problemas de informação assimétrica que acontecem quando um lado do mercado tem mais informação do que o outro, dando-lhe incentivos para não se comportar conforme o contrato estabelecido. Por exemplo, o tomador de um empréstimo sabe mais sobre a sua capacidade de pagá-lo do que o prestador; o segurado conhece mais o nível de risco de seu próprio comportamento do que a companhia de seguros; o vendedor entende mais o produto vendido do que o comprador; e o candidato a uma vaga de emprego tem mais informação sobre as suas capacidades do que o potencial empregador (LÖFGREN; PERSSON; WEIBULL, 2002). Isso sugere que a competição pode não oferecer disciplina suficiente para os produtores, diminuindo o bem-estar do consumidor (ARROW, 1963; HANSMANN, 1980).

### **2.2.2 Minimizadores da falha de contrato**

O banco de microcrédito de Bangladesh, o *Grameen Bank*, seleciona um grupo de cinco tomadores de microcrédito que se responsabilizarão solidariamente pelo seu pagamento, mas apenas dois receberão o empréstimo para seus projetos. O restante só terá seu crédito aprovado se os dois primeiros conseguirem cumprir o contrato. Isso cria um incentivo para o grupo autofiscalizar seu comportamento. Caso contrário, haveria a exclusão, pelo Sistema Financeiro, de tomadores com perfil de risco (BRAGA, TONETO JUNIOR, 2000).

Ao analisar o relacionamento médico-paciente, Arrow (1963) constatou que o médico possui muito mais conhecimento sobre o serviço (tratamento e consequências da doença) do que o paciente, que não é capaz de avaliar corretamente a utilidade que obteve de sua compra. Assim, uma forma de minimizar a falha de contrato inerente à transação é o controle por uma terceira parte, o qual pode se dar através, por exemplo, do controle institucional, como exigências de formação e licença para o exercício da medicina.

Nesse sentido, segundo Hansmann (1980), para minimizar a falha de contrato, o Estado geralmente impõe uma restrição de distribuição de lucros. Desse modo, uma entidade sem fins lucrativos é aquela que é proibida de distribuir seu ganho líquido entre os indivíduos que a controlam, pois este deve ser retido para financiar a produção futura. Tal regulamentação parece ser suficiente para criar os incentivos para minimizar a assimetria de informação do mercado religioso pentecostal.

### **2.2.3 Entidades sem fins lucrativos**

O estudo de Salamon e Anheier (1992) procura a melhor definição para o “setor não-lucrativo” ou “terceiro setor”. A “definição legal” de entidade sem fins lucrativos está relacionada à isenção ou imunidade tributária concedida pelo Estado, que geralmente (mas não necessariamente) impõe uma restrição de distribuição de lucros como contrapartida. Pela “definição econômica”, uma entidade sem fins lucrativos é aquela cuja receita deve apenas cobrir os custos e a maior parte da receita deve vir de doações e não de vendas de bens e serviços. A “definição funcional” se baseia na missão da entidade, que tem como propósito a busca do bem-estar da sociedade.

Para os autores, a definição legal não é a melhor, porque a legislação depende da interpretação e varia entre os países. A definição econômica é estreita e deixa várias entidades sem fins lucrativos, como hospitais e universidades, fora do terceiro setor. Ao contrário da definição econômica, a definição funcional é demasiado abrangente, já que os mais diferentes tipos de empresas podem buscar o “bem comum”.

Salamon e Anheier (1992) consideram, então, o que chamam de “definição estrutural/operacional” a melhor para o setor não-lucrativo, segundo a qual fazem parte do terceiro setor instituições privadas, sem distribuição de lucros, auto-administradas e com algum grau de voluntariado (trabalho voluntário e doações, por exemplo). Dentro desta definição encontra-se o conceito de Hansmann (1980), baseado na restrição de distribuição de lucros.

As instituições religiosas brasileiras cumprem três dos quatro critérios da definição estrutural/operacional de Salamon e Anheier. Sobre a não-distribuição de lucros, há uma indefinição, pois não está claro se este minimizador de informação assimétrica é utilizado no mercado religioso brasileiro.

Sobre a origem da receita das entidades sem fins lucrativos, Hansmann (1980) as divide, no que se refere ao financiamento, em “donativas” e “comerciais”. As primeiras relacionam-se com organizações de assistência aos necessitados, como o Exército da Salvação e a Cruz Vermelha Americana; e as segundas são aquelas em que a maior parte de sua receita vem de valores cobrados por bens e serviços, como asilos e hospitais. Mas, segundo o autor, nem todas as entidades sem fins lucrativos enquadram-se puramente em uma ou outra categoria, ou seja, há aquelas que se baseiam fortemente em doações, assim como em cobrança de bens e serviços, como a maioria das universidades estadunidenses. Este parece ser o caso de denominações pentecostais como a IURD, já que sua receita é composta de doações, mas também da venda de livros, chaveiros, camisetas etc.

Sobre a natureza dos serviços prestados por entidades donativas, Hansmann especifica:

[...] as contribuições feitas a entidades sem fins lucrativos podem ser vistas simplesmente como, de certo modo, pagamentos por serviços a serem prestados. Eles diferem dos pagamentos comuns por bens e serviços obtidos no mercado somente em não haver, geralmente, nenhum contrato individual bem definido, explícito ou implícito, entre o comprador e a organização que especifica o exato serviço que a organização deve fornecer considerando o pagamento do comprador.<sup>6</sup> (HANSMANN, 1980, p. 873, tradução nossa).

As empresas sem fins lucrativos geralmente são produtoras de bens e serviços cujos consumidores não são as mesmas pessoas que os compradores. Assim, a distribuição de lucros seria um forte incentivo para que essas empresas não oferecessem seus bens e serviços aos consumidores da maneira acordada com os compradores (HANSMANN, 1980). O Estado atua, então, como a terceira parte que exerce controle institucional para atingir o equilíbrio de mercado. Por isso, em determinados mercados, entidades sem fins lucrativos (ou seja, com restrição de distribuição de lucros) tendem a predominar (ARROW, 1963; HANSMANN, 1980). Observa-se, assim, que este tipo de regulamentação governamental beneficiaria o mercado religioso, porque garantiria sua credibilidade e, segundo, porque impediria que

---

<sup>6</sup> [...] the contributions made to donative nonprofits can be viewed simply as, in a sense, payments for services to be rendered. They differ from the usual payments for goods and services obtained on the market only in that there is generally no well-defined individual contract, express or implied, between the purchaser and the organization that spells out the precise services that the organization is to provide in consideration for the purchaser's payment. (HANSMANN, 1980, p. 873)

entidades religiosas, através da inserção em setores seculares, usassem o seu poder econômico para influenciar a opinião pública e a legislação.

A falha de contrato explica por que empresas sem fins lucrativos também predominam no mercado privado de produção de bens públicos. Como os bens públicos dependem de pagamentos voluntários (já que não se pode restringir o seu consumo a pagantes), os doadores precisam ter a garantia de que suas doações estão sendo destinadas à oferta dos bens públicos e não distribuídas como lucros para os donos. Especificamente no caso dos bens públicos, o próprio doador é um dos beneficiários, mas ele não pode ter certeza se a sua contribuição está pagando por isso (HANSMANN, 1980).

Segundo Baumol e Bowen (1966<sup>7</sup> apud VALIATI; CORAZZA; FLORISSI, 2011) as artes performáticas possuem um diferencial de produtividade em relação ao setor manufatureiro, pois não há como reduzir substancialmente a quantidade de trabalho nesse tipo de bem, já que o trabalho em si é o próprio bem. Assim, como os salários dos profissionais artísticos tendem a aumentar juntamente com o salário médio da economia, mas sem o mesmo aumento de produtividade, as atividades artísticas possuem grande dificuldade em se manterem viáveis economicamente (FREY, 2000).

Por causa dos custos fixos elevados e da demanda inelástica do setor das artes performáticas, as doações a organizações artísticas sem fins lucrativos funcionam como uma forma de discriminação voluntária de preços, ou “um meio pelo qual clientes diferentes podem pagar preços diferentes pelo mesmo serviço.”<sup>8</sup> (HANSMANN, 1980, p 856). Entretanto, caso a organização artística possua fins lucrativos, haverá falha de contrato, já que o doador não conseguirá associar sua contribuição à qualidade do bem artístico, pois “[...] qualquer aumento na qualidade da produção é um bem público” (HANSMANN, 1980, p. 858). Assim, já que, se o preço do ingresso subir, as doações cairão, algumas organizações optam por manter o preço dos ingressos mais baixo do que aquele que maximizaria a receita. Contudo, Hansmann atenta para o fato de que organizações populares (peças da Broadway, cinema, televisão etc.) não precisam de doações porque os custos fixos são diluídos em várias apresentações.

---

<sup>7</sup> BAUMOL, William J.; BOWEN, William. *Performing Arts: the economic dilemma*. Londres: Cambridge, 1966.

<sup>8</sup> “[...] a means whereby different customers can be charged different prices for the same service.” (HANSMANN, 1980, p 856).

Percebe-se que o mercado religioso pentecostal, do qual faz parte a IURD, pode ser relacionado ao mercado privado de produção de bens públicos analisado por Hansmann, pois a assimetria de informação envolvendo o produtor artístico e o consumidor de arte se assemelha com a do ofertante e demandante religioso.

