

FUCAPE PESQUISA E ENSINO S/A

ROSIANIA ANDRADE LIMA

**CARACTERÍSTICAS DA PARÓQUIA E DO PÁROCO IMPACTAM A
INTENÇÃO DE DOAR DINHEIRO PARA A IGREJA CATÓLICA?**

**VITÓRIA-ES
2023**

ROSIANIA ANDRADE LIMA

**CARACTERÍSTICAS DA PARÓQUIA E DO PÁROCO IMPACTAM A
INTENÇÃO DE DOAR DINHEIRO PARA A IGREJA CATÓLICA?**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, da Fucape Pesquisa e Ensino S/A, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis – Nível Profissionalizante.

Orientadora: Profa. Dra. Marcia Juliana d'Angelo

**VITÓRIA-ES
2023**

ROSIANIA ANDRADE LIMA

**CARACTERÍSTICAS DA PARÓQUIA E DO PÁROCO IMPACTAM A
INTENÇÃO DE DOAR DINHEIRO PARA A IGREJA CATÓLICA?**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Fucape Pesquisa e Ensino S/A, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Aprovada em 24 de maio de 2023.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Dra. MÁRCIA JULIANA D'ANGELO
Fucape Pesquisa e Ensino S/A

Prof. Dr. NELSON OLIVEIRA STEFANELLI
Fucape Pesquisa e Ensino S/A

Profa. Dra. RAYSA GEAQUINTO ROCHA
University of Beira Interior - UBI

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por ter assistido minha luta com seu olhar amoroso e ter dado o que eu precisava em cada momento do curso. A Ele, toda honra e toda glória!

A Universidade Estadual do Piauí (UESPI), pela licença de minhas atividades laborais na fase de conclusão do curso.

A todos os professores da Fucape, entre eles, Talles Brugni, Silvania Nossa, Danilo Monte-mor, Sérgio Bastos, Nádia Cardoso, Nelson Stefanelli, que de alguma forma contribuíram para o êxito deste trabalho.

A professora Raysa Geaquinto Rocha (UBI), pelas valorosas contribuições e por ter enxergado novas perspectivas para este trabalho.

Ao Frei Lázaro Nunes e ao Padre Tertuliano Alves, pelas indicações da doutrina católica e divulgação da pesquisa.

A biblioteca da Fucape, por cumprir seu papel com maestria.

Aos amigos de curso, Juliane Holanda, Marcos Dionísio e Tamires Carvalho, pelo companheirismo e inspiração.

A meu pai, minha mãe (*in memoriam*) e demais familiares, pela paciência, inspiração e compreensão das ausências.

De forma especial, a Márcia Juliana d'Angelo a quem devo a ressignificação do verbo orientar.

*"Non nobis Domine, non nobis, sed nomini tuo
ad gloriam"*

(Salmo 115:1 - Vulgata Latina)

RESUMO

A intenção de doar para organizações do terceiro setor vem sendo discutida à luz de teorias como a do comportamento planejado, a da ativação de normas e a da presença social. Entretanto, a igreja católica, além de apresentar suas próprias peculiaridades, vem enfrentando contextos diferentes das demais organizações. Assim, o objetivo deste estudo é analisar os impactos da reputação da paróquia, do carisma do pároco, da confiança dos fiéis na paróquia e da governança percebida na paróquia na intenção de doar dinheiro para essa instituição. Outro objetivo é analisar o efeito moderador da religiosidade nessas relações. A população são os católicos no Brasil que frequentam regularmente alguma paróquia. Os dados coletados por meio de um questionário no *Google Forms* foram analisados por meio da modelagem de equações estruturais. Os resultados mostram que uma característica do carisma do pároco (visão estratégica e articulação) e a governança de evidenciação caritativa contribuem para a intenção de doar dinheiro. Já a reputação, a confiança e a governança de evidenciação baseada nas finalidades eclesial, religiosa e missionária, bem como outras características do carisma – risco pessoal, sensibilidade ao meio ambiente e às necessidades dos membros e comportamento pouco convencional – não afetam essa intenção comportamental. Desta forma, espera-se contribuir para a literatura de intenções comportamentais ao mostrar dois fatores preditivos da intenção de doar dinheiro para uma organização do terceiro setor com preceitos e governança próprios e que vem enfrentando um contexto interno marcado por escândalos no Brasil e exterior. Ou seja, ao capturar a interferência na intenção de doar de católicos fiéis à organização e movidos por características corporativas percebidas no ambiente eclesial, pode-se ampliar a literatura existente sobre esse assunto, o que deixa as pesquisas mais robustas.

Palavras-chave: igreja católica; intenção de doar dinheiro; reputação; confiança; carisma do pároco; governança percebida; religiosidade.

ABSTRACT

The intention to donate to third sector organizations has been discussed in the light of theories such as planned behavior, norm activation and social presence. However, the Catholic Church, in addition to presenting its own peculiarities, has been facing different contexts from other organizations. Thus, the objective of this study is to analyze the impacts of the parish's reputation, the parish priest's charisma, the trust of the faithful in the parish and the governance perceived in the parish in the intention of donating money to this institution. Another objective is to analyze the moderating effect of religiosity in these relationships. The population is Catholics in Brazil who regularly attend a parish. Data collected through a questionnaire on Google Forms were analyzed using structural equation modeling. The results show that a characteristic of the parish priest's charisma (strategic vision and articulation) and charitable disclosure governance contribute to the intention to donate money. On the other hand, reputation, trust and disclosure governance based on ecclesial, religious and missionary purposes, as well as other characteristics of charisma – personal risk, sensitivity to the environment and the needs of members and unconventional behavior – do not affect this behavioral intention. In this way, it is expected to contribute to the literature on behavioral intentions by showing two predictive factors of the intention to donate money to a third sector organization with its own precepts and governance and which has been facing an internal context marked by scandals in Brazil and abroad. That is, by capturing the interference in the intention to donate of Catholics faithful to the organization and moved by corporate characteristics perceived in the ecclesial environment, the existing literature on this subject can be expanded, which makes the research more robust.

Keywords: catholic church; intention to donate money; reputation; confidence; charisma of the parish priest; perceived governance; religiosity.

SUMÁRIO

Capítulo 1	8
1. INTRODUÇÃO	8
Capítulo 2	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 INTENÇÃO DE DOAR DINHEIRO PARA A PARÓQUIA.....	13
2.2. REPUTAÇÃO DA PARÓQUIA.....	16
2.3. CONFIANÇA NA PARÓQUIA	19
2.4. GOVERNANÇA DA PARÓQUIA.....	21
2.5. CARISMA DO PÁROCO	25
2.6. RELIGIOSIDADE	28
Capítulo 3	33
3. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	33
Capítulo 4	40
4. ANÁLISE DOS DADOS	40
4.1 VALIDAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO	40
4.2 TESTE DE HIPOTÉSES	48
Capítulo 5	51
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	51
Capítulo 6	55
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS.....	57

Capítulo 1

1. INTRODUÇÃO

A intenção de doar vem sendo discutida na literatura ao descrever trabalhos que se distinguem pelo foco dado aos atores sociais envolvidos no ato de doar, ou seja, o doador, a causa/beneficiário, o ambiente (Chen et al., 2019) e os donativos de diferentes tipos. Por exemplo, partes de si ou de outrem como sangue (Gilchrist et al., 2019; Makin et al., 2019; Masser et al., 2020; Williams et al., 2019) e órgãos (Ferguson et al., 2019; Ju et al., 2018; Li et al., 2019; Miller et al., 2019). Outros donativos são os dados pessoais (Skatova & Goulding, 2019), comida (Bennett et al., 2022), presentes virtuais (Lin, 2021), dinheiro (Andam & Osman, 2019; Li et al., 2018; Pérez y Pérez & Egea, 2019), conhecimento (Bale & Nodari, 2019); tempo e dinheiro (Chen et al., 2019). Os estudos também abrangem as formas de financiamentos que podem ser públicos (Clifford, Geyne-Rahme, & Mohan, 2013) e privados (Ananzeh et al., 2022; Harris & Neely, 2021); *crowdfunding* (Cho et al., 2019; Liu et al., 2018; Wang et al., 2019); ou mesmo receitas independentes (Powell, 2016). Por último, as pesquisas abrangem o canal ou o meio por onde se dá a doação (Ahn et al., 2018; Niswah & Legowati, 2019).

As pesquisas que têm como beneficiários as organizações sem fins lucrativos as tratam de maneira geral, a exemplo de Algharabat et al. (2018), ou especificam sua área de atuação, a exemplo de Paço et al. (2014). Entretanto, verificou-se apenas um trabalho que investiga a intenção de doar dinheiro para instituições religiosas sendo, especificamente, para as mesquitas (Kasri & Ramli, 2019). Tal fato mostra que a literatura sobre essa vertente é escassa e que não explorou totalmente o ambiente eclesial, especificamente, a intenção de doar dinheiro para a igreja católica, a qual é

uma instituição milenar que vem enfrentando um contexto interno marcado por escândalos morais no Brasil (Oliveira, 2020) e no exterior (Bonaventure, 2021).

As instituições religiosas são consideradas organizações do terceiro setor, que têm restrição financeira e, portanto, são dependentes de doações, investimentos ou subsídios de partes interessadas externas para atingir seu fim social (Moura et al., 2019). Entre essas, está a igreja católica (apostólica romana), a qual está presente em todos os continentes e que em 2019 contava com a presença e ação pastoral em 3.026 circunscrições eclesiais com fiéis que representavam em torno de 17,7% da população mundial (*Vatican News*, 2022a). O Brasil possui 278 dessas circunscrições, que também podem ser chamadas de dioceses ou igrejas particulares (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil [CNBBa; CNBBb], 2021).

Essa organização que é considerada a “maior instituição de caridade do mundo” (CNBB, 2019c, p.3) passa por dificuldades para manter seus serviços. Por ocasião, tem que vender hospitais por não poder mantê-los em algumas regiões (*Vatican News*, 2021) e fechar igrejas por falta de fiéis (Coppen, 2022). Tais dificuldades, gerada por uma crise financeira, podem ter sido causadas por abalos na fé dos fiéis (mantenedores), pois na história dessa organização veem-se, em paralelo, as obras de homens virtuosos (Rops, 2018) e os escândalos morais praticados por alguns de seus pastores e leigos, a exemplo dos citados pela *Revista Isto É Dinheiro* (2021).

Diante desse cenário problemático, a reputação da igreja católica, isto é, a percepção positiva ou negativa dos *stakeholders* acerca das ações dessa instituição (Walker, 2010) pode impactar a intenção dos fiéis de doar dinheiro, a exemplo do que acontece com outras organizações do terceiro setor (Furneaux & Wymer, 2015; Meijer, 2009). Como resultante, a confiança dos fiéis pode ser abalada, impactando

também os comportamentos intencionais de doação, conforme mostrado em diversos estudos também com organizações do terceiro setor (Robson & Hart, 2020; Melián-Alzola & Martín-Santana, 2020; Shehu et al., 2016; Taniguchi & Marshall, 2014).

Outro fator que pode contribuir para a intenção de doar dinheiro para a igreja católica é o carisma do pároco – competência para implementar uma gestão eficaz, com visão compartilhada, objetivos e metas definidos, comunicação eficaz, entusiasmo, comportamentos verbais e não verbais (Ernst et al., 2022; Maran et al., 2021; Nassif et al., 2021; Maran et al. 2019; Banks et al., 2017; Antonakis et al., 2016; Antonakis et al., 2011; Howell & Shamir, 2005; Waldman et al., 2001). Estudos mostraram a influência positiva do carisma do pároco, por exemplo, na promoção de hábitos saudáveis entre seus fiéis (Anshel & Smith, 2014) e como sua liderança estratégica pode contribuir para a sobrevivência da paróquia sem que esta perca seu senso de missão (Grandy, 2013).

Em organizações do terceiro setor a ausência de algumas práticas de governança também pode afetar a confiança do público em função da falta de *accountability* (responsabilização pelos resultados) nas prestações de contas (Yang & Northcott, 2019), a exemplo do uso dos recursos arrecadados com o dízimo. E, por conseguinte, também afetar a intenção de doar dinheiro (Harris & Neely, 2021; Harris et al, 2015).

A religiosidade que, segundo Dube e Wingfield (2008, p.503) é definida como “o grau de adesão de uma pessoa às crenças, doutrinas e práticas de determinada religião”, é comumente abordada como preditora da intenção de doar em trabalhos com os mais diferentes tipos de donativos aos mais diferentes tipos de beneficiários, a exemplo de Daud et al. (2022); Carmack e DeGroot, (2020); Abreu et al. (2015) e Ranganathan e Henley, (2008). Portanto, dentro de um ambiente eclesial, é

esperado de um fiel/doador fidelidade aos preceitos e/ou revelações da religião professada, sendo a caridade um preceito inerente a maioria delas (Fraser, 2022). Neste trabalho, o que é oportuno ser verificado é o poder moderador da religiosidade na intenção de doar para a igreja quando existem outras variáveis corporativas envolvidas nessa relação inseridas num contexto de escândalos morais.

Assim, o objetivo deste estudo é analisar os impactos da reputação da paróquia, do carisma do pároco, da confiança dos fiéis na paróquia e da percepção de governança da paróquia na intenção de doar dinheiro para essa instituição. Além disso, analisar o efeito moderador da religiosidade nessas relações.

