

8 Conclusão

O estudo da mudança do perfil religioso brasileiro revela que o drástico crescimento dos evangélicos ocorre em espaços geográficos e em populações com características bem marcadas. Em relação às regiões metropolitanas, o foco deste trabalho, os evangélicos ocupam majoritariamente as periferias e compõem as classes de menores rendimentos e educação. Somado a esse padrão temos a segregação sócioespacial presente das cidades brasileiras e o comportamento da Igreja Católica como a incumbente monopolista. Esses fatos suscitam hipóteses a serem testadas sobre as relações entre o crescimento dos evangélicos, as condições da vida da população urbana e a competição entre igrejas evangélicas e católicas.

A forma escolhida para analisar esse fenômeno é estimar um modelo de entrada no qual congregações evangélicas decidem abrir uma igreja em determinado bairro da cidade do Rio de Janeiro considerando a quantidade de moradores, as variáveis demográficas, o custo da terra e o número de Igrejas Católicas no bairro. Os resultados estimados revelam que os efeitos competitivos relevantes para o lucro ocorrem entre igrejas evangélicas e não entre estas e a Igreja Católica. Ademais, quanto melhores as condições de vida dos moradores, menor o lucro das igrejas evangélicas. No tocante a diferença de estrutura de lucros entre católicos e evangélicos, as igrejas católicas tem custo fixo maior e lucro variável menor. A magnitude dessas diferenças sugere que as igrejas evangélicas possuem uma tecnologia mais eficiente, tanto em relação à criação de novas “filiais”, quanto em relação aos serviços religiosos ofertados.

Além disso, as evidências sugerem que as altas quantias de dízimo doadas pelos evangélicos não advém de menor competitividade em determinados mercados. A análise do índice de herfindahl e dos resultados do modelo de entrada mostra que os mercados evangélicos não são livres de competição. Dentro da perspectiva da literatura da economia da religião, o diferencial de doações é explicado pela participação mais ativa dos fiéis de pequenos e novos cultos. Numa abordagem mais estrita, podemos afirmar que as igrejas evangélicas parecem ser firmas mais eficientes e cobram mais caro por seus serviços.

Em suma, os resultados apontam que o crescimento dos evangélicos é fruto das preferências de determinado grupo demográfico. Dessa forma, na configuração atual, o movimento evangélico é restrito a certas camadas sociais e, para conquistar novos mercados, terá, provavelmente, que adaptar seu discurso e serviços aos diferentes tipos de fiéis. Essa evolução vai de encontro às previsões da teoria dos clubes de que pequenos e rígidos cultos se transformam em igrejas maiores e flexíveis. Dessa forma, os traços que diferenciam os evangélicos podem se tornar mais sutis com o crescimento de suas congregações.