Segundo Hansmann (1980), um tipo comum de caridade é o subsídio da demanda em vez da oferta, como os “redeemable coupons” do governo americano ou um vale presente privado. No Brasil, há o exemplo do Vale Cultura. Nesses casos, geralmente a responsabilidade de fiscalizar o bem e o serviço subsidiado recai mais sobre o beneficiário do que sobre o doador. Por isso,

Somente quando o doador não consegue contatar o beneficiário destinatário de sua doação diretamente, mas, em vez disso, deve ficar a cargo do produtor do serviço subsidiado agir como o único intermediário, é que a falha de contrato se torna um problema sério e um produtor sem fins lucrativos parece necessário.<sup>9</sup> (HANSMANN, 1980, p. 848, tradução nossa).

Entende-se que, mesmo quando o intermediário entre doador e beneficiário é uma empresa sem fins lucrativos, é possível existir falha de contrato caso o produtor tenha fins lucrativos e o beneficiário não possa contatar diretamente o doador. No caso da IURD no mercado audiovisual, isso acontece quando ela se torna intermediária entre fiéis que compram, na igreja, ingressos dos filmes da Record para serem doados a membros carentes da denominação.

Em resumo, a falha de contrato acontece quando o doador não tem contato com o beneficiário, não podendo avaliar a efetividade do bem ou serviço, ou quando a doação é uma parte tão pequena do financiamento que o doador não consegue avaliar o quanto a sua contribuição influenciou a qualidade do produto. Deste modo, a restrição de distribuição de lucros dá aos doadores e beneficiários uma proteção adicional em relação ao comportamento da entidade.

---

<sup>9</sup> It is only when the donor cannot contact the intended beneficiary of his gift directly, but instead must rely upon the producer of the subsidized service to act as the sole intermediary, that contract failure becomes a serious problem and a nonprofit producer seems necessary. (HANSMANN, 1980, p. 848).



## 2.2.4 Sinalizações de cumprimento de contrato

Mesmo quando existe uma restrição de distribuição de lucros, a fiscalização governamental pode ser difícil e, ademais, algumas empresas encontram meios de burlar a limitação legal (HANSMANN, 1980; STEINBERG, GRAY, 1993).

Os meios utilizados podem ser salários excessivos, empréstimos a juros baixos tomados da organização, serviços pessoais e amenidades financiadas pela organização, contratos excessivamente generosos para serviços prestados à organização por empresas controladas pelos administradores [...].<sup>10</sup> (HANSMANN, 1980, p. 875, tradução nossa).

Dessa forma, ao não haver uma restrição clara à distribuição de lucros, a assimetria de informação e a possibilidade de falha de contrato são ainda maiores, pois determinadas firmas não possuem incentivos fortes para cumprir o contrato, o que deteriora a sua credibilidade.

Quando esses abusos ocorrem, a efetividade da entidade sem fins lucrativos contra a falha de contrato diminui. Entretanto, Hansmann (1980) afirma não ser comum o descumprimento da restrição de distribuição, pois, mesmo quando falta fiscalização governamental, existe um constrangimento social e ético (“restrição normativa”) que direciona a uma conduta adequada.

A restrição normativa é a forma que as entidades sem fins lucrativos têm de sinalizar que não são suscetíveis à falha de contrato. Nesse contexto, Hansmann afirma que a associação a grupos religiosos sinaliza confiança de que a distribuição de lucros será restringida, sendo que “[...] muitas instituições – incluindo, por exemplo, escolas, hospitais, asilos, lares adotivos, e mesmo patrocinadores de projeto habitacional – são afiliados a grupos religiosos”<sup>11</sup> (HANSMANN, 1980, p. 876, tradução nossa).

Talvez a associação entre organizações religiosas e entidades sem fins lucrativos deva-se ao histórico filantrópico das primeiras. No Brasil, por exemplo, a origem da chamada “sociedade civil” (organizações associativas e voluntárias) está intimamente ligada a Igreja

---

<sup>10</sup> The means used may be excessive salaries, low-interest loans from the organization, personal services and amenities paid for out of the organization's funds, excessively generous contracts for services provided to the organization by businesses owned by the managers [...]. (HANSMANN, 1980, p. 875).

<sup>11</sup> “[...] many nonprofit institutions – including, for example, schools, hospitals, nursing homes, foster homes, and even housing project sponsors – are affiliated with religious groups” (HANSMANN, 1980, p. 876).

Católica, que, no período colonial, ficou incumbida da educação, saúde, assistência e lazer (LANDIM; CARVALHO, 2007<sup>12</sup> apud SILVA, 2010).

Também é possível depreender de Smith (1996) por que a religião pode ser tida como sinalização de não-distribuição de lucros. Segundo ele, toda sociedade civilizada possui um sistema moral austero, que repudia “[...] males que facilmente se originam da grande prosperidade e do excesso de satisfação e bom humor [...]” (SMITH, 1996, p. 254). Como as religiões, principalmente as nascentes, segundo Smith, apoiam-se no povo e vêm dele os seus mais ardorosos seguidores, elas geralmente incorporam a moral austera popular.

No caso do mercado pentecostal, tais sinalizações podem entrar em conflito com certos elementos dessas instituições, como o ímpeto de expansão e a teologia da prosperidade. O primeiro elemento diz respeito à maximização de fiéis, ou seja, propagar a doutrina da igreja ao maior número de pessoas possível e influenciar direta ou indiretamente a política partidária, como observado no trabalho de Oro (2003) sobre a evolução da influência de igrejas nas eleições. O segundo elemento está relacionado à prosperidade material e espiritual como forma de benção (SOUSA, 2011). Ademais, isso representa uma vantagem competitiva diante de outras vertentes religiosas que mantêm a tradição de se comportarem como entidades sem fins lucrativos.

Desse modo, se o enriquecimento de líderes e a utilização de recursos eclesiásticos para setores alheios podem atender aos objetivos dos demandantes religiosos, ao mesmo tempo, isso aumenta a assimetria de informação e facilita a ocorrência de falha de contrato, porque fica mais difícil fiscalizar o comportamento de tais entidades.

---

<sup>12</sup> LANDIM, Leilah; CARVALHO, Luiz Antonio de. Projeto transparência e prestação de contas da sociedade civil na América Latina—CASO: BRASIL. **Uruguai: Instituto de Comunicação e Desenvolvimento– ICD**, 2007.

### 3 MERCADO RELIGIOSO PENTECOSTAL E A IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

#### 3.1 MERCADO RELIGIOSO PENTECOSTAL

Nos últimos 40 anos, o número de evangélicos brasileiros obteve um crescimento expressivo, de menos de 5 milhões em 1970 (5% da população) para mais de 40 milhões (22% da população) em 2010 (ver Figura 3). Este crescimento não se deve apenas às igrejas protestantes históricas ou “de missão” (Luterana, Congregacional, Presbiteriana, Metodista etc.), mas principalmente à subdivisão pentecostal do protestantismo (SANTOS, 2018). Os pentecostais são o segundo maior grupo religioso do Brasil, atrás apenas dos católicos (ver Figura 4).

O pentecostalismo surgiu nos Estados Unidos entre o fim do século XIX e início do XX, buscando “[...] resgatar [...] a prática esquecida do uso dos dons espirituais - profecias, línguas estranhas (γλωσσολαλία – *glossolalia*), milagres etc. [...]” (SANTOS, 2018, p. 78).

Uma das idéias centrais era o que se denomina “repristinção” ou restauracionismo, isto é, o desejo de voltar aos dias iniciais do cristianismo, aos primeiros tempos da igreja primitiva, idealizados como uma época de maior fervor e plenitude cristã. (MATOS, 2011, p. 30<sup>13</sup> apud SANTOS, 2018, p. 79).

Sua proliferação no Brasil está dividida em três fases (ou ondas):

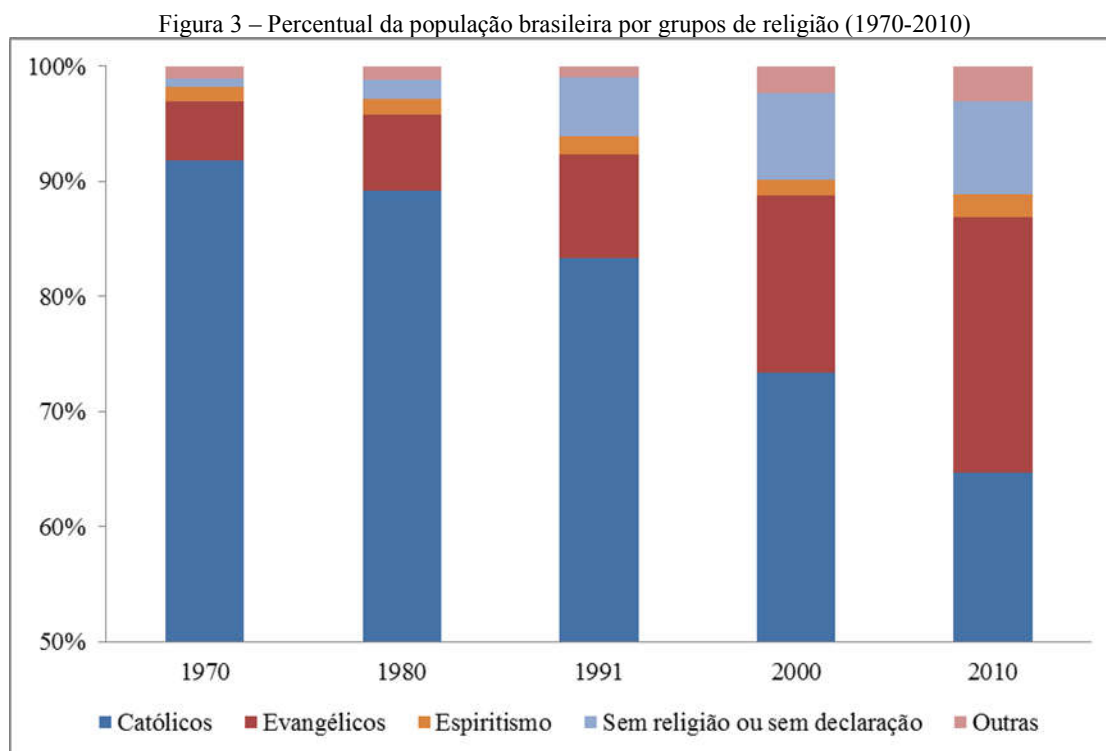
A primeira onda é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembleia de Deus (1911) [...] A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início dos 60, na qual o campo pentecostal se fragmenta, a relação com a sociedade se dinamiza e três grandes grupos (em meio a dezenas de menores) surgem: a Quadrangular (1951), Brasil Para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962). [...] A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos anos 80. Suas principais representantes são a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980). Novamente, essas igrejas trazem uma atualização inovadora da inserção social e do leque de possibilidade teológicas, litúrgicas, éticas e estéticas do pentecostalismo. (FREESTON, 1993, p. 66).