A América latina é um “laboratório natural” por apresentar relativa homogeneidade das condições institucionais e econômicas, entre outros, e que oferece oportunidades únicas para construir e testar teorias diversas, entre elas, as que tratam de governança e sobre o comportamento individual, sendo o Brasil o país com maior produção acadêmica nesses limites (Aguinis et al.,2020). A igreja católica é universal, porém testar as relações propostas neste estudo num país inserido nesse ambiente, socioeconômico e cultural relativamente homogêneo, pode contribuir para a comparabilidade entre estudos semelhantes.

O diferencial deste trabalho consiste em contribuir para a literatura de intenções comportamentais ao mostrar os efeitos de alguns fatores preditivos da intenção de doar dinheiro para uma organização do terceiro setor com preceitos e governança próprios e que vem enfrentando um contexto interno marcado por escândalos no Brasil e exterior. Ou seja, ao capturar a interferência na intenção de doar de católicos fiéis à organização movidos por características corporativas percebidas no ambiente eclesial e moderados por sua religiosidade, pode-se ampliar a literatura existente sobre esse assunto, o que deixa as pesquisas mais robustas.

Como contribuição prática, os resultados dessa investigação feita num dos países com maior número de católicos do mundo, podem servir de parâmetro para como e onde intervir na intenção de fiéis de doar dinheiro para a igreja católica, também, em outros países. Também podem oferecer subsídios para tomadas de decisões de gestão em outras organizações religiosas que precisem de recursos financeiros para manter seu fim social, principalmente, os voltados para a caridade. Conforme Ipea (2021), o Brasil conta, até novembro de 2020, com 815 mil Organizações não governamentais – ONGs e instituições sem fins lucrativos sendo que as atividades religiosas representam 29,6% desse total.

Capítulo 2

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INTENÇÃO DE DOAR DINHEIRO PARA A PARÓQUIA

Ao investigar a intenção de doar dinheiro, os estudos se organizam de forma a observar principalmente os atores sociais envolvidos (o beneficiário e/ou a causa, o doador, a organização sem fins lucrativos) e os aspectos e as circunstâncias que os permeiam (Ateca-Amestoy & Gorostiaga, 2022; Robson & Hart, 2021; Chen et al., 2019; Christofi et al., 2018; Sura et al., 2017).

Quanto à promoção de uma causa social, ela por si só, não é capaz de despertar a intenção de doar, uma vez que os efeitos dessa motivação dependem do comportamento individual de cada doador. Por exemplo, crença nos princípios estabelecidos por Deus (Vitell et al., 2005; Jamal et al., 2019; Karataş & Gürhan-Canli, 2020); religiosidade – modelagem de papéis, buscar recompensas no futuro, buscar autossatisfação, evitar culpa e buscar congruência (Jamal et al., 2019); disponibilidade e acesso a organizações patrimoniais (museus, arte, patrimônio, festivais) (Ateca-Amestoy & Gorostiag, 2022); influência social, afinidade com a causa e comportamento de doação passado (Minguez & Sese, 2021); disposição dos doadores, níveis de confiança, tipos preferidos de causa beneficente e canais de doação (Robson & Hart, 2021).

Alguns estudos se ancoram nas lentes da Teoria do comportamento Planejado (Baber, 2020; Kasri & Ramli, 2019; Mittelman & Rojas-Méndez, 2018; White et al., 2017; Kashif et al., 2015), Teoria da Ativação de Normas e Teoria da Presença social (Bennett et al., 2022; Lin, 2021). Os resultados são diversos, pois a confirmação da

validade dos construtos se dá de acordo com as considerações dadas ao ambiente, circunstâncias e contexto do fenômeno examinado (Knowles et al., 2012; Kashif & De Run, 2015; Kashif et al., 2015; Mittelman & Rojas-Méndez, 2018; Kasri & Ramli, 2019).

Por exemplo, Chen et. al. (2019) utiliza a combinação de fatores das três teorias citadas para medir a intenção de doar num contexto específico de doação online (*crowdfunding*) e confirma a influência do ambiente online na intenção de doar dinheiro e tempo. Porém, no que tange ao tipo de doação, verificou que a intenção de doar dinheiro não é afetada por normas subjetivas (por exemplo, pressão social).

Outros estudos também categorizam as motivações para doar em fatores intrínsecos (responsabilidade, obrigação moral e desejo de mudança) e extrínsecos (atributos demográficos – idade, sexo, estado civil, localização, projeto e a organização beneficente), a exemplo de Degasperi e Mainardes (2017), Bagheri et al. (2019), Jiao et al. (2021) e Nashwan e Daihani (2020). No contexto de doação, a combinação desses fatores tem efeitos positivos na intenção de doar (Chen et al., 2021).

A promoção de uma causa social também depende do papel da entidade responsável pelos discursos de angariação de fundos no que se refere aos apelos para doação de caridade. Gu e Chen (2021) mostraram que as pessoas estão mais dispostas a doar dinheiro quando o apelo destaca uma quantia específica para um uso específico. Diferentemente de quando o apelo só menciona a quantia específica. Já Zhang et al., (2019) mostraram que apelos mornos foram eficazes para aumentar a intenção de doar tempo e os severos aumentaram a doação de dinheiro.

Alguns estudos, que investigaram a eficácia de campanhas de doação, passaram a examinar o efeito da exibição de *storytelling* e de imagens dos beneficiários das doações na intenção de doar de potenciais doadores. Verificaram

que as histórias contadas e expressões tristes ou felizes, assim como, o número de beneficiários que aparecem no anúncio com tais expressões podem ajudar no aumento da intenção de doar. Embora a relação entre as imagens do beneficiário e a intenção de doar sejam confirmadas, alguns estudos são discordantes quanto ao resultado provocado por cada expressão (Kang et al., 2022; Tong, 2021; Robiady et al., 2021; Li & Yin, 2022).

Os documentos da igreja católica trazem as diferentes formas que o fiel tem de oferecer bens a essa instituição. Esses bens são recebidos sob denominações e finalidades específicas. As ofertas, peditórios, contribuição, taxas, esmolas ou coletas são estipêndios recebidos para celebração de missas, cooperarem para o sustento dos sacerdotes e favorecer a atividade apostólica da igreja (cap. III, Código de direito canônico, 2019). O dízimo são contribuições sistemáticas e periódicas (mensal ou anual), cujo valor é determinado pelo próprio fiel. É, ainda, um compromisso moral do fiel que reconhece que tudo que possui foi dado por Deus e, portanto, uma expressão de gratidão cujos fundamentos estão na sagrada escritura (CNBB, 2016).

A definição de doação no ambiente católico é problemática pois, trata-se de uma “obrigação espontânea”. Diferentemente das demais entidades sem fins lucrativos, manter a igreja católica em suas necessidades é uma obrigação daquele que professa a fé nesta religião (Can. 222, para.2043, Código de direito canônico, 2019). Essa obrigação é atenuada por declarações de apelo, a exemplo de “ cada um dê conforme determinou o seu coração, não com pesar ou por obrigação, pois Deus ama a quem dá com alegria” (2 Cor., 9:7, Sagrada, 1999).

Analisar o “coração” como algo transcendente foge ao escopo deste estudo. Por isso, foram eleitas para essa investigação características mais racionais, condizentes com o ambiente em que a igreja está inserida - escândalos morais,

desconfiança, perda de fiéis e arrecadação - perceptíveis pelos fiéis e consagradas pela literatura de estudos corporativos.

Este estudo enfatiza o doador e a organização sem fins lucrativos religiosa ao analisar fatores como a reputação, a percepção de governança da paróquia, o carisma do pároco, a confiança dos fiéis na paróquia e a religiosidade do fiel/doador na intenção de doar dinheiro para essa instituição. Para atingir os fins deste trabalho, são feitas as seguintes generalizações: todas as entregas, em dinheiro, para a igreja chamar-se-ão de doações; a paróquia representa uma fração do todo chamado de igreja católica.

2.2. REPUTAÇÃO DA PARÓQUIA

O caminho percorrido por Walker (2010) para organizar uma definição global sobre reputação corporativa resultou numa construção coletiva pautada nas contribuições de diversos estudos sobre este tema, por exemplo, Wartick (2002), Barnett et al. (2006), Brown et al. (2006), Berger e Luckmann (1966), Carter e Deephouse (1999). Assim, Walker (2010) conclui a definição de reputação corporativa como sendo uma representação de ações passadas agregadas com perspectivas futuras, perceptível, comparável, e relativamente estável.

Walker (2010) também aponta para aspectos que contribuem para a compreensão do fenômeno reputação. Ao afirmar que a reputação é uma representação agregada, ou seja, uma entidade é formada por vários aspectos e cada um tem sua reputação específica, toma como exemplo o caso do varejista Wal-Mart, que tem uma excelente reputação de lucratividade, porém, uma reputação ruim quanto ao trato de funcionários. Ademais, a reputação de uma entidade pode ser oriunda de seus resultados e/ou de seu comportamento (Parker et al., 2019). Isto é, a

reputação pode ser positiva ou negativa (Brown et al., 2006; Mahon, 2002; Rhee & Haunschild, 2006).

Mesmo uma entidade milenar como a igreja católica apostólica romana está ciente de que seus erros e más ações podem afetar sua credibilidade e reputação perante aqueles que confiam seus recursos a ela para que esta cumpra sua missão (*Vatican news*, 2022b). De fato, a história dessa instituição religiosa é marcada por eventos antagônicos.

De um lado, o mundo percebe uma entidade que “produz” pessoas altamente virtuosas (santos), que funda leprosários (648), hospitais (5.167), orfanatos (10.124), casas para idosos, doentes crônicos e deficientes (15.699), centros de educação e reeducação social (3.663) e outras 36.386 ações voltadas para a caridade e conversão dos povos (Aquino, 2022b). De outro lado, de forma concomitante, eclodem os escândalos sobre a vida desvirtuada de clérigos ou religiosos (Barth, 2010) e, de forma mais velada, os casos de pedofilia (Marotta, 2021).

Hoje, com a divulgação de alguns escândalos, a exemplo do caso de abusos sexuais a menores de idade, entre os anos de 1950 e 2020, por padres, religiosos e leigos dentro da igreja ou ambientes ligados a ela, na França (Coex, 2021b), a Igreja reconhece o problema. Também manifesta solidariedade, mostra vontade de enfrentá-lo, promete punição aos criminosos e acompanhamento as vítimas de pedofilia e pede perdão pelos demais erros cometidos ao longo de sua história (CTI, 2000; Jaguraba, 2019; Kusz, 2021; Bonaventure, 2021; Tornielli, 2022). Porém, o silêncio anterior e os traumas causados às vítimas ressoam na sua história e contribuem para degradação de sua reputação (Kusz, 2021; Joshi & McKendall, 2018)

No Brasil, em meio a ações solidárias voltadas para amenizar os efeitos da Pandemia da Covid-19 em 260 mil pessoas (Collet, 2020), há um caso emblemático,

que corre em segredo de justiça, mas com ciência do Vaticano. Trata-se da investigação de desvio de 120 milhões de reais oriundos de doação de fiéis a uma associação católica. O suspeito de tal delito é o padre que fundou e responde pela associação. Sobre ele pesam, entre outras acusações, apropriação indébita, associação criminosa e lavagem de dinheiro (Oliveira, 2020).

Escândalos à parte, sendo a reputação algo perceptível (Keh & Xie, 2009), as perspectivas das partes interessadas numa entidade como formadoras de juízo de valor também são investigadas (Rindova, 2005). Ao tentar responder uma questão que o preocupa, o *stakeholder*, num processo cognitivo, analisa o que percebe juntamente com experiências passadas e tenta prever o comportamento da entidade em assuntos relacionados, por exemplo, a confiabilidade, honestidade e competitividade (Bitektine, 2011).

Nas instituições de caridade, por exemplo, foi verificado que a reputação, juntamente com o tamanho e importância da entidade, pode ser considerada um antecedente da confiança que se deposita nesta instituição (Furneaux & Wymer, 2015). Meijer (2009) afirma que quanto melhor for a reputação de uma entidade caritativa, mais doadores ela irá atrair. Tal estudo foi aplicado com o foco em cinco instituições filantrópicas e usou a educação, a renda familiar e a frequência à igreja dos respondentes como variáveis de controle. Schultz, Einwiller, Seiffert-Brockmann, e Weitzl (2019) mostraram que a reputação é antecedente das crenças de confiança, que por sua vez, impactam as intenções comportamentais em organizações sem fins lucrativos suíças.

Diante do exposto, observa-se que na igreja coexistem as duas formas de reputação, a oriunda de seus comportamentos inadequados (escândalos sexuais e financeiros) e a oriunda de seus resultados positivos (ações de caridade). Apesar

disso, a paróquia frequentada regularmente por fiéis pode ter reputação de ser honesta e respeitável. Assim, a exemplo das instituições de caridade, a reputação positiva pode influenciar a intenção de doar dinheiro para a paróquia. Daí a primeira hipótese do estudo:

Hipótese (H₁): A reputação (positiva) da paróquia impacta positivamente a intenção de doar dinheiro para essa instituição.

