

## **25. Joelson Agostinho De Pontes**

### **ORIGEM DA TEORIA DE MERCADO RELIGIOSO**

O mercado religioso pode ser conceituado da seguinte forma: um conjunto formado por ofertantes e demandantes de bens e serviços religiosos. Esses ofertantes são as firmas ou organizações religiosas e os demandantes são fiéis ou seguidores religiosos. Quanto ao grau de concorrência, o mercado religioso pode variar de modo abrangente. Assim, esse mercado pode possuir desde um perfil monopolista até ser caracterizado como de livre competição. A Teoria do Mercado Religioso teve sua origem no livro V, capítulo I, do clássico “A Riqueza das Nações”, de Adam Smith. Esse capítulo específico trata do modo de financiamento das instituições religiosas. Smith considerou a existência de duas formas principais de obtenção de recursos para fins de sustento pelos religiosos. Uma, por meio da contribuição voluntária, não compulsória, de seus fiéis, e outra pela sua transformação de pregadores em servidores do Estado, com direito a um salário, remuneração pago em dinheiro oriundo de impostos. No entanto, essas duas formas de financiamento dos estabelecimentos religiosos teriam, na concepção smithiana, consequências opostas em termos do comportamento dos clérigos.