Como pode ser verificado na Figura 3, houve uma queda brusca da participação católica no mercado religioso, de 92% em 1970 a 65% em 2010. O total de evangélicos foi de

---

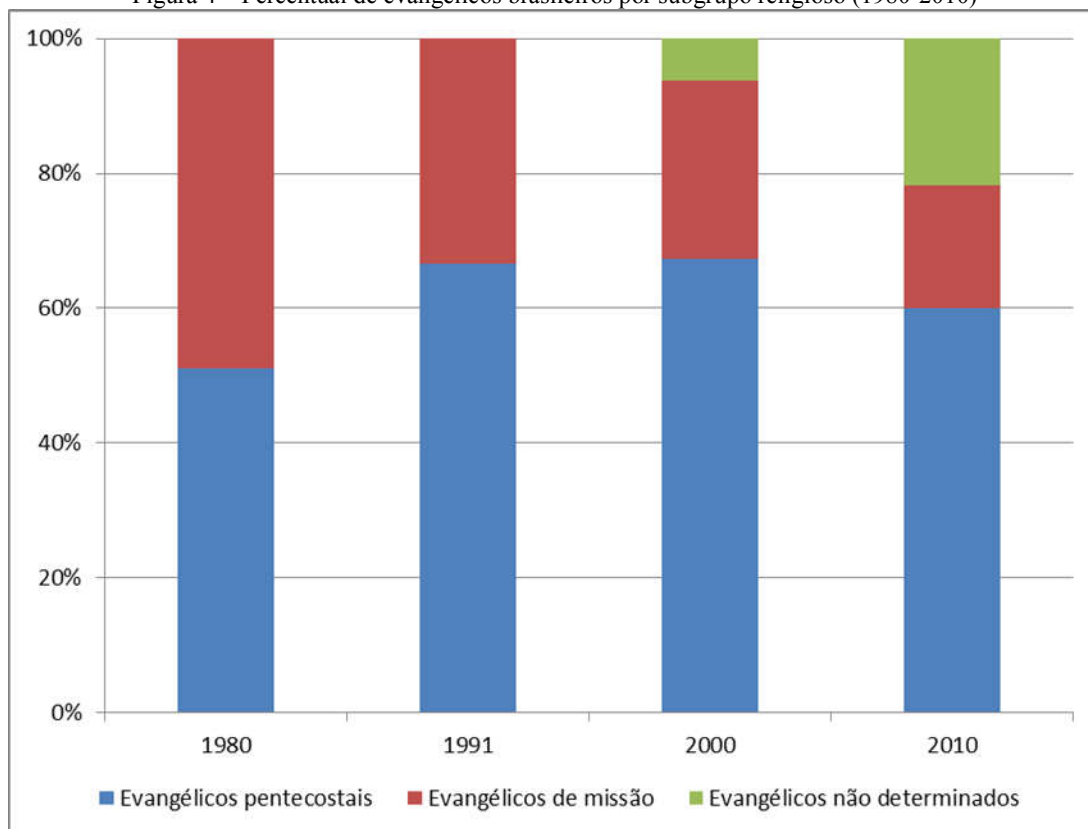
<sup>13</sup> MATOS, Alderi Souza de. O movimento pentecostal: reflexões a propósito do seu primeiro centenário—parte 1. **Vox Faifae**: Revista de Teologia da Faculdade FAIFA, v. 3, n. 1, 2011.

5% para 22% no mesmo período. Pela ótica da Economia da Religião, tal desconcentração beneficia o mercado religioso, por representar maior pluralismo e eficiência. Obviamente, além da concorrência do agregado evangélico, essa categoria, ao contrário do catolicismo, permite um maior número de denominações, o que por si só deve contribuir para que as forças do mercado (a capacidade do consumidor de escolher, comparar e selecionar) restrinjam o produtor religioso. Ou seja, o ofertante de religião vai se esforçar para oferecer o bem ou serviço mais atrativo.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos Censos Demográficos de 1970, 1980, 1991, 2000 e 2010 do IBGE ([20--]; [201-a]).

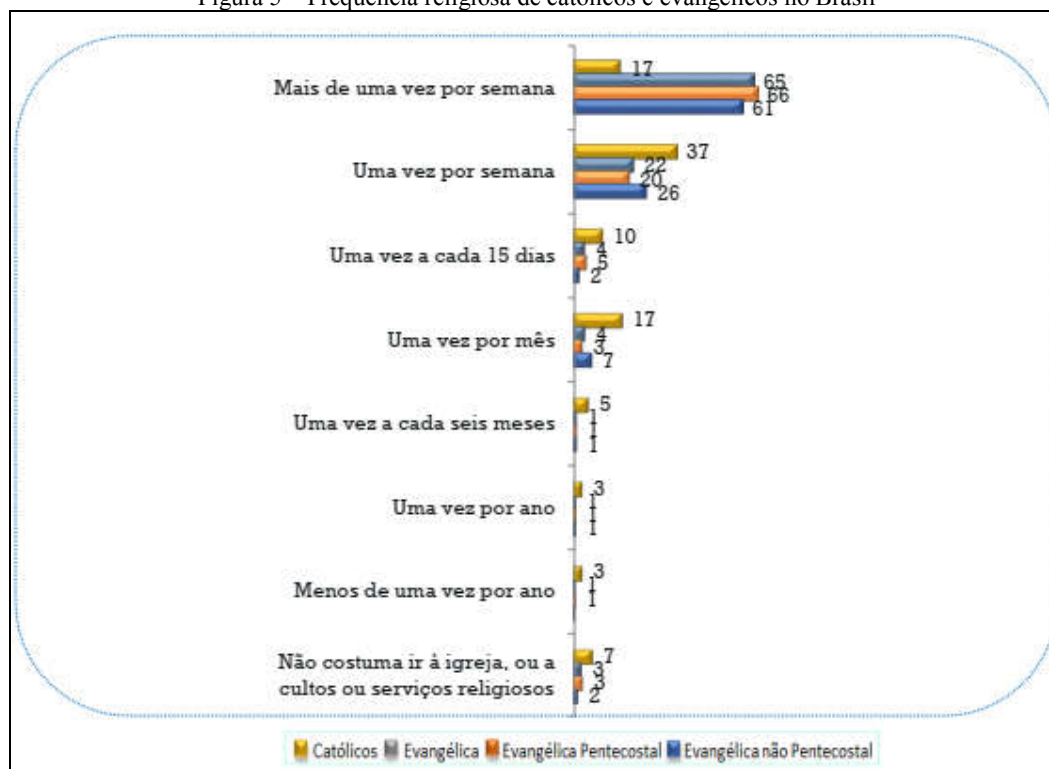
Figura 4 – Percentual de evangélicos brasileiros por subgrupo religioso (1980-2010)



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos Censos Demográficos de 1980, 2000 e 2010 do IBGE ([20--]; [201-a]) e do Censo Demográfico de 1991 em Jacob (2003).

Como pode ser observado na Figura 5, há evidências que mostram uma maior participação religiosa nas igrejas evangélicas, o que está de acordo com a visão da Economia da Religião sobre os efeitos da desconcentração do mercado religioso no nível de religiosidade.

Figura 5 – Frequência religiosa de católicos e evangélicos no Brasil



Fonte: Datafolha (2016).

Entretanto, deve-se considerar que o cristianismo (tomando-se apenas católicos e evangélicos) representou 87% do mercado religioso em 2010 (era 97% em 1970). Ou seja, o poder de mercado dessa tradição religiosa é considerável e, num contexto onde a falha de contrato não é minimizada, sua influência sobre os meios de comunicação e o governo pode provocar efeitos semelhantes a de uma religião oficial, por exemplo, ineficiência produtiva e legislação contra concorrentes.