2.3. CONFIANÇA NA PARÓQUIA

A falta de uma definição clara do termo confiança faz dele um fenômeno complexo para as organizações (Behl, 2020), derivando diversos olhares quanto aos tipos de confiança. Siegrist (2019) sugere três categorias de confiança no domínio do risco: confiança (*trust*) geral (referente à segurança que se tem nas pessoas quando as conhece pela primeira vez), confiança (*trust*) social (crença firme acerca de alguém) e confiança (*confidence*), isto é, confiar em pessoas e em organizações que não estejam pessoalmente envolvidos com base em experiências anteriores. Hoppes e Holley (2014), por sua vez, estabelecem três tipos de confiança: confiança vertical, que ocorre entre gerentes e funcionários; confiança horizontal, que ocorre entre colegas de trabalho e confiança organizacional, a qual ocorre entre a equipe e a organização. Já Ebert (2009), para deixar a confiança mais tangível, sintetizou oitocentos artigos sobre confiança nos relacionamentos e obteve quarenta variáveis-chave identificadas em três tipos de interação: confiança entre pessoas, confiança entre organizações e confiança entre uma pessoa e uma organização.

Categorias à parte, a confiança pode ser entendida como “um estado psicológico que compreende a intenção de aceitar a vulnerabilidade com base em expectativas positivas das intenções ou comportamento de outra pessoa” (Rousseau

et al., 1998, p. 395). Já a confiança na organização envolve a competência de sobreviver e dos líderes, uma liderança aberta e honesta, preocupação genuína com os funcionários, a expectativa de um comportamento alinhado entre discurso e ações, e identificação dos funcionários com a organização em função dos objetivos, metas, valores, crenças e normas (Vokić et al., 2020; Shockley-Zalabak et al., 2000).

No contexto de doação, Taniguchi e Marshall (2014) afirmam que a confiança institucional importa mais para prever doações do que para prever o voluntariado. A intenção de doar está relacionada, também, à confiança que o doador tem na entidade sem fins lucrativos e à qualidade de serviços prestados, pois a percepção da confiabilidade é necessária para que haja envolvimento e fidelização dos doadores (Robson & Hart, 2020; Melián-Alzola & Martín-Santana, 2020; Shehu et al., 2016). Robson e Hart (2021) mostraram que os níveis de confiança em instituições de caridade locais e nacionais no Reino Unido correlacionam-se positivamente com a intenção de doação de alguma coisa (tempo, dinheiro, bens) para essas instituições.

No que diz respeito à igreja, Finkelhor e Araji (1986), no tocante a abuso infantil, perceberam que o declínio da confiança direcionada ao agressor pode ser estendida àqueles que falharam em proteger a criança. Por conseguinte, como os padres são símbolos de poder e confiança da fé católica, quando essa confiança é violada por meio de tais atos por padres, o declínio da confiança da vítima também é estendido a igreja, ao sacerdócio e a sua relação com Deus (Rossetti, 1995; Guido, 2008, Easton et al., 2019). Os efeitos da traição dessa confiança também são verificados em adultos da paróquia que não foram abusados por padres, bem como, em toda a comunidade. Entre esses impactos estão uma mágoa para com os líderes da igreja e dificuldades para separar o seu relacionamento com Deus do relacionamento com a igreja (Kline et al., 2008).

Apesar disso, um exemplo da confiança na igreja foi evidenciado nas Filipinas durante a Covid-19 quando o governo viu a hesitação dos filipinos para aderir ao programa de vacinação contra o vírus. Devido a confiança depositada nesta igreja pelos filipinos, o governo sugeriu que os bispos se vacinassem em público na tentativa de estabelecer confiança na campanha e aliviar o medo de vacinação. Ao que os bispos responderam de forma positiva (Gopez, 2021).

Assim, neste estudo, é esperado que quando os fiéis de alguma diocese da igreja católica apostólica romana confiam na paróquia frequentada regularmente e percebem que a paróquia é verdadeiramente sincera nas promessas e com eles, tratando-os de forma justa, eles têm intenção de doar dinheiro para essa instituição.

Assim, é proposta a segunda hipótese do modelo conceitual:

Hipótese (H₂): A confiança na paróquia impacta positivamente a intenção de doar dinheiro para essa instituição.

2.4. GOVERNANÇA DA PARÓQUIA

Diversos autores entendem que as organizações sem fins lucrativos precisam adotar práticas de gestão, financeira, fiscal e contábil transparentes, pois são dependentes de doações individuais, organizacionais e governamentais (Lacruz, Rosa, & Oliveira, 2023; Ananzeh et al., 2022; Harris & Neely, 2021; Lacruz, Nossa, Lemos, & Guedes, 2021a; 2021b; Harris et al., 2015; Elson et al., 2007). O emprego de práticas de governança tem impactado as doações tanto por parte das organizações que doam para a filantropia quanto das instituições que recebem as contribuições (Ananzeh et al., 2022; Harris & Neely, 2021; Harris et al., 2015).

Ao estudarem mais de 14.000 organizações sem fins lucrativos de diversos setores do *National Council on Charitable Statistics* nos Estados Unidos, Harris e Neely (2021) mostraram que a transparência, um dos princípios da governança corporativa, está positivamente associada ao aumento de contribuições para essas instituições. A transparência, por sua vez, é maior quando há fornecimento de melhores e mais informações às partes interessadas, principalmente nos estados que exigem a divulgação pública de demonstrações financeiras auditadas. Essas descobertas são corroboradas e/ou incrementadas por Harris et al. (2015) e Ananzeh et al. (2022).

No Brasil, Adonai et al. (2023a) mostraram que a governança contribui para que as organizações sem fins lucrativos brasileiras recebam doações. Em outro estudo, Adonai et al. (2021a) também mostraram que a gestão, prestação de contas, transparência e auditoria impactaram positivamente as doações recebidas por 108 instituições.

A influência da governança corporativa varia de acordo com os diferentes sistemas políticos, jurídicos, sociais, econômicos (Ngatno et al., 2000) e, inclusive, com a religião de um país (Kim & Daniel, 2016; Nakpodia et al., 2020). Sabe-se também que as organizações religiosas têm seus próprios mecanismos de governança, a exemplo da igreja católica (Rost et al., 2017; Pfang, 2015, Nunes & d'Angelo, 2020).

Com base no Código de Direito Canônico (*Código de direito canônico*, 2019) e no Formulário para o relatório quinquenal, espécie de prestação de contas ao chefe da Igreja, que é o Papa, Pfang (2015) delineia um modelo eclesial de governança a nível de diocese composto por três construtos: mecanismos, conformidade e desempenho. Afirma que os construtos estão consonantes aos documentos base,

provando que a igreja católica tem estrutura de governança própria e que o modelo organizado por ele permite um governo da diocese eficaz sem desvirtuar de sua missão espiritual.

Nunes e d'Angelo (2020), por sua vez, propõem acrescentar ao modelo de governança eclesiástica de Pfang (2015) a prática da evidenciação. Ao aplicar seu próprio modelo nas dioceses do Brasil, Espanha e Itália fizeram as seguintes constatações sobre a adesão das dioceses a essas práticas de governança: a maior adesão se refere às práticas do Mecanismo (efetividade da gestão da cúria diocesana) e às de desempenho (número de sacramentos ministrados para a salvação das almas); as práticas que se seguem são a evidenciação (transparência e prestação de contas) e as de conformidade (*compliance* – de acordo com a tríplice missão do bispo de ensinar, santificar e governar), esta última, a prática com menor nível de adesão.

As práticas de governança ligadas ao Mecanismo se realizam nas paróquias por meio da constituição de um Conselho Pastoral Paroquial (CPP) composto por fiéis e pelo pároco para ajudar na ação pastoral da paróquia (Código de direito canônico, 2019, Cân. 536, para.1); por um Conselho para Assuntos Econômicos (CAE) para que os fiéis auxiliem o pároco na administração dos bens temporais da igreja (Código de direito canônico, 2019, Cân. 537), sendo excluídos deste conselho parentes do pároco até o quarto grau de consanguinidade ou afinidade (Código de direito canônico, 2019, Cân. 492); também é determinado que se crie uma Equipe Pastoral de Administração (EPA) cujas funções é executar ações administrativas concretas, tais como, o registro financeiro e patrimonial da paróquia, conservando-os prontos e disponíveis para apreciação por autoridades competentes e a elaboração de prestação de contas (Código de direito canônico, 2019, Cân. 1287-1289).

O Código de direito canônico (2019) define que os fiéis têm obrigação de prover a igreja em suas necessidades, quais sejam, o culto divino, as obras de apostolado e caridade, o honesto sustento de seus ministros (Código de direito canônico, 2019, Cân.222, para.1), além de promover a justiça social e auxiliar os pobres (Código de direito canônico, 2019, Cân.222, para.2).

A CNBB, em documento próprio (CNBB, 2016), exorta as comunidades no Brasil à opção pelo dízimo como forma habitual de manter essas comunidades e sua ação evangelizadora. O mesmo documento explica os fundamentos bíblicos e eclesiais do dízimo, bem como, suas dimensões e finalidades, as quais tratam de uma estruturação do Cân.222, paras.1 e 2, do Código de direito canônico (2019).

Já a prática da Evidenciação que, segundo Nunes e d'Angelo (2020), é a terceira prática de maior adesão nas dioceses, pode ser verificada na paróquia no preceito onde afirma-se que “os administradores prestem contas aos fiéis dos bens por eles oferecidos à igreja, segundo normas a estabelecer pelo direito particular” (Código de direito canônico, Cân. 1287, para.2). O documento 106 (CNBB, 2016) veio, também, endossar esse cânon ao orientar que a divulgação dos valores arrecadados com o dízimo, bem como, de sua aplicação nas quatro dimensões, deve ser periódica para motivar os dizimistas a perseverança e aprofundar o senso de comunidade e missionariedade.

Desta forma, espera-se que, quando os fiéis percebam o cumprimento da aplicação do dízimo e demais entregas da paróquia em suas devidas dimensões – religiosa, missionária, eclesial e social (Código de direito canônico, 2019, Cân. 222, para.1; CNBB, 2016) –, bem como, sua divulgação, em consonância com a prática de governança da evidenciação (transparência e prestação de contas), se perceba a

governança da paróquia e que esta interfira positivamente na intenção de doar dinheiro para esta instituição.

Assim, são propostas as hipóteses:

Hipótese (H₃): A governança da evidenciação percebida no que se refere às finalidades religiosa (a), missionária (b), caritativa (c), e eclesial (d) impacta positivamente a intenção de doar dinheiro para a paróquia.

2.5. CARISMA DO PÁROCO

Segundo o Catecismo da Igreja Católica (*CIGC, 1993*), no parágrafo 799, os carismas são “graças especiais para fins eclesiais para a edificação da igreja, o bem dos homens e as necessidades do mundo”. No parágrafo. 1831, também são chamados de “dons do espírito santo. São eles: sabedoria, entendimento, conselho, fortaleza, ciência, piedade e temor de Deus”. No entanto, neste trabalho será utilizado o conceito adotado no mundo corporativo, pois o carisma visto como uma “habilidade desconhecida ou miraculosa” é inútil para a ciência porque não pode ser pesquisado de forma sistemática (Banks et al., 2017, p. 509).

Para Antonakis et al. (2016, p. 304), “carisma é uma sinalização do líder baseada em valores, simbólica e carregada de emoções”. Para Grabo et al. (2017), pode ser agrupado em quatro categorias: traços individuais do líder, comportamentos dos seguidores, influências organizacionais e contextuais e resultados obtidos pelo líder e liderados.

Assim, a relação entre a liderança carismática e os liderados envolve laços fortes, senso de missão coletivo e identidade coletiva. Por parte do líder, essa relação envolve inspiração, afeto, assertividade pró-social, ações baseadas em valores,

articulação de uma visão baseada no compartilhamento de valores, abertura à experiência, habilidade cognitiva, competência, definição de expectativas altas, comunicação eficaz, capacidade de influenciar, contato visual, trajés informais e que contrastem com a cultura da organização, entusiasmo e otimismo sobre o futuro, comportamentos verbais e não verbais. Já por parte dos liderados, essa relação envolve identificação social com o líder, admiração, respeito e confiança (Ernst et al., 2022; Maran et al., 2021; Nassif et al., 2021; Maran et al., 2019; Banks et al., 2017; Antonakis et al., 2016; Antonakis et al., 2011; Howell & Shamir, 2005; Waldman et al., 2001).

No que diz respeito à liderança religiosa, para Grandy (2013) a literatura até então, considerava essa liderança como carismática, transformacional e servidora, pois os pastores estão a serviço da fé. Assim, propõe estender a noção de liderança estratégica para a igreja. Ao analisar um processo de mudança em uma igreja católica no Canadá, mostrou que o pároco responsável implementou quatro ações: desestabilização do *status quo*, a construção de um modelo de liderança compartilhada, a criação de uma visão compartilhada e o desenvolvimento de uma cultura de comunidade e aprendizagem. Essas ações contribuíram para melhorar o desempenho dessa igreja.

Já Anshel e Smith (2014, p. 1046), entendem que diversos fatores individuais contribuem para que esses atores sociais promovam comportamentos saudáveis nas instituições religiosas: “credibilidade, habilidades de comunicação e de persuasão, audiência semanal cativa, domínio sobre textos religiosos e alinhamento de ações e rituais com os valores e na espiritualidade de uma pessoa referentes a uma vida saudável”.

Neste estudo, também é esperado que a visão estratégica e articulação (Conger et al., 2000) do pároco contribua para aumentar a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia. Isto é, uma visão baseada em novas ideias, metas estratégicas e organizacionais inspiradoras, reconhecimento de novas oportunidades (condições físicas e sociais favoráveis) para cumprir os objetivos e metas da paróquia, é inspirador, motivador e articulador de ações entre os membros da paróquia.