### 3.2 IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

A Igreja Universal do Reino de Deus foi fundada em 1977 na cidade do Rio de Janeiro. Ela é a 5ª maior igreja do Brasil e a 3ª maior denominação pentecostal (ver Tabela 1). Em geral, o que a diferencia de suas concorrentes é a eficiência em arrecadar recursos, a relativa liberalização comportamental e cultural, já que não há proibições rígidas sobre o consumo de bens e serviços modernos, e o uso intensivo de meios de comunicação, como rádio e TV, para conquistar novos fiéis.

Tabela 1 – 10 maiores organizações religiosas do Brasil por adeptos em 2000/2010

<b>Organização religiosa</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>
Igreja Católica Apostólica Romana	124.980.132	123.280.172
Evangélicas de origem pentecostal – Igreja Assembléia de Deus	...	12.314.410
Evangélicas de Missão – Igreja Evangélica Batista	3.162.691	3.723.853
Evangélicas de origem pentecostal – Igreja Congregação Cristã do Brasil	2.489.113	2.289.634
Evangélicas de origem pentecostal – Igreja Universal do Reino de Deus	2.101.887	1.873.243
Evangélicas de origem pentecostal - Igreja Evangelho Quadrangular	...	1.808.389
Evangélicas de Missão - Igreja Evangélica Adventista	...	1.561.071
Testemunhas de Jeová	1.104.886	1.393.208
Evangélicas de Missão - Igreja Evangélica Luterana	...	999.498
Evangélicas de Missão - Igreja Evangélica Presbiteriana	...	921.209

Fonte: Adaptado de IBGE [201-b].

Nos seus primeiros anos, a organização religiosa cresceu aceleradamente.

Entre 1980 e 1989, o número de templos cresceu 2.600%. Nos primeiros anos, sua distribuição geográfica concentrou-se nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Salvador. [...] Na década de 1990, passou a cobrir todos os Estados do território brasileiro, período no qual logrou taxa de crescimento anual de 25,7%, saltando de 269 mil (dado certamente subestimado) para 2.101.887 adeptos no Brasil. (MARIANO, 2004, p. 124).

Conforme dados do Censo 2010, a IURD possui 1,873 milhão fiéis. De 2000 a 2010, houve uma queda de 12% no seu número de fiéis, mas Mariano (2014) observa que o Censo pode ter superestimado a queda, porque o formulário pergunta “qual é a sua religião?” e não “qual é a sua igreja?”, o que pode ser o motivo dos nove milhões de evangélicos sem igreja no Censo 2010.

### 3.2.1 Falha de contrato

Os cultos de igrejas neopentecostais baseiam-se

[...] na oferta especializada de serviços mágico-religiosos, de cunho terapêutico e taumatúrgico, centrados em promessas de concessão divina de prosperidade material, cura física e emocional e de resolução de problemas familiares, afetivos, amorosos e de sociabilidade. (MARIANO, 2004, p. 124).

Essa espécie de transação sugere a suscetibilidade do mercado religioso à falha de contrato, pois uma das partes da transação (a igreja) possui muito mais informação sobre o serviço que está oferecendo do que a outra parte (o fiel). A fim de se observar se tal assimetria de informação ocorre nesse setor, analisa-se a IURD sob as três condições de Hansmann

(1980) para que uma empresa forneça bens e serviços em quantidade e preço que levem à máxima eficiência social.

Primeiro, não parece ser tão fácil comparar precisa e razoavelmente serviços religiosos de diferentes igrejas, não só pela sua natureza metafísica ou subjetiva, mas também pelo forte fator comunitário que envolve a experiência religiosa. Ou seja, trocar de igreja pode significar ter que abdicar de relações sociais com outros membros.

Daí a preocupação da Universal em procurar recepcionar da melhor forma possível os recém-chegados que não possuem contato pessoal prévio com outros crentes, [...] em muitos casos, inserindo-os em grupos menores e mais íntimos no interior da igreja, como os grupos de jovens, por exemplo, ou em núcleos de crentes que se reúnem na residência de um de seus membros. (MARIANO, 2004, p. 132)

Segundo, apesar da natureza mágico-religiosa, o acordo firmado entre fiel e IURD pode chegar a ser bem explícito, através de promessas de milagres específicos, que poderiam ser testados (cura de doença, por exemplo), ou de dádivas genéricas de difícil verificação (salvação eterna) (STARK; BAINBRIDGE, 1996<sup>14</sup> apud MARIANO, 2004). A contrapartida desse acordo seriam as doações feitas aos fiéis via dízimo e ofertas. Conforme o artigo 538 do Código Civil, doação é “o contrato em que uma pessoa, por liberalidade, transfere do seu patrimônio bens ou vantagens para o de outra” (BRASIL, 2002).

Finalmente, embora possa existir um contrato explícito ou implícito entre fiel e igreja, não há como determinar facilmente se a denominação cumpriu com o combinado e pedir ressarcimento.

Conforme Arrow (1963), pastores, assim como médicos, possuem uma relação de confiança especial. Isso quer dizer que, tendo o pastor mais conhecimento sobre a fé e a religião do que o fiel, esse último não é capaz de impor completamente o recebimento de sua parte do acordo, apoiando-se mais na crença nas habilidades do sacerdote. Na verdade, parte do se está demandando é credibilidade. Desse modo, o pastor (ou o médico) não deveria agir, ou parecer estar agindo, de modo a maximizar o seu rendimento em todos os momentos.

A impossibilidade do demandante de serviços religiosos fazer o contrato cumprir-se e pedir ressarcimento caso contrário está relacionada à subjetividade dos efeitos prometidos pelo serviço (sejam específicos ou genéricos), e também à transferência de responsabilidade da igreja para o fiel. Por exemplo, as igrejas neopentecostais costumam utilizar os

---

<sup>14</sup> STARK, Rodney e BRAINBRIDGE, William Sims. **The Future of Religion**. New Brunswick: Rutgers University Press, 1985.



testemunhos de bênçãos alcançadas (materiais e espirituais) como forma de recrutamento e persuasão (MARIANO, 2003). Mas este mecanismo pode constranger aquele fiel que não se sente contemplado, ou por duvidar da própria fé, ou por receio de ser depreciado pela comunidade religiosa da qual faz parte.

Pode-se observar como a assimetria de informação opera no mercado religioso pentecostal, por exemplo, na sentença do Tribunal Regional do Rio Grande do Sul em relação a um processo indenizatório movido por uma ex-fiel contra a Igreja Universal (RIO GRANDE DO SUL, 2012). A autora do processo afirmou ter sido coagida a fazer doações de altos valores em função da promessa de soluções de seus problemas financeiros e por temer ser amaldiçoada se não cumprisse a sua própria promessa de fazer as doações. A sentença lhe foi favorável, inclusive constatando que a denominação religiosa se aproveitou da vulnerabilidade mental (depressão) e emocional da autora.

[...] a partir dos depoimentos prestados durante a instrução, depreende-se que as doações realizadas não foram efetivamente espontâneas, mas foram induzidas. Juntamente com os demais fiéis, a autora foi desafiada a fazer donativos, até mesmo superiores às suas capacidades econômicas, para provar a fé e sob a ameaça de não ser abençoada. (RIO GRANDE DO SUL, 2012, p. 12-13).

Algo parecido aconteceu com outro fiel que moveu uma ação de danos morais contra a igreja, afirmando que:

[...] vendeu seu veículo [...], entregando a importância apurada através de um cheque à ré que lhe prometera que Deus lhe retribuiria a doação feita com o equivalente a dez carros e que sua vida mudaria para melhor, o que acabou não ocorrendo, tendo ficado sem o carro, o dinheiro, piorando ainda a sua vida. (RIO GRANDE DO SUL, 2006, p. 02).

Sobre o assunto, a Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Tribunal de Justiça do Estado esclareceu que:

A fé não pode ser medida pela quantidade de dinheiro que as pessoas contribuem para a Igreja, qualquer que seja ela. Justamente nesse ponto transparece clara a intenção de coagir os fiéis a fazerem algo que, de livre e espontânea vontade, não o fariam, não fosse o ardid empregado por alguns Pastores da ré, notadamente, àquele que levou o autor a se desfazer de seu automóvel em proveito da demandada. (RIO GRANDE DO SUL, 2006, p. 05).

Pode-se associar esses entendimentos da Justiça a uma das consequências da informação assimétrica e falha de contrato: a suspensão da liberdade de escolha de uma das

partes (ARROW, 1963). Ao mesmo tempo, é importante sublinhar que não se deve generalizar esses casos em relação ao comportamento da IURD. No entanto, observa-se que o mercado religioso possui assimetria de informação e é suscetível à falha de contrato. De um lado, há um ofertante com grande capacidade de influenciar e, de outro, há uma demanda que tende à vulnerabilidade socioeconômica e psicológica. Isso não só prejudica o consumidor (fiel), mas o ofertante (IURD) corre o risco de ter a sua credibilidade (e a de seu mercado) constantemente questionada.

A falha de contrato em transações religiosas não ocorre apenas no âmbito da venda de serviços mágico-religiosos, mas também no financiamento das atividades eclesiais e em como a igreja aloca esses recursos. O dízimo e as ofertas (ou outros tipos de doações) não são apenas o pagamento por uma dívida a ser recebida, mas podem assumir a forma de uma colaboração à “obra da igreja” (as atividades do templo religioso), assim como acontece com as doações às entidades de artes performáticas expostas no capítulo 2 deste trabalho.

Supomos, então, que as doações a igrejas não sejam pagamentos por milagres, mas apenas o financiamento das atividades da igreja como acontece com entidades (sem fins lucrativos) de artes performáticas, beneficentes e clubes. Da mesma forma, os doadores precisariam ter a capacidade de monitorar os recursos doados ou exigir que eles sejam utilizados para o fim ao qual deveriam se destinar. Como acontece com as entidades sem fins lucrativos mencionadas, os doadores não têm essa capacidade. Além disso, a assimetria de informação existente na relação igreja-fiel pode até mesmo inibir o ímpeto de se questionar o comportamento da organização.

Em setores com grande informação assimétrica, uma evidência da ocorrência de falha de contrato é o enriquecimento de donos e administradores de empresas que possuem algum grau de voluntariado (recebe doações ou utiliza trabalho voluntário, o que é o caso da IURD). Nesse sentido, o Ministério Público de São Paulo denunciou líderes da IURD por de lavagem de dinheiro e formação de quadrilha. À ação, estava anexado como prova o Relatório de Inteligência Financeira 441 do Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), órgão do Ministério da Fazenda que investiga crimes de lavagem de dinheiro (AITH, 2009; BARBOSA; FREIRE, 2009; TAVARES; GODOY, 2009). Segundo o Relatório, recursos da Igreja Universal teriam sido enviados para fora do país, através de empresas de fachada, para contas em paraísos fiscais e, também via empresas de fachada, voltariam ao Brasil para contas de pessoas físicas ligadas à IURD. Esse dinheiro teria sido usado para comprar emissoras de TV e rádio, financeiras, agência de turismo e jatinhos. A movimentação suspeita somou R\$ 4

bilhões de 2003 a 2008. Além disso, o relatório do Coaf indica que o líder da IURD teria um patrimônio não declarado de US\$ 2 milhões (FREIRE; GALHARDO, 2009).

Praticamente desde o seu surgimento, a IURD tem se inserido na política nacional ao utilizar sua influência e estrutura para eleger os seus membros (ORO, 2003). Apesar de ser uma grande força política, a Bancada Evangélica (formada por deputados federais ligados a diferentes igrejas evangélicas) até pouco tempo atrás era heterogênea em relação a assuntos não ligados à religião. Recentemente, no entanto, a frente parlamentar alinha à direita do espectro político, como pode ser observado no seu Manifesto à Nação (FRENTE PARLAMENTAR EVANGÉLICA, 2018).

Sobre o assunto, duas observações podem ser feitas sob a ótica deste trabalho. Primeiro, a não ser que todos os fiéis da IURD tenham o mesmo alinhamento político, ocorre falha de mercado, inclusive porque o caráter político partidário da instituição revela-se apenas em época de eleição e de forma furtiva. Nesse sentido, é possível que venha a acontecer fenômeno parecido com o dos Estados Unidos, uma “desigrejação” do campo de esquerda e centro (HOUT; FISCHER, 2002). Segundo, a relação de uma religião (a evangélica) com o Estado, de acordo com a Economia da Religião, pode representar, a longo-prazo, um obstáculo ao pluralismo e à própria religiosidade. Ou seja, a falha de contrato pode afetar a credibilidade, contaminando todo o mercado religioso, e a inserção na política pode concentrar o mercado. Ambos os efeitos contribuiriam para a diminuição do nível de religiosidade.

### **3.2.2 Restrição de distribuição de lucros**

Organizações religiosas geralmente são tidas como entidades sem fins lucrativos, incluídas no chamado terceiro setor. Ou seja, não poderiam distribuir lucros para donos ou administradores, apenas reinvesti-los na própria entidade. Nos Estados Unidos, por exemplo, para adquirem imunidade tributária, as organizações religiosas devem se submeter a determinadas regras, dentre as quais: “[...] lucro líquido não devem ser revertidos em benefício de qualquer pessoa física ou acionista [...]”<sup>15</sup> (INTERNAL REVENUE SERVICE – IRS, 2015, tradução nossa).

---

<sup>15</sup> “[...] net earnings may not inure to the benefit of any private individual or shareholder [...]” (INTERNAL REVENUE SERVICE, 2015)

Ainda que o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), segundo a Interpretação Técnica Geral (ITG) 2002 (R1), considere organizações religiosas como entidades sem finalidade de lucros (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2015), a legislação brasileira não é tão clara quanto o assunto. Sobre a imunidade tributária das organizações religiosas, a Constituição de 1988 estabelece o seguinte:

Art. 150. Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

.....  
VI - instituir impostos sobre:

.....  
b) templos de qualquer culto;

c) patrimônio, renda ou serviços dos partidos políticos, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei;

.....  
§ 4º - As vedações expressas no inciso VI, alíneas "b" e "c", compreendem somente o patrimônio, a renda e os serviços, relacionados com as finalidades essenciais das entidades nelas mencionadas. (BRASIL, 1988)

O § 4º restringe a abrangência da imunidade tributária, mas não a distribuição de lucros de templos de qualquer culto. Enquanto isso, a Lei 9.532/97 ressalta o caráter sem fins lucrativos das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social:

Art. 12. Para efeito do disposto no art. 150, inciso VI, alínea "c", da Constituição, considera-se imune a instituição de educação ou de assistência social que preste os serviços para os quais houver sido instituída e os coloque à disposição da população em geral, em caráter complementar às atividades do Estado, sem fins lucrativos. [...]

.....  
§ 2º Para o gozo da imunidade, as instituições a que se refere este artigo, estão obrigadas a atender aos seguintes requisitos:

.....  
b) aplicar integralmente seus recursos na manutenção e desenvolvimento dos seus objetivos sociais;

.....  
§ 3º Considera-se entidade sem fins lucrativos a que não apresente superávit em suas contas ou, caso o apresente em determinado exercício, destine referido resultado, integralmente, à manutenção e ao desenvolvimento dos seus objetivos sociais. (BRASIL, 1997).

Entretanto, essa restrição não se aplica a templos de qualquer culto.

O Código Civil de 2002 deixaria de atribuir às organizações religiosas tratamento especial, classificando-as como associações: “união de pessoas que se organizem para fins não econômicos” (BRASIL, 2002). Sobre isso, Mariano (2006) comenta que as instituições religiosas teriam que se submeter às mesmas regras que outros tipos de associações, como

associações de bairro, clubes de futebol, entidades filantrópicas. Entre essas novas disposições, estaria a restrição de distribuição de lucro:

Com o novo Código, se fosse comprovado que têm fins econômicos, que auferem lucro ou que desviam recursos de suas atividades estritamente religiosas, seus administradores poderiam ser legalmente punidos e a igreja, segundo David Tavares, poderia perder as isenções tributárias.<sup>16</sup> (MARIANO, 2006, p. 87-89).

Ao descrever alguns dos motivos que levaram as denominações evangélicas a reagirem ao Código Civil de 2002 através de sua Bancada Evangélica no Congresso Nacional, Mariano indica uma série de comportamentos que podem ser classificados por este trabalho como falha de contrato.

[...] vicejam em muitas igrejas evangélicas práticas conflitantes com o espírito e as disposições no novo Código. Casos, por exemplo, da intransparência na gestão e aplicação dos recursos arrecadados e na administração da denominação e de seu patrimônio; do incentivo à obtenção de lucro na gestão e direção da associação religiosa; do enriquecimento de líderes religiosos e de instituições religiosas sem fins lucrativos; do desvio de recursos coletados entre os fiéis para a compra, expansão e abertura de empresas; do nepotismo, do autoritarismo e da crescente verticalização do poder eclesiástico em diversas igrejas. (MARIANO, 2006, p. 87-89)

A bancada evangélica no Congresso Nacional conseguiu aprovar a Lei nº 10.825 de 2003, que deu às organizações religiosas uma classificação própria de pessoa jurídica privada, deixando o *status* de associação (BRASIL, 2003). Desse modo, observa-se que não existe na legislação brasileira uma restrição de distribuição de lucros aplicada aos templos religiosos,

---

<sup>16</sup> DUARTE, David Tavares. **A igreja e o novo Código Civil**: as mudanças e outras considerações jurídicas sobre a prática eclesiástica. Rio de Janeiro: Cpad, 2002

#### 4 A INSERÇÃO DA IURD NO MERCADO AUDIOVISUAL

A IURD praticamente nasceu como uma igreja midiática. Pouco depois de sua fundação no final da década de 1970, passou a usar o rádio como veículo para pregar o evangelho. Naquela época, o rádio era um meio de comunicação de massa mais relevante do que atualmente, pois chegava às camadas mais pobres da população e/ou aos lugares mais distantes dos grandes centros. Em seguida, o líder da denominação comprou sua própria emissora, a Rádio Copacabana (TAVOLARO, 2007).

Pode-se observar [...] que a igreja optou por unir conhecimentos e aparatos tecnológicos de ponta nas áreas de propaganda e comunicação a crenças e práticas religiosas em profunda tensão com saberes, valores e instituições da modernidade. De um lado, estão as técnicas de marketing, as redes de rádio e TV, a música, os jornais, as revistas, a literatura, a internet, de outro, os dízimos, os ritos exorcistas, as curas divinas, as promessas de milagre e de prosperidade material. Em suma: em busca de eficácia proselitista, a Universal optou por investir maciçamente em técnicas avançadas de propaganda e no evangelismo eletrônico e por dilatar e sistematizar a oferta de magia. (MARIANO, 2004, p. 135).