Assim, é proposta a hipótese:

Hipótese (H_{4a}): A visão estratégica e articulação do pároco impacta positivamente a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia.

Também é esperado que quando o pároco se envolve em atividades que envolvem risco e custo pessoais para cumprir os objetivos e metas (Conger et al., 2000) da paróquia contribua para a para aumentar a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia.

Assim, é proposta a hipótese:

Hipótese (H_{4b}): O risco assumido pelo pároco impacta positivamente a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia.

Outras duas características do carisma do pároco envolvem a sensibilidade ao meio ambiente e às necessidades dos fiéis. A primeira diz respeito ao reconhecimento rápido das restrições do ambiente físico (limitações tecnológicas, falta de recursos etc.), do ambiente social e cultural da paróquia (normas culturais, falta de apoio popular etc.) que podem atrapalhar o alcance dos objetivos da paróquia. A segunda se refere à sensibilidade do pároco às necessidades e sentimentos, expressando a preocupação pessoal com as necessidades e sentimentos de outros membros da paróquia (Conger et al., 2000).

Assim, são propostas as hipóteses:

Hipótese (H_{4c}): A sensibilidade do pároco às restrições do meio ambiente impacta positivamente a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia.

Hipótese (H_{4d}): A sensibilidade do pároco às necessidades e sentimentos dos membros impacta positivamente a intenção deles de doar dinheiro para a paróquia.

Por fim, quando o pároco adota um comportamento pouco convencional (Conger et al., 2000), ou seja, utiliza meios não tradicionais para cumprir os objetivos e as metas da paróquia, exibindo um comportamento único que surpreende outros membros da paróquia, também é esperado que contribua para aumentar a intenção de doar dinheiro.

Assim, é proposta a hipótese:

Hipótese (H_{4e}): O comportamento pouco convencional do pároco impacta positivamente a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia.

2.6. RELIGIOSIDADE

As implicações práticas do papel da religiosidade nas relações ainda são debatidas em espaços acadêmicos devido a posições contraditórias mantidas por diferentes grupos religiosos, inclusive quanto ao seu papel na moralidade e ética dos indivíduos (Arli et al., 2019). Um exemplo disso está em Tuttle e Davis (2015), os quais verificaram que a religião reduz a chance de infidelidade conjugal.

No tocante a intenção de doar, foi verificado que a religiosidade interfere nessa intenção (Septianto, 2020; Paxton et al., 2014; Ranganathan & Henley, 2008; Reitsma et al., 2006). No entanto, quando se trata de doações específicas, são encontrados estudos onde se verificou, por exemplo, que não há relação entre religiosidade e

doação de sangue (Gillum & Masters, 2010) e nem de órgãos e corpos (Stephenson et al., 2008; Carmack & DeGroot, 2020). Esse fato foi posteriormente verificado, inclusive, num país predominantemente islâmico onde se assume que as ações são moldadas pela religião (Fagah et al., 2015), bem como, no Brasil, onde a população é altamente religiosa (Zucoloto et al., 2022).

Ainda a respeito da intenção de doar órgãos, Duivenbode et al. (2020) concluíram que as crenças normativas religiosas não são uniformes ou unívocas e que há uma incerteza entre os muçulmanos se a doação de órgãos é religiosamente permissível. Por outro lado, quando se trata de doação de dinheiro, a religiosidade é considerada um fator positivo significativo nas relações (Kasri & Chaerunnisa, 2022; Daud et al., 2022; Abreu et al., 2015).

Sabe-se que é instrução das religiões que seus adeptos se envolvam em comportamentos pró-sociais (Gillum & Masters, 2010). No entanto, sabe-se, também, que existem muitas formas de ser religioso, graus de fé ou literalismo bíblico que podem influenciar o comportamento moral de indivíduos de uma religião e, por conseguinte, um comportamento generoso diferente (Johnson et al., 2016; Graham et al., 2009). Sobre a forma de ser religioso, no Brasil, por exemplo, 72,1% das pessoas se acha religiosa independente de ir à igreja (Haerpfer, 2022) enquanto se sabe que a frequência a serviços religiosos pode ser usada como medida adicional de religiosidade (Greenway et al., 2019).

Alguns estudos consideram a proposta de Allport e Ross (1967), quanto as motivações religiosas/religiosidade de um indivíduo, ao separá-las em orientações intrínsecas (onde se vive a religião para fins sublimes) e orientações extrínsecas (onde se usa a religião para fins escusos), apesar dessa separação apresentar

preocupações conceituais e metodológicas, principalmente, quanto a questões sobre sua definição, medição e considerações culturais (Park, 2021).

A investigação dos efeitos da religiosidade nas funções de atitude de valor e de ajuste social de consumidores de duas religiões em dois países (católicos em Portugal e muçumanos na Turquia), verificou que a religiosidade intrínseca teve efeito negativo nas variáveis propostas, nos dois países, bem como, que a religiosidade extrínseca teve efeito positivo nas mesmas variáveis em ambos os países (Çavuşoğlu et al., 2021). Resultados semelhantes foram obtidos no que tange a intenção de doar em Maleki e Hossine (2020), onde a religiosidade não motivou a doação por aplicativo e em Aji et al. (2020), onde a religiosidade intrínseca não foi capaz de afetar diretamente essa intenção, ambos os estudos no contexto muçumano de doação on-line.

O papel moderador da religiosidade foi confirmado nos estudos de Hopkins et al. (2014), Teah et al. (2014), Sarea e Bin-Nashwan (2020), Deb (2021), Chetioui et al. (2022) e Susanto et al. (2022). Já no que tange a doação de órgão, Umair et al. (2021) verificaram que valores internos relacionados a crença fortaleceram/moderaram a relação entre a vontade de doar órgãos e a assinatura do cartão de doador, o que contrasta com os estudos de Gillum & Masters (2010), Stephenson et al. (2008); Carmack & DeGroot (2020), Fagah et al. (2015), Zucoloto et al. (2022), onde foi verificado que a religiosidade não interfere na intenção de doar.

Diversas escalas são utilizadas para capturar a religiosidade de uma amostra, a exemplo de Hopkins (2014) e Baber (2021), que utilizam escalas aplicadas a qualquer população religiosa; Morgan (2004), que usa uma escala preparada para capturar a religiosidade de afro-americanos na doação de órgãos e Abou-Youssef et al (2015) que procuram capturar a religiosidade islâmica. No entanto, como este estudo investiga a intenção de doar de adeptos de uma religião específica para uma

instituição específica, a igreja católica, será utilizada uma escala para medir a religiosidade no contexto da cultura brasileira (Esperandio, 2019) e o seu poder moderador, já que para se testar a influência das variáveis preditoras (Reputação da paróquia, Carisma do pároco, Confiança na paróquia e Governança percebida) vão se utilizar escalas já testadas no terceiro setor em geral e/ou no mundo corporativo.

Diante do exposto, são propostas as seguintes hipóteses sobre a religiosidade:

Hipótese (H_{5a}): A religiosidade modera (fortalece) a relação entre a reputação da paróquia e a intenção de doar dinheiro para essa instituição.

Hipótese (H_{5b}): A religiosidade modera (fortalece) a relação entre a confiança na paróquia e a intenção de doar dinheiro para essa instituição.

Hipótese (H₅): A religiosidade modera (fortalece) a relação entre a governança da evidenciação percebida na paróquia – no que se refere às finalidades religiosa (c); missionária (d); caritativa (e); e eclesial (f) – e a intenção de doar dinheiro para essa instituição.

Hipótese (H₅): A religiosidade modera (fortalece) a relação entre o carisma do pároco – visão estratégica (g), risco pessoal (h), sensibilidade ao meio ambiente (i) e às necessidades dos membros (j); e comportamento não convencional (k) – e a intenção de doar dinheiro para essa instituição.

A Figura 1 mostra o modelo conceitual discutido acima.

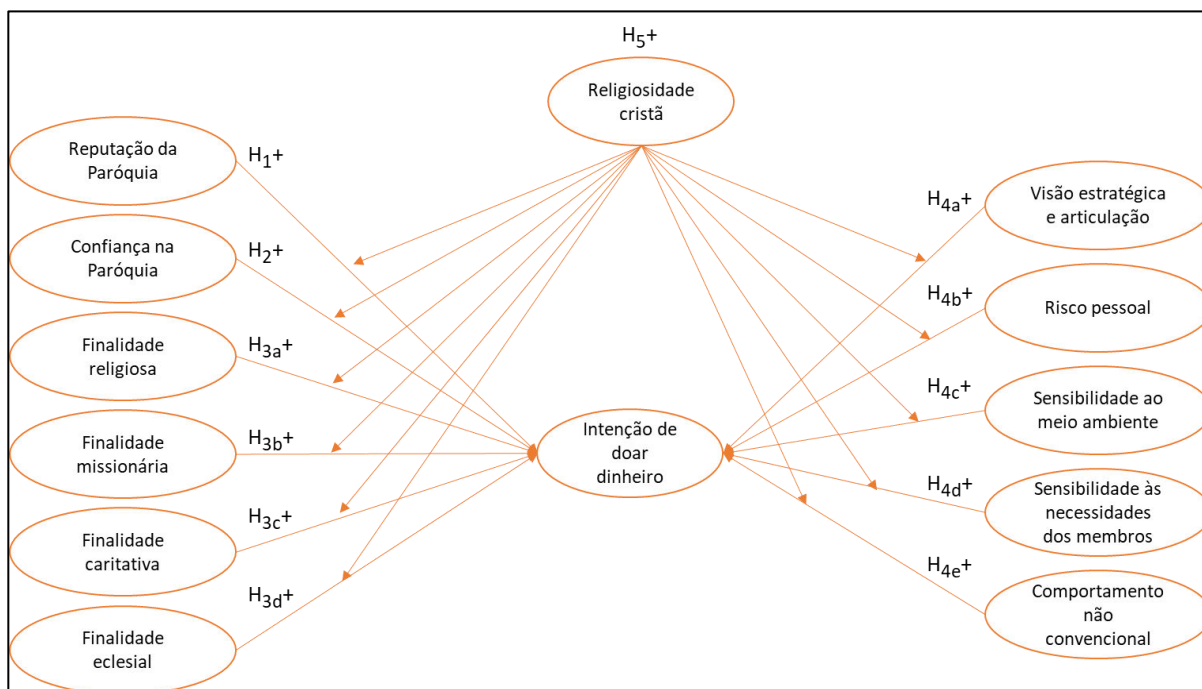


Figura 1: Modelo conceitual proposto.
Fonte: Elaborado pela autora.

Capítulo 3

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 PARTICIPANTES

A população alvo deste estudo são as pessoas que seguem a religião católica apostólica romana residentes no Brasil. O questionário foi acessado por 225 pessoas, mas 12 responderam que seguiam outras religiões e duas foram consideradas respostas inválidas. Portanto, obteve-se 211 respostas válidas, *a priori*, uma amostra adequada, pois conforme os parâmetros do G*Power 3 (versão 3.197) o número de respostas necessárias era 178, para um efeito de Cohen (f^2) esperado = 0,15 (médio); nível de poder estatístico desejado = 0,95; nível de probabilidade = 0,05; e quantidade de preditores, ou seja, a variável latente que recebe a maior quantidade de setas = 11 (Faul et al., 2009).

O perfil capturado encontra-se detalhado na Tabela 1. Verifica-se que a maioria dos participantes é de mulheres (58,29%). A maioria dos participantes frequenta regularmente paróquias na região nordeste (50,71%) seguidos pela região sudeste (37,44%) do Brasil. Na amostra predominaram pessoas nascidas entre 1980 e 1994 (40,28%), seguidas por nascidos entre 1965 e 1979 (35,7%). A amostra é composta por 37,44% de solteiros, enquanto 47,39% da mesma não tem filhos. A renda mensal dos participantes encontra-se distribuída com predominância na faixa entre R\$5.501,00 e R\$11.000,00 (23,7%), enquanto a escolaridade predominante é a Pós-Graduação (Especialização/MBA) (33,18%) seguida pelo mestrado e doutorado (29,38%).

TABELA 1: PERFIL DEMOGRÁFICO DOS RESPONDENTES

Dados demográficos		n	%
Manifestação biológica de sexo	Feminino	123	58,29
	Masculino	86	40,76
	Preferiu não dizer	2	0,95
Região	Centro-oeste	13	6,16
	Nordeste	107	50,71
	Norte	11	5,21
	Sudeste	79	37,44
	Sul	1	0,47
Ano de nascimento	A partir de 1995	28	13,27
	Até 1964	24	11,37
	Entre 1965 e 1979	74	35,07
	Entre 1980 e 1994	85	40,28
Estado civil	Casado/união estável	102	48,34
	Divorciado/separado	24	11,37
	Solteiro	79	37,44
	Viúvo	6	2,84
Nº de filhos	1	32	15,17
	2	51	24,17
	3 a 5	28	13,27
	Nenhum	100	47,39
Renda mensal	Sem renda	16	7,58
	Até R\$ 1.100,00	13	6,16
	Entre R\$ 1.101,00 e R\$ 2.200,00	36	17,06
	Entre R\$ 2.201,00 e R\$ 4.400,00	38	18,01
	Entre R\$ 4.401,00 e R\$ 5.500,00	24	11,37
	Entre R\$ 5.501,00 e R\$ 11.000,00	50	23,70
	Entre R\$ 11.001,00 e R\$ 15.500,00	12	5,69
	Entre R\$ 15.501,00 e R\$ 22.000,00	11	5,21
Acima de R\$ 22.000,00	11	5,21	
Escolaridade	Ensino Fundamental (incompleto/completo)	2	0,95
	Ensino Médio (incompleto/completo)	22	10,43
	Ensino Superior (incompleto/completo)	55	26,07
	Mestrado ou Doutorado	62	29,38
	Pós-graduação (Especialização / MBA)	70	33,18

Fonte: Dados da pesquisa

3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O questionário tem 54 itens divididos em três partes: Na parte I, além do Consentimento e Assentimento Livre e Esclarecido, foi feita uma pergunta de controle da população da pesquisa: Qual religião você segue? Caso a resposta fosse “Outras religiões”, o respondente foi direcionado para uma página de agradecimentos por sua

participação. Caso fosse “Católica Apostólica Romana”, o respondente foi encaminhado para a parte II, na qual foi inquirido sobre os itens dos construtos.