Assim como na rádio, a IURD entrou na televisão comprando espaço de programação (na extinta TV Tupi) para, então, adquirir a sua própria emissora. No final dos anos 1980, a TV Record passava por uma grave crise financeira e foi colocada à venda. A Televisa mexicana, o Grupo Abril, o Jornal do Brasil e também estavam entre os pretensos compradores, mas o líder da Universal foi quem comprou a emissora (TAVOLARO, 2007).

Logo após ter comprado a TV Record, o novo dono se defrontava com um dilema: “investir em uma emissora com programação comercial ou criar uma igreja eletrônica” (TAVOLARO, 2007, p. 181). Os primeiros anos da TV Record sob a Igreja Universal foram marcados por uma programação intensamente religiosa. Mas, após uma série de polêmicas e acusações envolvendo a IURD, houve, então, uma mudança de estratégia (FONTELES, 2012). A partir da segunda metade dos anos 1990, a TV Record passou por uma “secularização”, marcada pela: transferência da programação evangélica para a madrugada e para espaços comprados em outras emissoras; ênfase no telejornalismo neutro; e mimetização da TV Globo.

Ao tentar conciliar o secular e o religioso, a IURD viu-se atacada pelos dois lados. De um lado, começava a ser questionada pela Rede Globo e outros veículos de mídia, o que volta a acontecer de tempos em tempos. Fonteles (2012), por exemplo, sugere que Igreja Universal

utiliza o jornalismo da Record como um mecanismo de moldar a realidade segundo um filtro religioso. Do outro lado, a IURD passou a ser criticada pelos seus próprios membros por relegar a programação evangélica à madrugada. Foi nesse período que aconteceu a maior dissidência da denominação, com a saída de Valdemiro Santiago, hoje, líder de uma das principais concorrentes da Universal, a Igreja Mundial do Poder de Deus.

Mesmo com uma possível subestimação do número de fiéis da IURD, é importante notar que, de 2000 a 2010, seu número absoluto de fiéis diminuiu após um rápido crescimento nas décadas anteriores. Do mesmo modo, houve um crescimento abrupto da categoria do Censo 2010 de “evangélicos não determinados” (ver Figura 4), na qual estão incluídos os chamados “desigrejados”, evangélicos que não são membros de uma instituição. Ao contrário da experiência americana, ainda não há clareza sobre os motivos que levaram esses fiéis a se desinstitucionalizarem, mas é um indicativo de que a desregulação irrestrita não leva necessariamente a maior participação religiosa, mesmo em um subsetor plural em termos denominacionais como o evangélico. Nesse sentido, a desconcentração religiosa das últimas décadas foi acompanhada por um crescimento expressivo do número de pessoas sem religião ou sem religião declarada, grupo que só está atrás dos católicos e evangélicos (ver Figura 3).

Depois de ter a sua imagem abalada por uma série de escândalos, a Igreja Universal adotou uma postura reservada, sem ataques a Rede Globo e Igreja Católica e com uma TV Record majoritariamente secular (FONTELES, 2012). Tal estratégia parece ter surtido efeito, pois a TV Record se tornou uma das três maiores emissoras do Brasil (ver Tabela).

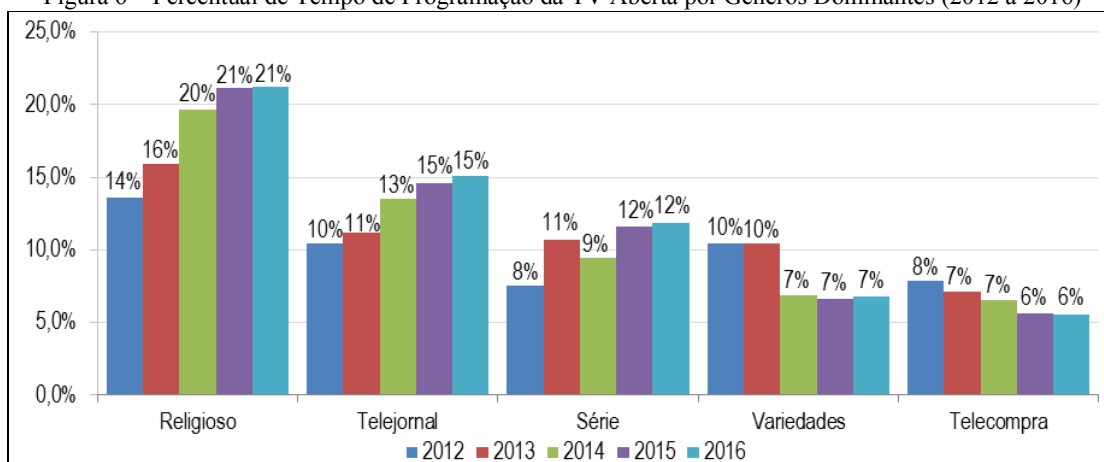
Tabela 2 – Participação de mercado das emissoras de TV aberta em 2016

<b>Kantar Ibope 2016</b>		
<b>Emissora</b>	<b>Share TLE %</b>	<b>Grupo</b>
Rede Globo	36,9	Grupo Globo
SBT	14,9	Grupo Sílvio Santos
RecordTV	14,7	Grupo Record
Band	4,1	Grupo Bandeirantes
RedeTV	1,2	Grupo Amilcare Dallevo / Marcelo de Carvalho
TV Brasil	0,8	EBC
Record News	0,5	Grupo Record

Fonte: Adaptado de Intervezes e RWB (2017).

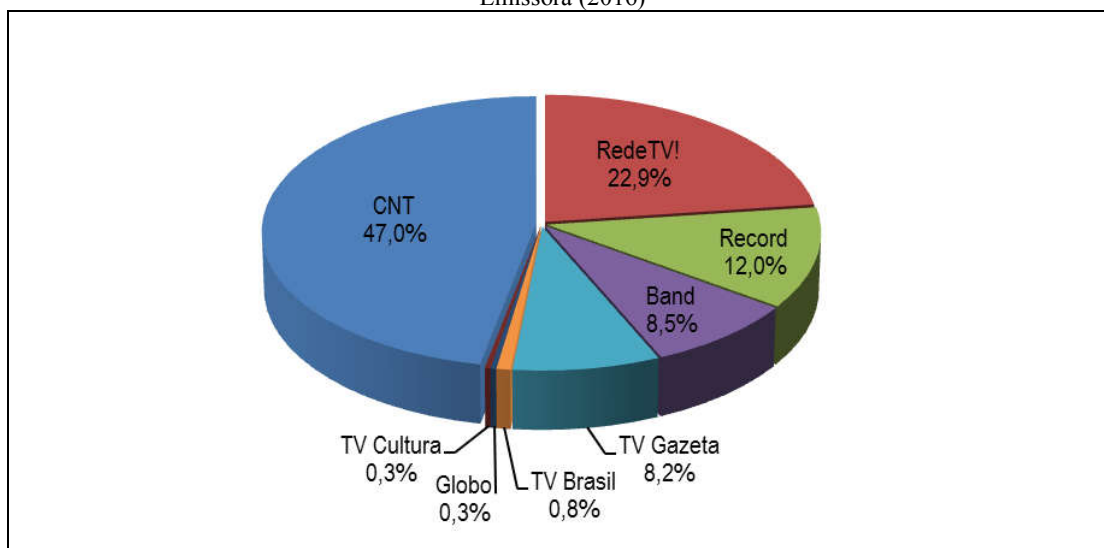
No final dos anos 2000, a Record voltou a dar atenção ao conteúdo religioso, não com o “teleculto”, mas através da teledramaturgia, no que também foi bem sucedida. Na verdade, a RecordTV representou uma tendência de mercado, pois a programação evangélica tem aumentado a sua participação na TV Aberta brasileira nos últimos anos (ver Figuras 6 e 7).

Figura 6 – Percentual de Tempo de Programação da TV Aberta por Gêneros Dominantes (2012 a 2016)



Fonte: Ancine (2017b).

Figura 7 – Percentual de Tempo de Programação do Gênero Religioso de Origem Brasileira na TV Aberta por Emissora (2016)



Fonte: Ancine (2017b).

Uma mídia que até então não tinha sido explorada pela IURD ou por outras igrejas brasileiras era o Cinema. Isso mudou em 2016 com o lançamento do filme “Os Dez Mandamentos”. O longa-metragem se tornou o filme mais visto daquele ano e da série histórica da Ancine, com uma bilheteria de R\$ 117 milhões e um público de 11 milhões (ANCINE, 2017a), conforme a Tabela 3.



Tabela 3 – Maiores bilheterias de filmes brasileiros de 1995-2017

<b>Ano de Lançamento</b>	<b>Título</b>	<b>Produtora</b>	<b>Renda (R\$ milhões)</b>	<b>Público (milhões)</b>	<b>Financiamento Público (R\$ milhões)</b>
2016	Os dez mandamentos - O filme	Rede Record de Televisão	116,83	11,31	Sem projeto aprovado
2010	Tropa de Elite 2	Zazen Produções Audiovisuais	103,46	11,15	14,80
2016	Minha mãe é uma peça 2	DiamondBack	50,96	4,02	6,36
2012	De Pernas pro Ar 2	Morena Filmes Ltda.	50,31	4,85	9,10
2013	Minha mãe é uma peça	Migdal Produções cinematográficas Ltda	49,53	4,60	7,55
2009	Se Eu Fosse Você 2	Total Entertainment	47,62	5,79	6,05
2015	Loucas pra Casar	Glaz Entretenimento	45,68	3,73	6,89
2013	Até que a Sorte nos Separe 2	Gullane Filmes	45,27	3,98	6,94
2015	Até que a sorte nos separe 3	Gullane Entretenimento	42,26	3,34	6,95
2015	Vai que Cola - O Filme	Conspiração Filmes Entretenimento 3º Milênio	41,80	3,31	7,50

Fonte: Adaptado de Ancine (2018a).