O construto intenção de doar dinheiro para uma paróquia foi baseado na escala de Thomas e Jadeja (2021), a partir dos estudos de Dogan et al. (2020) e Smith e McSweeney (2007) com três itens. O construto reputação da paróquia foi baseado em Ghoorah (2021) e adaptado para este trabalho com três itens. O construto confiança na paróquia foi adaptado da escala de Bansal et al. (2004) composto por cinco itens. O construto carisma do paróco foi baseado na escala de liderança carismática de Conger et al. (2000), construída com base no estudo de Conger et al. (1997). Embora seja um constructo de segunda ordem, nesta pesquisa, foi medido pelos cinco constructos de primeira ordem – visão estratégica e articulação, risco pessoal, sensibilidade ao meio ambiente, sensibilidade às necessidades dos membros, comportamento não convencional – totalizando 20 itens. As questões sobre a percepção da governança foram extraídas do Código de Direito Canônico (2019, Cân 222, para. 1) e da CNBB (2016). Finalmente, o construto da religiosidade cristã foi extraído de Esperandio et al. (2019), com dez afirmativas.

Todos os construtos foram medidos por uma escala Likert de cinco pontos, na qual 1 = discordo totalmente e 5 = concordo totalmente, com exceção dos itens relacionados à percepção de governança, cujas respostas foram “sim” e “não”. Os constructos estão detalhados na Figura 2.

Foi aplicado um pré-teste com 18 católicos com o objetivo de avaliar a clareza e compreensão do questionário, não havendo necessidade de ajustes.

Fonte	Perguntas originais	Perguntas adaptadas
-------	---------------------	---------------------

<p>Intenção de doar dinheiro (Thomas & Jadeja, 2021, p.5)</p>	<p>I would like to donate money to the NPO (Shape a Child's Future).</p> <p>I intend to donate money to the NPO (Shape a Child's Future).</p> <p>I will donate money to the NPO (Shape a Child's Future).</p>	<p>Gostaria de doar dinheiro para a paróquia que eu frequento regularmente.</p> <p>Pretendo doar dinheiro para a paróquia que eu frequento regularmente.</p> <p>Vou doar dinheiro para a paróquia que eu frequento regularmente.</p>
<p>Reputação (Ghoorah, 2021, p.13)</p>	<p>Australian not-for-profit organizations have a reputation for being honest.</p> <p>Australian not-for-profit organizations have a reputation for being reliable.</p> <p>Australian not-for-profit organizations have a reputation for being trustworthy.</p>	<p>A paróquia que eu frequento regularmente tem reputação de ser honesta.</p> <p>A paróquia que eu frequento regularmente tem reputação de ser confiável.</p> <p>A paróquia que eu frequento regularmente tem reputação de ser digna de confiança.</p>
<p>Confiança na organização (Bansal, Irving, & Taylor, 2004, p. 241)</p>	<p>I feel that I can trust my (company's name) completely.</p> <p>My (company's name) is truly sincere in its promises.</p> <p>My (company's name) is honest and truthful with me.</p> <p>My (company's name) treats me fairly and justly.</p> <p>I feel that (company's name) can be counted on to help me when I need it.</p>	<p>Sinto que posso confiar completamente na paróquia que eu frequento regularmente.</p> <p>A paróquia que eu frequento regularmente é verdadeiramente sincera nas suas promessas.</p> <p>A paróquia que eu frequento regularmente é honesta e sincera comigo.</p> <p>A paróquia que eu frequento regularmente me trata de forma justa e clara.</p> <p>Sinto que posso contar com a paróquia que eu frequento regularmente para me ajudar quando eu precisar.</p>
<p>Governança percebida (CNBB, 2016; Cân. 222, para.1 e Cân. 1287, para. 2, Código de Direito Canônico, 2019)</p>	<p>Os fiéis têm obrigação de prover às necessidades da igreja quanto ao culto divino, obras de apostolado e caridade, honesta sustentação dos ministros e auxiliar os pobres. Quanto aos administradores é determinado que se preste contas aos fiéis dos bens oferecidos à igreja.</p>	<p>Você acredita que os recursos arrecadados pela sua paróquia são devidamente aplicados na finalidade religiosa (ex.: côngruas/salários dos padres, diáconos e religiosos; manutenção das comunidades e da casa paroquial etc.)?</p> <p>Você acredita que os recursos arrecadados pela sua paróquia são devidamente aplicados na finalidade missionária (ex.: auxílio a outras paróquias, comunidades, pastorais missionárias, catequese etc.)?</p> <p>Você acredita que os recursos arrecadados pela sua paróquia são devidamente aplicados na finalidade caritativa (ex.: ajuda aos pobres, doentes e excluídos etc.)?</p> <p>Você acredita que os recursos arrecadados pela sua paróquia são devidamente aplicados na finalidade eclesial (ex.: repasse para manutenção dos seminários, cúria diocesana etc.)?</p>

Figura 2: Detalhamento dos constructos do modelo conceitual proposto.

Fonte: Elaborada pela autora.

Fonte	Perguntas originais	Perguntas adaptadas	
Carisma (Conger et al. 2000, p. 759)	Visão estratégica e articulação	<p>Has vision; often brings up ideas about possibilities for the future.</p> <p>Provides inspiring strategic and organizational goals.</p> <p>Consistently generates new ideas for the future of the organization.</p> <p>Entrepreneurial; seizes new opportunities in order to achieve goals.</p> <p>Readily recognizes new environmental opportunities (favorable physical and social conditions) that may facilitate the achievement or organizational objectives.</p> <p>Inspirational; able to motivate by effectively articulating the importance of what organizational members are doing.</p> <p>Exciting public speaker.</p>	<p>O pároco da paróquia que eu frequento regularmente...</p> <p>Tem visão e frequentemente traz à tona ideias sobre possibilidades para o futuro.</p> <p>Fornece metas estratégicas e organizacionais inspiradoras.</p> <p>Gera consistentemente novas ideias para o futuro da paróquia.</p> <p>É empreendedor e aproveita novas oportunidades para cumprir metas.</p> <p>Reconhece prontamente novas oportunidades ambientais (condições físicas e sociais favoráveis) que podem facilitar o alcance dos objetivos da paróquia.</p> <p>É inspirador, capaz de motivar articulando efetivamente a importância das ações dos membros da paróquia.</p> <p>É um orador emocionante.</p>
	Risco pessoal	<p>In pursuing organizational objectives, engages in activities involving considerable personal risk.</p> <p>Takes high personal risks for the sake of the organization.</p> <p>Often incurs a high personal cost for the good of the organization.</p>	<p>Envolve-se em atividades que envolvem risco pessoal considerável ao perseguir os objetivos da paróquia.</p> <p>Assume altos riscos pessoais para o bem da paróquia.</p> <p>Muitas vezes, incorre em um alto custo pessoal para o bem da paróquia.</p>
	Sensibilidade ao meio ambiente	<p>Readily recognizes constraints in the physical environment (technological limitations, lack of resources etc.) that may stand in the way of achieving organizational objectives.</p> <p>Readily recognizes constraints in the organization's social and cultural environment (cultural norms, lack of grassroots support etc.) that may stand in the way of achieving organizational objectives.</p> <p>Recognizes the limitations of other members of the organization.</p> <p>Recognizes the abilities and skills of other members of the organization.</p>	<p>Reconhece prontamente as restrições no ambiente físico (limitações tecnológicas, falta de recursos etc.) que podem atrapalhar o alcance dos objetivos da paróquia.</p> <p>Reconhece prontamente as restrições no ambiente social e cultural da paróquia (normas culturais, falta de apoio popular etc.) que podem atrapalhar o alcance dos objetivos da paróquia.</p> <p>Reconhece as limitações de outros membros da paróquia.</p> <p>Reconhece as habilidades inatas e as habilidades adquiridas de outros membros da paróquia.</p>
	Sensibilidade às necessidades dos membros	<p>Shows sensitivity to the needs and feelings of the other members of the organization.</p> <p>Influences others by developing mutual liking and respect.</p> <p>Often expresses personal concern for the needs and feelings of other members in the organization.</p>	<p>Mostra sensibilidade às necessidades e sentimentos dos outros membros da paróquia.</p> <p>Influencia os outros desenvolvendo simpatia e respeito mútuos.</p> <p>Frequentemente, expressa preocupação pessoal com as necessidades e sentimentos de outros membros da paróquia.</p>
	Comportamento não convencional	<p>Engages in unconventional behavior in order to achieve organizational goals.</p> <p>Use non-traditional means to achieve organizational goals.</p> <p>Often exhibits very unique behavior that surprises other members of the organization.</p>	<p>Envolve-se em comportamento não convencional para atingir as metas da paróquia.</p> <p>Usa meios não tradicionais para atingir as metas da paróquia.</p> <p>Frequentemente exibe um comportamento único que surpreende outros membros da paróquia.</p>

Figura 2: Detalhamento dos constructos do modelo conceitual proposto (Continuação).

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte	Perguntas originais	Perguntas adaptadas
Religiosidade (Esperandio et al., 2019)	<p>How often do you think about religious issues?</p> <p>To what extent do you believe that God or something divine exists?</p> <p>How often do you take part in religious services?</p> <p>How often do you pray?</p> <p>How often do you experience situations in which you have the feeling that God or something divine intervenes in your life?</p> <p>How interested are you in learning more about religious topics?</p> <p>To what extent do you believe in an afterlife—e.g., immortality of the soul, resurrection of the dead or reincarnation?</p> <p>How important is to take part in religious services?</p> <p>How important is personal prayer for you?</p> <p>How often do you experience situations in which you have the feeling that God or something divine wants to communicate or to reveal something to you?</p>	<p>Com que frequência você pensa sobre questões religiosas?</p> <p>Até que ponto você acredita na existência de Deus ou de algo divino?</p> <p>Com que frequência você costuma participar de serviços religiosos?</p> <p>Com que frequência você normalmente ora/reza?</p> <p>Com que frequência você passa por situações nas quais tem o sentimento de que Deus ou ser superior intervém em sua vida?</p> <p>Quanto você se interessa em aprender mais sobre assuntos religiosos?</p> <p>Até que ponto você acredita em vida após a morte – por exemplo, imortalidade da alma, ressurreição ou reencarnação?</p> <p>Que importância tem para você a participação em atividades religiosas?</p> <p>Qual é a importância da oração pessoal para você?</p> <p>Com que frequência você passa por situações nas quais tem o sentimento de que Deus ou alguma coisa divina quer se comunicar ou revelar alguma coisa para você?</p>

Figura 2: Detalhamento dos constructos do modelo conceitual proposto (Continuação).
Fonte: Elaborado pela autora.

3.3 COLETA DE DADOS E CUIDADOS ÉTICOS

Os dados foram coletados de forma *online* entre março e abril de 2023. Os respondentes foram convidados a participar da pesquisa por meio de convites enviados por e-mail e por grupos de *WhatsApp*, redes sociais e por meio da técnica de bola de neve (Patton, 1990), na qual os respondentes divulgam a pesquisa a outros possíveis respondentes, que fazem parte da população-alvo da pesquisa. Por isso, trata-se de uma amostra não probabilística, por conveniência e acessibilidade (Hair et al., 2005).

No convite para participar da pesquisa, foram observados todos os aspectos éticos, no que se refere às informações básicas do estudo, sua finalidade, riscos e desconfortos relacionados ao mesmo, ainda que mínimos, bem como a garantia de sigilo quanto à identificação dos participantes. Após esses esclarecimentos, o respondente só participaria da pesquisa após o aceite do Consentimento e Assentimento Livre e Esclarecido.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise das relações entre os construtos foi feita por meio da modelagem de equações estruturais utilizando o método da estimação dos mínimos quadrados parciais (*PLS – Partial Least Squares*) com o uso do programa *Smart PLS 4* (Ringle et al., 2022). Foi conduzida a Análise de Componentes Confirmatória (AFC) seguindo os procedimentos de Sarstedt et al. (2022). Foram usados os critérios das cargas externas, Alfa de Cronbach e confiabilidade composta e variância média extraída para avaliar a consistência interna e validade convergente do modelo de mensuração. Também foi utilizado o critério de *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) para avaliar a validade discriminante do modelo, conforme Sarstedt et al. (2022), complementado pelos critérios de Fornell e Larcker (1981) e de cargas cruzadas de Chin (1998). Por último, foram realizadas análises referentes aos coeficientes de determinação, do Fator de Inflação da Variância (VIF) e do efeito de Cohen (Bido & Silva, 2019; Sarstedt et al., 2022) para as relações propostas no modelo conceitual.