A Igreja Universal praticou discriminação de preços na venda dos ingressos dos filmes “Os Dez Mandamentos” e “Nada a Perder”. Os fiéis compraram ingressos da igreja para serem doados a pessoas carentes. Além disso, a IURD promoveu caravanas para sessões de cinema. Nesse sentido, o preço médio por ingresso (PMI) do filme “Os Dez Mandamentos”, por ser menor do que usual (ver Tabela 4), indica que provavelmente grande parte de sua bilheteria foi composta por ingressos de sessões fechadas (salas de cinema alugadas) e de sessões em dias no meio da semana, quando o preço do ingresso costuma ser menor.

Tabela 4 – Maiores bilheterias de filmes lançados em 2016

<b>Título no Brasil</b>	<b>Distribuidora</b>	<b>Salas no Lançamento</b>	<b>Público (milhões)</b>	<b>Renda (R\$ milhões)</b>	<b>PMI (R\$)</b>
Os Dez Mandamentos - O Filme	Downtown/Paris	1.127	11,31	116,83	10,33
Capitão América - Guerra civil	Disney	1.635	9,62	143,34	14,9
Batman vs Superman - A Origem da Justiça	Warner	1.440	8,57	132,44	15,46
Procurando Dory	Disney	1.276	8,19	113,50	13,86
Esquadrão Suicida	Warner	1.475	7,83	118,08	15,08
Deadpool	Fox	988	6,04	81,93	13,56
A Era do Gelo - O Big Bang	Fox	1.180	5,26	71,25	13,54
Doutor Estranho	Disney	1.357	4,80	74,73	15,58
Pets - A vida secreta dos bichos	Universal	1.135	4,42	62,07	14,05
X-Men - Apocalipse	Fox	1.319	4,37	65,80	15,04

Fonte: Adaptado de Ancine (2017c).

Em 2018, a cinebiografia de Macedo, “Nada a Perder”, é até agora o filme brasileiro de maior bilheteria (R\$ 121 milhões) e o de maior público (12 milhões) do ano e da série histórica da Ancine (2018b), conforme a Tabela 5. O mesmo mecanismo de discriminação de preços de “Os Dez Mandamentos” foi utilizado também com “Nada a Perder”.

Tabela 5 – Maiores bilheterias de filmes lançados em 2018<sup>17</sup>

<b>Título</b>	<b>Nacionalidade</b>	<b>Lançamento</b>	<b>Salas de Exibição</b>	<b>Público (milhões)</b>	<b>Renda (R\$ milhões)</b>
Vingadores: Guerra Infinita	Estrangeira	26/04/2018	2.381	14,50	238,01
Nada A Perder	Brasileira	29/03/2018	1.161	12,18	120,99
Os Incríveis 2	Estrangeira	28/06/2018	1.648	9,81	144,98
Pantera Negra	Estrangeira	15/02/2018	1.458	7,44	120,99
Hotel Transilvânia 3: Férias Monstruosas	Estrangeira	12/07/2018	1.199	5,37	74,75
A Freira	Estrangeira	06/09/2018	1.394	5,29	76,36
Jurassic World - Reino Ameaçado	Estrangeira	21/06/2018	1.503	5,25	80,59
Jumanji: Bem-Vindo à Selva	Estrangeira	04/01/2018	967	4,77	74,06
Deadpool 2	Estrangeira	17/05/2018	1.533	4,60	66,93
Cinquenta Tons de Liberdade	Estrangeira	08/02/2018	1.596	4,33	64,42

Fonte: Adaptado de Ancine (2018b).

A falha de contrato pode ser percebida, porque aquele fiel que doou o ingresso não pode ter certeza se algum beneficiário foi contemplado com sua doação ou se ela apenas serviu para aumentar a bilheteria do filme e os lucros de empresas seculares (as produtoras

<sup>17</sup> De 01/01/2018 a 31/10/20.

dos filmes, Record Filmes e Paris Filmes), que não têm compromisso formal com a religião. No caso específico de “Os Dez Mandamentos”, questionou-se as salas de cinema com bilheteria esgotada, mas com lugares vagos. Algo parecido pode acontecer sempre quando a Igreja Universal atua num setor secular, pois existe pouca certeza se esses empreendimentos seculares terão apenas objetivos religiosos.

## 5 CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo analisar o fenômeno da expansão da Igreja Universal do Reino de Deus para o setor audiovisual sob a ótica da teoria da falha de contrato. Desta forma, foi revisada a literatura econômica sobre o mercado religioso. Segundo a chamada Economia da Religião, disciplina que utiliza a Teoria da Escolha Racional para explicar o mercado religioso, esse mercado seria como qualquer outro, no qual o indivíduo racional maximiza sua utilidade (OLIVEIRA; CORTES; BALBINOTTO NETO, 2011). Por isso, a intervenção governamental (na forma da oferta pública de bens e serviços religiosos) ocasionaria ineficiência. A desregulação, ao contrário, contribuiria para um mercado com maior tamanho, pluralidade, concorrência e frequência religiosa (SMITH, [1776] 1996; IANNACCONE, 1991; OLIVEIRA; CORTES; BALBINOTTO NETO, 2011).

No entanto, em determinados mercados, é difícil para o consumidor verificar se o contrato foi cumprido, impô-lo ao ofertante e pedir ressarcimento caso contrário, o que acaba causando um problema de informação assimétrica chamado de “falha de contrato” (HANSMANN, 1980). Nesses casos, haverá ineficiência, ou seja, quem tem menos informação, ou vai consumir mais do que gostaria se a tivesse, ou menos, por não ter confiança na parte que tem mais informação. Por isso, essa última não pode parecer estar maximizando sua utilidade a todo instante.

Para se inibir os efeitos da informação assimétrica é necessário que o lado do mercado com maior informação sinalize para o lado com menos informação que possui incentivos para se comportar conforme contratado. Geralmente, isso se dá através do oferecimento de garantias. No caso das entidades sem fins lucrativos, a melhor garantia assume a forma de restrição de distribuição de lucros (HANSMANN, 1980).

Hansmann (1987) encontrou evidências de que a maior participação das entidades sem fins lucrativos em determinados mercados está relacionada ao nível de tributação, a qual elas são imunes, e não à minimização da falha de contrato. Em contrapartida, também há indícios de que a informação assimétrica em um mercado faz aumentar a participação das firmas sem finalidade lucrativa nele, devido a sua maior eficiência (CHOU, 2002; HIRTH, 1999). Além disso, Hirth observou que, quando há assimetria de informação e restrição de distribuição de lucros, as entidades sem fins lucrativos não só predominam, como sua qualidade e credibilidade se alastram para a parcela do mercado com fins lucrativos (HIRTH, 1999).

Sobre o mercado religioso brasileiro, observou-se um crescimento acentuado das denominações evangélicas nos últimos 40 anos, impulsionado pelo pentecostalismo, do qual a IURD é uma importante representante. Nesse setor, foram encontradas evidências de assimetria de informação, que indica a suscetibilidade de falha de contrato. Entretanto, ao contrário de outros setores que também possuem informação assimétrica, o mercado religioso é pouco regulado, principalmente no que diz respeito à restrição de distribuição de lucros.

A falha de contrato pode ocorrer através do enriquecimento dos administradores e da utilização dos recursos da igreja em empreendimentos seculares. Mesmo tal fenômeno seja inicialmente desejado pelos fiéis, aumenta a assimetria de informação inerente à denominação e ao mercado religioso, pois diminui a possibilidade de o consumidor observar o comportamento do ofertante. Assim, conforme a IURD se expande para setores seculares como mercado de mídia/audiovisual, os questionamentos a seu respeito aumentam, pois se torna mais evidente a falha de contrato, o que prejudica a credibilidade de todo o mercado religioso.

No setor audiovisual, por exemplo, a Igreja Universal, através do Grupo Record, conquistou uma participação significativa do mercado. Entretanto, o seu envolvimento na TV e no cinema é cada vez mais questionado. Primeiro, porque recursos imunes a tributos estão sendo usados para se competir com firmas comerciais, conferindo a instituições religiosas e empresas associadas, como a IURD/Record, vantagem competitiva. Segundo, porque, através deste mecanismo, essas entidades são capazes de pender a informação para apenas um lado, religiões, tradições religiosas e não-religiosos.