Capítulo 4

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1 VALIDAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO

A princípio, foi realizada a análise por meio da verificação dos critérios das cargas externas das variáveis e, ao considerar que os valores devem estar preferencialmente acima de 0,708 (Hair et al., 2019), percebeu-se que algumas cargas deveriam ser excluídas. Tal procedimento ocorreu de forma parcimoniosa, avaliando todos os critérios até a validação completa do modelo.

Assim, no constructo religiosidade cristã foram excluídas quatro cargas (REL5, REL6, REL7 e REL8). Ainda assim, três cargas ficaram abaixo de 0,708 (REL1, REL3 e REL9), conforme mostrado na Tabela 2. Contudo, essas cargas foram mantidas no modelo porque os demais critérios foram atendidos, bem como, para garantir a comparabilidade com outros estudos evitando excluir itens das escalas já validadas (Bido & Silva, 2019).

TABELA 2: CARGAS EXTERNAS, MÉDIAS E DESVIO PADRÃO

Constructos e variáveis		Cargas externas	Média	Desvio padrão	
Comportamento não convencional do pároco	COMP1	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente envolve-se em comportamento não convencional para atingir as metas da paróquia.	0,817	2,507	1,266
	COMP2	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente usa meios não tradicionais para atingir as metas da paróquia.	0,849	2,564	1,302
	COMP3	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente frequentemente exhibe um comportamento único que surpreende outros membros da paróquia	0,826	3,152	1,153
Confiança na igreja	CONF1	Sinto que posso confiar completamente na paróquia que eu frequento regularmente.	0,935	4,469	0,863
	CONF2	A paróquia que eu frequento regularmente é verdadeiramente sincera nas suas promessas.	0,927	4,479	0,824
	CONF3	A paróquia que eu frequento regularmente é honesta e sincera comigo.	0,897	4,460	0,852
	CONF4	A paróquia que eu frequento regularmente me trata de forma justa e clara.	0,853	4,403	0,912

	CONF5	Sinto que posso contar com a paróquia que eu frequento regularmente para me ajudar quando eu precisar.	0,826	4,081	1,023
Intenção de doar dinheiro à igreja	INT1	Gostaria de doar dinheiro para a paróquia que eu frequento regularmente.	0,921	3,986	1,153
	INT2	Pretendo doar dinheiro para a paróquia que eu frequento regularmente.	0,962	3,986	1,193
	INT3	Vou doar dinheiro para a paróquia que eu frequento regularmente.	0,962	3,924	1,263
Religiosidade	REL1	Quanto você se interessa em aprender mais sobre assuntos religiosos?	0,635	3,910	0,887
	REL2	Qual é a importância da oração pessoal para você?	0,702	4,592	0,720
	REL3	Até que ponto você acredita na existência de Deus ou de algo divino?	0,623	4,863	0,420
	REL4	Que importância tem para você a participação em atividades religiosas (cultos, missas, rituais religiosos, sessões; reuniões)?	0,879	4,180	1,007
	REL5	Até que ponto você acredita em vida após a morte – por exemplo, imortalidade da alma, ressurreição ou reencarnação?	*	4,133	1,151
	REL6	Com que frequência você pensa sobre questões religiosas?	*	4,370	0,721
	REL7	Com que frequência você passa por situações nas quais tem o sentimento de que Deus ou alguma coisa divina quer se comunicar ou revelar alguma coisa para você?	*	4,024	0,963
	REL8	Com que frequência você passa por situações nas quais tem o sentimento de que Deus ou ser superior intervém em sua vida?	*	4,479	0,671
	REL9	Com que frequência você normalmente ora/reza?	0,651	4,427	0,792
	REL10	Com que frequência você costuma participar de serviços religiosos (missas, cultos, sessões, estudos bíblicos, reuniões, grupos de oração etc.?)	0,792	4,275	0,991

Nota: * variáveis excluídas do modelo. O construto Religiosidade foi medido por duas escalas Likert de cinco pontos, onde a primeira varia de 1 [nem um pouco] a 5 [muitíssimo] e a segunda varia de 1 [nunca] e 5 [frequentemente]. As médias dos demais constructos devem ser interpretadas conforme a escala Likert de cinco pontos, que varia de 1 [discordo totalmente] a 5 [concordo totalmente],

TABELA 2: CARGAS EXTERNAS, MEDIAS E DESVIO PADRÃO (Continuação)

Constructos e variáveis			Cargas externas	Média	Desvio padrão
Reputação da paróquia	REP1	A paróquia que eu frequento regularmente tem uma reputação de ser honesta.	0,913	4,592	0,740
	REP2	A paróquia que eu frequento regularmente tem reputação de ser confiável.	0,960	4,630	0,714
	REP3	A paróquia que eu frequento regularmente tem reputação de ser digna de confiança.	0,949	4,626	0,728
Risco do paróco	RIS1	Envolve-se em atividades que envolvem risco pessoal considerável ao perseguir os objetivos da paróquia.	0,891	2,858	1,407
	RIS2	Assume altos riscos pessoais para o bem da paróquia.	0,950	2,858	1,355
	RIS2	Muitas vezes, incorre em um alto custo pessoal para o bem da paróquia.	0,889	2,934	1,304

Sensibilidade do pároco ao meio ambiente	SENMA1	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente reconhece prontamente as restrições no ambiente físico (limitações tecnológicas, falta de recursos etc.) que podem atrapalhar o alcance dos objetivos da paróquia.	0,786	3,744	1,087
	SENMA2	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente reconhece prontamente as restrições no ambiente social e cultural da paróquia (normas culturais, falta de apoio popular etc.) que podem atrapalhar o alcance dos objetivos da paróquia.	0,876	3,739	1,048
	SENMA3	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente reconhece as limitações de outros membros da paróquia.	0,881	3,844	1,082
	SENMA4	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente reconhece as habilidades inatas e as habilidades adquiridas de outros membros da paróquia.	0,875	3,801	1,041
Sensibilidade do pároco às necessidades dos membros	SENNEC1	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente mostra sensibilidade às necessidades e sentimentos dos outros membros da paróquia.	0,949	3,995	1,080
	SENNEC2	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente influencia os outros desenvolvendo simpatia e respeito mútuos.	0,934	4,052	1,122
	SENNEC3	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente, frequentemente, expressa preocupação pessoal com as necessidades e sentimentos de outros membros da paróquia	0,922	3,919	1,046

Nota: As médias e desvio padrão devem ser interpretadas de acordo com a escala Likert de cinco pontos, na qual 1 = discordo totalmente e 5 = concordo totalmente

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 2: CARGAS EXTERNAS, MEDIAS E DESVIO PADRÃO (Continuação)

Constructos e variáveis		Cargas externas	Média	Desvio padrão	
Visão estratégica e articulação do pároco	VIS1	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente tem visão e frequentemente traz à tona ideias sobre possibilidades para o futuro.	0,835	4,081	1,018
	VIS2	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente fornece metas estratégicas e organizacionais inspiradoras.	0,904	3,877	1,088
	VIS3	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente gera consistentemente novas ideias para o futuro da paróquia.	0,916	4,024	1,044
	VIS4	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente é empreendedor e aproveita novas oportunidades para cumprir metas.	0,882	3,872	1,086
	VIS5	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente reconhece prontamente novas oportunidades ambientais (condições físicas e sociais favoráveis) que podem facilitar o alcance dos objetivos da paróquia.	0,891	3,896	1,046

VIS6	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente é inspirador, capaz de motivar articulando efetivamente a importância das ações dos membros da paróquia.	0,879	4,000	1,142
VIS7	O pároco da paróquia que eu frequento regularmente é um orador emocionante.	0,700	3,844	1,142

Nota: As médias e desvio padrão devem ser interpretadas de acordo com a escala Likert de cinco pontos, na qual 1 = discordo totalmente e 5 = concordo totalmente.

Fonte: Dados da pesquisa.

Posteriormente, atendendo aos critérios do coeficiente de Alfa de Cronbach (Hair et al., 2019), todos os constructos apresentam valores acima de 0,70. Além disso, verificou-se também a consistência interna do modelo considerando os coeficientes de Confiabilidade Composta (ρ -c) e (ρ -a), que devem apresentar valores acima de 0,70 (Sarstedt et al., 2022). Considerou-se, também, a avaliação da Variância Média Extraída (AVE), que apresentou valores acima de 0,50. Portanto, identificou-se a validade convergente dos constructos (Sarstedt et al., 2022). Assim, evidencia-se a consistência interna e a validade convergente do modelo de mensuração, conforme Tabela 3.

TABELA 3: VALIDADE CONVERGENTE E CONSISTÊNCIA INTERNA

	α	CR rho_a	CR rho_c	AVE	COMP	CONF	FCAR	FECL	FMIS	FREL	INT	REL	REP	RIS	SENMA	SENNEC	VIS
COMP	0,784	0,815	0,870	0,690	0,831												
CONF	0,933	0,935	0,949	0,790	-0,056	0,889											
FCAR	1,000	1,000	1,000	1,000	0,004	0,388	1,000										
FECL	1,000	1,000	1,000	1,000	0,079	0,367	0,463	1,000									
FMIS	1,000	1,000	1,000	1,000	0,058	0,556	0,579	0,461	1,000								
FREL	1,000	1,000	1,000	1,000	0,091	0,410	0,399	0,573	0,662	1,000							
INT	0,944	0,947	0,964	0,900	-0,025	0,485	0,383	0,348	0,339	0,266	0,948						
REL	0,823	0,907	0,864	0,518	-0,014	0,405	0,206	0,214	0,174	0,205	0,571	0,720					
REP	0,935	0,942	0,959	0,885	-0,069	0,787	0,390	0,399	0,485	0,394	0,472	0,369	0,941				
RIS	0,896	0,905	0,935	0,828	0,457	0,141	0,100	0,134	0,139	0,141	0,194	0,066	0,099	0,910			
SENMA	0,878	0,888	0,916	0,731	0,027	0,577	0,352	0,241	0,437	0,258	0,476	0,289	0,354	0,350	0,855		
SENNEC	0,928	0,928	0,954	0,874	0,057	0,643	0,411	0,263	0,529	0,324	0,473	0,280	0,473	0,234	0,739	0,935	
VIS	0,940	0,945	0,952	0,741	0,091	0,649	0,375	0,300	0,543	0,397	0,568	0,380	0,516	0,391	0,738	0,771	0,861

Nota: COMP: Comportamento não convencional do pároco; CONF: Confiança na paróquia; REL: Finalidade religiosa da governança percebida; FMIS: Finalidade missionária da governança percebida; FCAR: Finalidade caritativa da governança percebida; FECL: Finalidade eclesial da governança percebida; INT: Intenção de doar dinheiro para a igreja católica apostólica romana; REL: Religiosidade; REP: Reputação da paróquia; RIS: Risco do pároco; SENMA: Sensibilidade do pároco ao meio ambiente; SENNEC: Sensibilidade do pároco às necessidades dos membros; VIS: Visão estratégica e articulação do pároco; rho-a e rho-c: Coeficientes de Confiabilidade Composta; AVE: Variância Média Extraída. O construto Religiosidade cristã foi medido por duas escalas Likert de cinco pontos, onde a primeira varia de 1 [nem um pouco] a 5 [muitíssimo] e a segunda varia de 1 [nunca] e 5 [frequentemente]. As médias dos demais constructos devem ser interpretadas conforme a escala Likert de cinco pontos, que varia de 1 [discordo totalmente] a 5 [concordo totalmente], com exceção das *dummies* que foram medidas com uma única variável (Sim ou Não).

Fonte: Dados da pesquisa.

A validade discriminante do modelo, considerando o critério de Fornell e Larcker (1981), foi verificada ao constatar-se que os valores da raiz quadrada da Variância Média Extraída (AVE) de cada construto, apresentados na diagonal e em negrito ainda na Tabela 3, são maiores que as correlações entre os demais constructos.

Também foi sustentada ao se considerar o critério Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) de correlações definido por Henseler et al. (2015), onde se aceita valores menores que 0,85 para constructos não correlatos. Esse critério também foi atendido conforme Tabela 4.

TABELA 4: VALIDADE DISCRIMINANTE – CRITÉRIO HTMT

	COMP	CONF	FCAR	FECL	FMIS	FREL	INT	REL	REP	RIS	SENMA	SENNEC	VIS
COMP													
CONF	0,112												
FCAR	0,016	0,403											
FECL	0,078	0,380	0,463										
FMIS	0,054	0,575	0,579	0,461									
FREL	0,102	0,424	0,399	0,573	0,662								
INT	0,085	0,516	0,396	0,359	0,349	0,274							
REL	0,157	0,390	0,194	0,195	0,173	0,203	0,589						
REP	0,126	0,837	0,404	0,412	0,501	0,408	0,502	0,345					
RIS	0,526	0,151	0,104	0,141	0,145	0,147	0,210	0,093	0,106				
SENMA	0,117	0,629	0,370	0,258	0,461	0,272	0,517	0,301	0,380	0,397			
SENNEC	0,105	0,691	0,427	0,273	0,549	0,337	0,504	0,300	0,505	0,255	0,805		
VIS	0,148	0,692	0,386	0,307	0,560	0,409	0,600	0,383	0,548	0,424	0,804	0,826	

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: COMP: Comportamento não convencional do pároco; CONF: Confiança na paróquia; REL: Finalidade religiosa da governança percebida; FMIS: Finalidade missionária da governança percebida; FCAR: Finalidade caritativa da governança percebida; FECL: Finalidade eclesial da governança percebida; INT: Intenção de doar dinheiro para a igreja católica apostólica romana; REL: Religiosidade; REP: Reputação da paróquia; RIS: Risco do pároco; SENMA: Sensibilidade do pároco ao meio ambiente; SENNEC: Sensibilidade do pároco às necessidades dos membros; VIS: Visão estratégica e articulação do pároco.

Por fim, considerando o critério das cargas cruzadas de Chin (1998), evidenciou-se que os valores das cargas fatoriais dos respectivos constructos são maiores do que a distribuição das cargas nos demais constructos, conforme demonstrado na Tabela 5.

TABELA 5: MATRIZ DE CARGAS CRUZADAS – CRITÉRIO DE CHIN (1998)

	COMP	CONF	FCAR	FECL	FMIS	FREL	INT	REL	REP	RIS	SENMA	SENNEC	VIS
COMP1	0,817	-0,096	-0,002	0,030	0,014	-0,019	-0,081	-0,135	-0,129	0,314	-0,078	-0,046	-0,027
COMP2	0,849	-0,104	-0,014	0,028	0,006	0,062	-0,059	-0,076	-0,113	0,354	-0,029	-0,017	-0,023
COMP3	0,826	0,026	0,018	0,116	0,099	0,145	0,044	0,112	0,028	0,439	0,121	0,151	0,211
CONF1	-0,059	0,935	0,351	0,343	0,524	0,404	0,445	0,373	0,795	0,138	0,515	0,594	0,592
CONF2	-0,046	0,927	0,317	0,319	0,499	0,342	0,438	0,353	0,733	0,124	0,548	0,595	0,588
CONF3	-0,008	0,897	0,309	0,323	0,492	0,385	0,472	0,379	0,716	0,129	0,468	0,579	0,589
CONF4	-0,118	0,853	0,370	0,324	0,454	0,322	0,383	0,311	0,597	0,062	0,508	0,536	0,525
CONF5	-0,022	0,826	0,381	0,321	0,496	0,365	0,415	0,378	0,641	0,170	0,528	0,547	0,584
FCAR	0,004	0,388	1,000	0,463	0,579	0,399	0,383	0,206	0,390	0,100	0,352	0,411	0,375
ECL	0,079	0,367	0,463	1,000	0,461	0,573	0,348	0,214	0,399	0,134	0,241	0,263	0,300
FMIS	0,058	0,556	0,579	0,461	1,000	0,662	0,339	0,174	0,485	0,139	0,437	0,529	0,543
FREL	0,091	0,410	0,399	0,573	0,662	1,000	0,266	0,205	0,394	0,141	0,258	0,324	0,397
INT1	-0,036	0,422	0,396	0,355	0,320	0,254	0,921	0,517	0,451	0,176	0,394	0,399	0,493
INT2	-0,028	0,459	0,334	0,327	0,322	0,231	0,962	0,539	0,424	0,180	0,489	0,466	0,546
INT3	-0,009	0,496	0,364	0,310	0,322	0,272	0,962	0,568	0,469	0,196	0,467	0,477	0,574
REL1	-0,078	0,198	0,143	0,112	0,065	0,068	0,329	0,635	0,173	-0,052	0,200	0,173	0,213
REL2	0,039	0,126	0,011	-0,038	0,067	0,074	0,241	0,702	0,125	0,070	0,170	0,158	0,176
REL3	-0,002	0,135	-0,060	-0,009	-0,046	-0,056	0,318	0,623	0,071	0,022	0,102	0,129	0,160
REL4	0,036	0,475	0,277	0,247	0,213	0,226	0,587	0,879	0,416	0,122	0,338	0,297	0,406
REL9	0,025	0,201	0,076	0,087	0,137	0,138	0,299	0,651	0,152	0,066	0,153	0,208	0,198
REL10	-0,072	0,361	0,203	0,279	0,160	0,241	0,497	0,792	0,388	0,013	0,180	0,179	0,327
REP1	-0,058	0,661	0,371	0,351	0,429	0,379	0,413	0,334	0,913	0,057	0,254	0,367	0,425
REP2	-0,050	0,768	0,363	0,379	0,505	0,360	0,463	0,342	0,960	0,140	0,361	0,518	0,535
REP3	-0,085	0,784	0,369	0,394	0,432	0,375	0,454	0,364	0,949	0,077	0,376	0,442	0,490
RIS1	0,425	0,057	0,054	0,099	0,059	0,057	0,131	0,039	0,071	0,891	0,236	0,141	0,263
RIS2	0,458	0,150	0,091	0,116	0,139	0,136	0,176	0,077	0,100	0,950	0,352	0,228	0,390
RIS3	0,363	0,172	0,125	0,151	0,177	0,186	0,220	0,061	0,098	0,889	0,360	0,266	0,407
SENMA1	0,064	0,426	0,272	0,246	0,328	0,219	0,368	0,182	0,226	0,357	0,786	0,492	0,546
SENMA2	0,035	0,385	0,224	0,168	0,310	0,159	0,371	0,186	0,246	0,362	0,876	0,554	0,599
SENMA3	-0,022	0,539	0,310	0,191	0,418	0,231	0,428	0,285	0,327	0,202	0,881	0,688	0,652
SENMA4	0,022	0,595	0,379	0,221	0,420	0,262	0,449	0,314	0,388	0,294	0,875	0,754	0,709
SENNEC1	0,043	0,612	0,406	0,281	0,497	0,306	0,458	0,289	0,448	0,208	0,726	0,949	0,729
SENNEC2	0,053	0,582	0,365	0,221	0,483	0,309	0,458	0,270	0,459	0,213	0,645	0,934	0,737
SENNEC3	0,063	0,608	0,381	0,235	0,502	0,294	0,410	0,226	0,422	0,236	0,699	0,922	0,696
VIS1	-0,047	0,582	0,326	0,252	0,440	0,366	0,419	0,390	0,539	0,284	0,550	0,635	0,835
VIS2	0,133	0,584	0,335	0,264	0,495	0,351	0,529	0,416	0,478	0,356	0,622	0,659	0,904
VIS3	0,039	0,616	0,367	0,316	0,510	0,375	0,578	0,364	0,463	0,333	0,731	0,677	0,916
VIS4	0,104	0,552	0,280	0,247	0,454	0,351	0,469	0,366	0,424	0,340	0,637	0,633	0,882
VIS5	0,126	0,571	0,303	0,263	0,494	0,321	0,494	0,343	0,451	0,369	0,642	0,681	0,891
VIS6	0,051	0,545	0,376	0,283	0,485	0,382	0,508	0,268	0,422	0,351	0,708	0,757	0,879
VIS7	0,149	0,448	0,264	0,165	0,383	0,234	0,405	0,120	0,327	0,323	0,535	0,591	0,700

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: COMP: Comportamento não convencional do pároco; CONF: Confiança na paróquia; REL: Finalidade religiosa da governança percebida; FMIS: Finalidade missionária da governança percebida; FCAR: Finalidade caritativa da governança percebida; FECL: Finalidade eclesial da governança percebida; INT: Intenção de doar dinheiro para a igreja católica apostólica romana; REL: Religiosidade; REP: Reputação da paróquia; RIS: Risco do pároco; SENMA: Sensibilidade do pároco ao meio ambiente; SENNEC: Sensibilidade do pároco às necessidades dos membros; VIS: Visão estratégica e articulação do pároco.

4.2 TESTE DE HIPOTHESES

A Tabela 6 mostra os efeitos diretos e indiretos referentes às hipóteses do modelo proposto.

TABELA 6: EFEITOS DIRETOS E INDIRETOS DO MODELO PROPOSTO

	H	VIF	f ²	β	Desvio Padrão	t-valor	p-valor
REP -> INT	H1 (+)	1,321	0,304	0,155	0,123	1,333	0,183
CONF -> INT	H2 (+)	1,786	0,071	-0,127	0,118	1,096	0,273
Dummy_FREL -> INT	H3a (+)	2,09	0,005	-0,079	0,349	0,136	0,892
Dummy_FMIS -> INT	H3b (+)	2,051	0,007	-0,084	0,328	0,583	0,560
Dummy_FCAR -> INT	H3c (+)	1,187	0,062	0,379	0,176	2,362	0,018
Dummy_FECL -> INT	H3d (+)	1,806	0,011	0,529	0,367	1,248	0,212
VIS -> INT	H4a (+)	1,825	0,123	0,270	0,125	2,319	0,020
SENMA -> INT	H4b (+)	2,064	0,013	0,126	0,097	1,386	0,166
SENNEC -> INT	H4c (+)	2,101	0,000	0,064	0,111	0,442	0,659
RIS -> INT	H4d (+)	2,102	0,002	0,031	0,058	0,211	0,833
COMP -> INT	H4e (+)	1,006	0,000	-0,035	0,065	0,194	0,846
REL x REP -> INT	H5a (+)			0,032	0,092	0,048	0,961
REL x CONF -> INT	H5b (+)			-0,007	0,110	0,086	0,931
REL x Dummy_FREL -> INT	H5e (+)			0,694	0,628	1,426	0,154
REL x Dummy_FMIS -> INT	H5f (+)			-0,751	0,562	1,421	0,155
REL x Dummy_FCAR -> INT	H5c (+)			0,158	0,282	0,606	0,544
REL x Dummy_FECL -> INT	H5d (+)			0,488	0,578	0,548	0,583
REL x VIS -> INT	H5g (+)			-0,116	0,139	1,011	0,312
REL x SENMA -> INT	H5h (+)			-0,164	0,112	1,762	0,078
REL x SENNEC -> INT	H5i (+)			0,026	0,133	0,619	0,536
REL x RIS -> INT	H5j (+)			-0,063	0,067	0,626	0,532
REL x COMP -> INT	H5k (+)			0,003	0,081	0,658	0,510

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: COMP: Comportamento não convencional do pároco; CONF: Confiança na paróquia; REL: Finalidade religiosa da governança percebida; FMIS: Finalidade missionária da governança percebida; FCAR: Finalidade caritativa da governança percebida; FECL: Finalidade eclesial da governança percebida; INT: Intenção de doar dinheiro para a igreja católica apostólica romana; REL: Religiosidade; REP: Reputação da paróquia; RIS: Risco do pároco; SENMA: Sensibilidade do pároco ao meio ambiente; SENNEC: Sensibilidade do pároco às necessidades dos membros; VIS: Visão estratégica e articulação do pároco.

A hipótese (H₁) – A reputação (positiva) da paróquia impacta positivamente a intenção de doar dinheiro para a paróquia – não foi estatisticamente significativa a uma significância menor do que 5% ($\beta = 0,155$; p-valor = 0,183). Tampouco a hipótese (H₂) – a confiança na paróquia impacta positivamente a intenção de doar dinheiro para a paróquia ($\beta = -0,127$; p-valor = 0,273). Ou seja, ter uma reputação confiável e

respeitável ou confiar completamente na paróquia, sentir que é tratado de forma justa e clara e que pode contar com essa instituição não afetam a intenção de doar dinheiro.

Quanto à governança da evidência percebida, verificou-se que somente a hipótese H3c – a finalidade caritativa da governança percebida impacta positivamente na intenção de doar dinheiro para a igreja católica apostólica romana – foi suportada a uma significância menor do que 5% ($\beta = 0,379$; p-valor = 0,018). Ou seja, quando os fiéis percebem que os recursos arrecadados pela paróquia que frequenta regularmente são devidamente utilizados com atividades caritativas para com pessoas necessitadas (ex.: ajuda aos pobres, doentes e excluídos etc.), maior é a intenção dos fiéis de doar dinheiro para a paróquia. Já as demais finalidades da governança – eclesiástica, missionária e religiosa – não foram suportadas a uma significância menor do que 5%.

Entre os cinco aspectos que compõem o carisma do pároco, um evidenciou-se como significativo para a intenção de doar, qual seja, o aspecto da visão do pároco contemplado na hipótese H4a – a visão estratégica e articulação do pároco impacta positivamente na intenção de doar dinheiro para a paróquias. Foi suportada a uma significância menor do que 5% ($\beta = 0,270$; p-valor = 0,020). Ou seja, quando o fiel católico percebe em seu pároco características como empreendedorismo, criação de novas ideias e o reconhecimento de oportunidades com vistas ao futuro da paróquia, além de ser inspirador e um orador emocionante, maior é a intenção do fiel de doar dinheiro para a paróquia. Os demais aspectos do carisma do pároco – risco pessoal ($\beta = 0,031$; p-valor = 0,833), sensibilidade ao meio ambiente ($\beta = 0,126$; p-valor = 0,166), sensibilidade às necessidades dos membros da paróquia ($\beta = 0,064$; p-valor = 0,659) e o comportamento não convencional ($\beta = 0,035$; p-valor = 0,846) – não são estatisticamente significativas a uma significância menor do que 5%

Finalmente, as hipóteses (H5a até H5k) que abordam o papel moderador da religiosidade também não foram confirmadas, pois as relações propostas não são estatisticamente significativas a uma significância menor do que 5%. Ou seja, quando os fiéis se interessam em aprender mais sobre assuntos religiosos, consideram importante tanto a crença em algo divino quanto a frequência que oram e a participação em atividades religiosas (cultos, missas, rituais religiosos, sessões; reuniões) não reforçam os efeitos da reputação, confiança e governança percebida da paróquia nem os efeitos do carisma do pároco na intenção de doar dinheiro.