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro**: 2016. [Brasília], 28 set. 2017a. Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario\\_2016.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2016.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2018.
- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **Informe Anual Distribuição em Salas 2016**. [Brasília], 24 jul. 2017b. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/cinema>>. Acesso em: 09 out. 2018.
- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **TV Aberta – Informe Anual: 2016 (01/01/2016 a 31/12/2016)**. Brasília, DF, 23 ago. 2017c. Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe\\_tvaberta\\_2016.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_tvaberta_2016.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2018.
- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **Listagem de Filmes Brasileiros Lançados 1995 a 2017**. [Brasília], 09 jul. 2018a. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/cinema>>. Acesso em: 09 out. 2018.
- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **Resultados do Cinema Brasileiro**. [Brasília], 2018b. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/painel-interativo>>. Acesso em: 15 nov. 2018.
- AITH, Marcio. Juiz acata denúncia contra líder da Universal. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 11 ago. 2009. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1108200913.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2018.
- ARROW, Kenneth J. Uncertainty and the welfare economics of medical care. **The American Economic Review**, [S.l.], v. 53, n. 5, p. 941-973, 1963.
- BARBOSA, Aduari Antunes; FREIRE, Flávio. Edir Macedo e mais 9 são réus por lavagem de dinheiro. **O Globo**, São Paulo, 11 ago. 2009. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/411510/noticia.htm?sequence=1>>. Acesso em: 12 nov. 2018.
- BRAGA, Márcio Bobik; TONETO JÚNIOR, Rudinei. Microcrédito: aspectos teóricos e experiências. **Análise Econômica**, Porto Alegre, v. 18, n. 33, p. 69–86, 2000.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 24 out. 2018.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 9.538, de 10 de dezembro de 1997**. Altera a legislação tributária federal e dá outras providências. Brasília, DF, 1997. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9532.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9532.htm)>. Acesso em: 25 out. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, DF, 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm)>. Acesso em: 25 out. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 10.825, de 22 de dezembro de 2003**. Dá nova redação aos arts. 44 e 2.031 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002, que institui o Código Civil. Brasília, DF, 2003. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/2003/L10.825.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.825.htm)>. Acesso em: 25 out. 2018.

CHOU, Shin-Yi. Asymmetric information, ownership and quality of care: an empirical analysis of nursing homes. **Journal of health economics**, v. 21, n. 2, p. 293-311, 2002.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE – CFC. **Interpretação Técnica Geral (ITG) 2002 (R1)**. 2015. Disponível em: <<https://cfc.org.br/noticias/itg-2002-cfc-publica-mudancas-na-contabilidade-do-terceiro-setor/>>. Acesso em: 25/10/2018.

DATAFOLHA. **Perfil e opinião dos evangélicos no Brasil**: total da amostra. São Paulo, dez. 2016. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/12/1845231-44-dos-evangelicos-sao-ex-catolicos.shtml>>. Acesso em: 12 dez. 2018. Pesquisa de opinião 813906 realizada em 07 e 08/12/2016.

FONTELES, Heinrich. **Fé na Mídia**: um estudo das linguagens técnicas (TV Record) como estratégia de comunicação e sobrevivência da Igreja Universal do Reino de Deus. 2012. Tese (Doutorado) – Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

FREIRE, Flávio; GALHARDO, Ricardo. Coaf alerta: Macedo tem fortuna de US\$ 2 bilhões não declarada. **O Globo**, São Paulo, 12 ago. 2009. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/brasil/coaf-alerta-macedo-tem-fortuna-de-us-2-bilhoes-nao-declarada-316356.html>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

FRENTE PARLAMENTAR EVANGÉLICA. **Manifesto à Nação**: o Brasil para os brasileiros. Brasília: Câmara dos Deputados, 2018. Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2018/10/Manifesto-a-Nacao-frente-evangelica-outubro2018.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

FRESTON, Paul. **Protestantes e Política no Brasil**: da Constituinte ao Impeachment. 1993. Tese (Doutorado) – Departamento de Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1993.

FREY, Bruno. **La economía del arte**. Barcelona: La Caixa, 2005. (Colección Estudios Económicos).

HANSMANN, Henry. The Role of Nonprofit Enterprise. **The Yale Law Journal**, v. 89, n. 5, p. 835–901, 1980.

HANSMANN, Henry. The effect of tax exemption and other factors on the market share of nonprofit versus for-profit firms. **National Tax Journal**, v. XL, p. 71-82, 1987.

HIRTH, Richard A. Consumer information and competition between nonprofit and for-profit nursing homes. **Journal of Health Economics**, v. 18, n. 2, p. 219-240, 1999.

HOUT, Michael; FISCHER, Claude S. Why more Americans have no religious preference: politics and generations. **American Sociological Review**, v. 67, n. 2, p. 165-190, Apr. 2002.

IANNACCONE, Laurence R. The consequences of religious market structure: Adam Smith and the economics of religion. **Rationality and society**, v. 3, n. 2, p. 156-177, 1991.

IANNACCONE, Laurence R. Introduction to the Economics of Religion. **Journal of economic literature**, v. 36, n. 3, p. 1465-1495, Sep. 1998.

INTERNAL REVENUE SERVICE – IRS. **Tax Guide for Churches & Religious Organizations**. Washington, DC: 2015. Disponível em: <<https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p1828.pdf>>. Acesso em 24 out. 2018.

INTERVOZES; REPORTERS WITHOUT BORDERS – RWB. **Media Owners Monitor: Brasil**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Estatísticas do Século XX**. [Rio de Janeiro], [20--]. Disponível em: <<https://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-temas/populacao.html>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Demográfico 2010**. [Rio de Janeiro], [201-a]. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9663-censo-demografico-2000.html?=&t=downloads>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Demográfico: população residente, por religião**. [Rio de Janeiro], [201-b] Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/137>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

JACOB, Cesar Romero. et al. **Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2003.

LOFGREN, Karl–Gustaf; PERSSON, Torsten; WEIBULL, Jorgen W. Markets with asymmetric information: the contributions of George Akerlof, Michael Spence and Joseph Stiglitz. **Scandinavian Journal of Economics**, Malden, MA, v. 104, n. 2, p. 195-211, 2002.

MARIANO, Ricardo. Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religiosos sobre as igrejas pentecostais. **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, v. 3, n. 1, 2003.

MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Estud. av.**, São Paulo, v. 18, n. 52, p. 121-138, dez. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142004000300010&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300010&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 20 ago. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142004000300010>.



MARIANO, Ricardo. A reação dos evangélicos ao novo Código Civil. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 6, n. 2, 2006.

MARIANO, Ricardo. A Igreja Universal e o custo da megalomania. *Jornal O Globo*, Rio de Janeiro, 20 out. 2014. Entrevista concedida a Barbara Marcolini, Renata Malkes e Thais Lobo. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/a-igreja-universal-o-custo-da-megalomania-14302329>>. Acesso em: 21 jul. 2017.

NATIONAL OPINION RESEARCH CENTER AT THE UNIVERSITY OF CHICAGO – NORC. **General Social Survey – GSS**. Chicago, [2017?]. Disponível em: <<https://gssdataexplorer.norc.org/projects/52894/variables/287/vshow>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

OLIVEIRA, Lívio Luiz Soares de; CORTES, Renan Xavier; BALBINOTTO NETO, Giacomio. A economia da religião e seus fundamentos: teste de um modelo de escolha religiosa. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 811-840, out./dez. 2011.

ORO, Ari Pedro. A política da Igreja Universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros. **Revista brasileira de ciências sociais**, São Paulo, v. 18, n. 53, p. 53-69, 2003.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Acórdão do recurso cível de reparação de danos nº 71000983379. Recorrente: Igreja Universal do Reino de Deus. Recorrido: Benjamin Rosa Girardi. Relator: Des. Ricardo Torres Hermann. Porto Alegre, 10 ago, 2006. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br/>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Sentença do processo de conhecimento indenizatório nº 017/1.07.0004478-4. Autores: Carla Dalvitt; João Henrique Koefender. Ré: Igreja Universal do Reino de Deus. Juiz prolator: Juíza de Direito – Dra. Carmen Luiza Rosa Constante Barghouti. Lajeado, 10 jul. 2012. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br/>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. In search of the non-profit sector: I: the question of definitions. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 3, n. 2, p. 125-151, 1992.

SANTOS, Douglas Alessandro Souza. **Os desigrejados**: um caso de reconfiguração religiosa entre os evangélicos brasileiros no contexto da modernidade radicalizada. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências e Letras, UNESP/Araraquara, Araraquara, 2018.

SILVA, Carlos Eduardo Guerra. Gestão, legislação e fontes de recursos no terceiro setor brasileiro: uma perspectiva histórica. **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 6, p. 1301-1325, 2010.

SMITH, Adam. [1776]. **A Riqueza das Nações Volume II**: investigação sobre sua natureza e suas causas. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1996. (Coleção Os Economistas, 02).

SOUSA, Bertone de Oliveira. A Teologia da Prosperidade e a Redefinição do Protestantismo Brasileiro: uma abordagem à luz da análise do discurso. **Revista Brasileira de História das Religiões**, v. 4, n. 11, 2011.

STEINBERG, Richard; GRAY, Bradford H. "The Role of Nonprofit Enterprise" in 1993: Hansmann revisited. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 22, n. 4, p. 297-316, Winter 1993.

TAVARES, Bruno; GODOY, Marcelo. Dinheiro da Igreja Universal vai para empresas de comunicação. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 12 ago. 2009. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/noticias/geral,dinheiro-da-igreja-universal-vai-para-empresas-de-comunicacao,417253>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

TAVOLARO, Douglas. **O Bispo**: a história revelada de Edir Macedo. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.

VALIATI, Leandro; CORAZZA, Rosana Icassati; FLORISSI, Stefano. O marco teórico-conceitual da Economia da Cultura e da Economia Criativa: uma revisão de contribuições selecionadas e de seus pressupostos. In: MINISTÉRIO DA CULTURA; FECAMP (Eds.). **Projeto “Perspectivas da Economia da Cultura: um modelo de análise do caso brasileiro”**. Campinas: 2011. p. 7–57.