Quanto ao Fator de Inflação de Variância (VIF), observa-se que os valores para as relações propostas e estatisticamente significativas estão abaixo de 3,000, sinalizando que não há problemas de colinearidade entre os constructos, de acordo com a análise de significância das relações propostas no modelo (Sarstedt et al., 2022). Por sua vez, o tamanho do efeito de Cohen (1988) é baixo para as relações que foram estatisticamente significativas. Já o Coeficiente de Determinação Ajustado ($R^2 = 0,429$) é moderado para a intenção de doar (Hair et al., 2019).

Capítulo 5

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este estudo, primeiro, traz evidências de que a intenção de doar dinheiro para a igreja católica apostólica romana é impactada pelo carisma do pároco no que tange à visão estratégica e articulação desse líder paroquial. A importância das características que formam a visão do pároco na intenção de doar para a igreja está de acordo com os estudos que mostram os efeitos causados no seguidor por uma liderança carismática a exemplo do senso de identidade (sentimento de pertencimento) e desempenho de tarefas coletivas, identificados por Conger et al. (2000). Esses achados foram confirmados pelo estudo de Grandy (2013), o qual verificou, num estudo de caso, a aplicabilidade da visão e estilo de liderança de um padre em sua igreja. Esse líder desenvolveu uma cultura de comunidade e aprendizagem motivada por suas ações, as quais, contribuíram para melhorar o desempenho de sua igreja.

A presente investigação verifica a existência de liderança estratégica no ambiente eclesial e ainda acrescenta uma implicação prática a esses estudos (Conger et al., 2000; Grandy, 2013) quanto a percepção dessa liderança, qual seja, o resultado positivo da percepção do aspecto da visão estratégica e articulação de um pároco, pelos fiéis, interfere de forma positiva na intenção de doar dinheiro para sua paróquia. Esse resultado indica que o fiel católico espera ver em seu pároco características de liderança (visão estratégica), tal qual, qualquer pessoa espera ver num líder (Ernst et al., 2022) de qualquer organização, inclusive, com fins lucrativos.

Segundo, no tocante a governança da evidência percebida pelo fiel católico, verificou-se que, quando a finalidade caritativa da igreja é percebida, ou seja, quando

de alguma forma (por meio de distribuição de cestas, agasalhos, comida, ou mesmo pela divulgação de relatórios financeiros), o fiel constata que os recursos financeiros arrecadados pela paróquia são devidamente utilizados para ajudar os mais necessitados, esse fato interfere na intenção de doar dinheiro para esta entidade.

Esse estudo corrobora os achados de Harris et al. (2015) Harris e Neely (2021), Ananzeh et al. (2022), Adonai et al. (2023; 2021a. 2021b) os quais afirmam que a transparência, um dos princípios da governança corporativa, está positivamente associada ao aumento de contribuições para as instituições e para as organizações sem fins lucrativos, em geral. Cabe ressaltar a importância que a finalidade caritativa observada na governança da paróquia tem para os adeptos desta religião, pois não se trata apenas de uma instrução para comportamentos pró-sociais (Gillum & Masters, 2010) defendido pelas religiões, mas também de uma obrigação e condição para sua existência, conforme a doutrina (Código de direito canônico, 2019, Cân.222, paras.1 e 2).

Adicionalmente, características comuns ao mundo corporativo, como a confiança e a reputação, dentro do ambiente eclesial, mesmo num contexto interno marcado por escândalos no Brasil e exterior, não impactam a intenção dos católicos de doarem dinheiro para a igreja. Tampouco as características referentes a um comportamento pouco convencional do líder da paróquia ou a sua sensibilidade às questões do meio ambiente e às necessidades dos membros.

Foi verificado, também, que a religiosidade do fiel católico não fortaleceu a relação entre variáveis corporativas e a intenção de doar dinheiro para a igreja, o que implica que a relevância encontrada nos aspectos da visão do pároco e num aspecto da governança percebida, quando confrontada com a religiosidade do fiel, desaparece. O que sugere que o fiel, movido por sua religiosidade, ao cogitar doar

dinheiro para a igreja não considera tais características do pároco e de sua paróquia. Isso contraria os achados sobre o papel moderador da religiosidade na intenção de doar confirmados nos estudos de Hopkins et al. (2014), Teah et al. (2014), Sarea e Bin-Nashwan (2020), Deb (2021), Chetioui et al. (2022) e Susanto et al. (2022).

A análise desses resultados pode suscitar algumas provocações com viés católico guiadas pelos preceitos dessa religião. Pretende-se, aqui, apresentá-las e refutá-las.

A primeira provocação diria que o fato de um aspecto do carisma do pároco, qual seja, a visão estratégica, ter significância e interferir de forma positiva na intenção de doar para a igreja seria valorizar a figura do líder e dá ao fiel um papel de juiz, já que caso o pároco não o agrade, sua paróquia não seria digna de receber sua doação. O que equipara a igreja com as demais entidades com fins lucrativos. Isso indicaria desconhecimento ou descrença na doutrina que determina que o fiel deve sustentar a igreja em suas necessidades (CIgC, 1993, para. 2043, can.222).

A literatura corporativa responderia a essa provocação argumentando que ideias estratégicas de liderança poderiam ser utilizadas numa igreja desde que a dimensão teológica –espiritual fornecesse as orientações sobre como os processos estratégicos deveriam ser concebidos, assim a liderança estratégica ajudaria a desenvolver a dimensão teológica da igreja sem que esta desvie de seu fim (Jenssen, 2019). Portanto, valorizar tal característica num líder da igreja, seria contribuir para sua sobrevivência e cumprimento de sua missão.

A segunda provocação diria que exigir da igreja transparência quanto a aplicação dos recursos arrecadados por ela para cogitar em doar dinheiro para a mesma, também seria contrário a doutrina, pois seria dar “com pesar” (2Cor. 9:7,. Sagrada, 1999).

É compreensível que um aspecto da governança percebida pelo fiel, qual seja, a evidenciação da finalidade caritativa, seja significativa para a intenção de doar dinheiro para sua igreja, já que os próprios documentos desta igreja assim o determinam (ClgC, 1993) e orientam (CNBB, 2016), tornando-se, portanto, um direito do fiel o conhecimento do uso dos recursos arrecadados com o dízimo e demais doações.

Tais refutações mostram que as características corporativas da liderança e governança percebida são perfeitamente adequadas e bem quistas no ambiente eclesial, portanto, valorizá-las na decisão de doar dinheiro para a igreja não contrariam a sua doutrina, outrossim, favorecem o cumprimento de sua missão.

Este estudo mostra que para aumentar a intenção de doar dinheiro para uma organização do terceiro setor com preceitos e governança próprios é necessário basear-se também nas suas idiossincrasias. No caso da igreja católica apostólica romana, investir em ações que busquem formar líderes (párocos) carismáticos e que favoreçam a importância de doações, principalmente, o dízimo e na prestação de contas no que se refere à finalidade caritativa.

Capítulo 6

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo contribui para a literatura de intenções comportamentais, pois mostrou os efeitos positivos de dois fatores preditivos da intenção de doar dinheiro, em um ambiente distinto e pouco explorado, qual seja, no eclesial. Faz isso ao mostrar resultados – uma característica do carisma do pároco (visão estratégica e articulação) e a evidenciação da finalidade caritativa da governança da paróquia – que contribuem para a intenção de doar dinheiro a partir de um modelo com preditores baseados também na governança de outras organizações. Acrescenta uma implicação prática aos estudos de Grandy (2013) e de Anshel e Smith (2014) sobre a liderança estratégica nas igrejas e assim, complementa as pesquisas sobre o papel do líder em entidades do terceiro setor. Além disso, contribui para uma melhor compreensão da intenção comportamental de doar dinheiro na igreja católica, que tem as suas próprias peculiaridades. Desta forma, amplia os limites teóricos desejados por Tackney et al. (2017) para servir de base, moldar e auxiliar estudos relacionados a gestão e religião

Como contribuição prática, os resultados dessa investigação feita num dos países com maior número de católicos do mundo, o Brasil, podem servir de parâmetro para como e onde intervir na intenção de fiéis de doar dinheiro para a igreja católica, também, em outros países e religiões. Como subsídio para a tomada de decisão, sugere que quando se trata de uma organização religiosa o foco para interferir nas doações recebidas deve ser dado a figura de seu líder e a governança percebida por seus fiéis.

A pesquisa apresenta limitações relacionadas ao número e variedade dos respondentes, pois a amostra concentrou-se nas regiões nordeste e sudeste do país, bem como, não ouviu católicos que não tem acesso a redes sociais. O que limita a generalização dos resultados para o Brasil.

Sugere-se como pesquisas futuras que se investigue as consequências sociais e econômicas do desconhecimento da doutrina de uma religião para a sociedade onde ela está inserida.

REFERÊNCIAS

- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*.
- Aguinis, H., Villamor, I., Lazzarini, S. G., Vassolo, R. S., Amorós, J. E., & Allen, D. G. (2020). Conducting management research in Latin America: why and what's in it for you?. *Journal of Management*, 46(5), 615-636. <https://doi.org/10.1177/0149206320901581>
- Ahn, J. C., Sura, S., & An, J. C. (2018). Intention to donate via social network sites (SNSs): A comparison study between Malaysian and South Korean users. *Information Technology & People*, 31(4), 910-926.
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1-20.
- Algharabat, R., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Alalwan, A. A., & Qasem, Z. (2018). The effect of telepresence, social presence and involvement on consumer brand engagement: An empirical study of non-profit organizations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 139-149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.09.011>
- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *Journal of personality and social psychology*, 5(4), 432. <https://doi.org/10.1037/h0021212>
- Ananzeh, H., Al Amosh, H., & Albitar, K. (2022). The effect of corporate governance quality and its mechanisms on firm philanthropic donations: evidence from the UK. *International Journal of Accounting & Information Management*, (ahead-of-print).
- Andam, A. C., & Osman, A. Z. (2019). Determinants of intention to give zakat on employment income: Experience from Marawi City, Philippines. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 528-545.
- Anshel, M. H., & Smith, M. (2014). The role of religious leaders in promoting healthy habits in religious institutions. *Journal of Religion and Health*, 53(4), 1046-1059.
- Antonakis, J., Bastardo, N., Jacquart, P., & Shamir, B. (2016). Charisma: An ill-defined and ill-measured gift. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 293-319.

- Antonakis, J., Fenley, M., & Liechti, S. (2011). Can charisma be taught? Tests of two interventions. *Academy of Management Learning & Education*, 10(3), 374-396. <https://doi.org/10.5465/amle.2010.0012>
- Aquino, F. (2022). *Você conhece as grandes obras de caridade da Igreja?* Cléofas SP, August 17th. Recuperado de <https://cleofas.com.br/voce-conhece-as-grandes-obras-de-caridade-da-igreja/>
- Arlı, D., Septianto, F., & Chowdhury, R. M. (2021). Religious but not ethical: the effects of extrinsic religiosity, ethnocentrism and self-righteousness on consumers' ethical judgments. *Journal of Business Ethics*, 171(2), 295-316.
- Ateca-Amestoy, V., & Gorostiaga, A. (2022). Donating money and time to cultural heritage: evidence from the European Union. *Journal of Cultural Economics*, 46(1), 101-133.
- Baber, H. (2020). Intentions to participate in political crowdfunding-from the perspective of civic voluntarism model and theory of planned behavior. *Technology in Society*, 63, 101435. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101435>
- Baber, H. (2021). Religiosity and Intention to Participate in Donation-Based Crowdfunding. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 18(3), 218-237. DOI: <https://doi.org/10.51327/DKES9686>
- Bagheri, A., Chitsazan, H., & Ebrahimi, A. (2019). Crowdfunding motivations: A focus on donors' perspectives. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 218-232. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.002>
- Balle, A. R., Oliveira, M., & Nodari, F. (2019). What Leads to Knowledge Donation in Free Software Communities? *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 16(3), 411-431. doi: 10.4013/base.2019.163.03
- Banks, G. C., Engemann, K. N., Williams, C. E., Gooty, J., McCauley, K. D., & Medaugh, M. R. (2017). A meta-analytic review and future research agenda of charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 28(4), 508-529. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2016.12.003>
- Bansal, H. S., Irving, P. G., & Taylor, S. F. (2004). A three-component model of customer to service providers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3), 234-250. <https://doi.org/10.1177/0092070304263332>
- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- Barth, T. (2010). Crisis management in the Catholic Church: Lessons for public administrators. *Public Administration Review*, 70(5), 780-791. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2010.02205.x>

- Behl, A., Dutta, P., Sheorey, P., & Singh, R. K. (2020). Examining the role of dialogic communication and trust in donation-based crowdfunding tasks using information quality perspective. *The TQM Journal*, *Ahead of print*.
- Bennett, R., Vijaygopal, R., & Kottasz, R. (2022). Who gives to food banks? A study of influences affecting donations to food banks by individuals. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/10495142.2021.1953672>
- Berger Peter, L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality. *A Treatise in the Sociology of Knowledge*.
- Bido, D., & Silva, D. (2019). SmartPLS 3: Especificação, estimação, avaliação e relato. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 20.
- Bin-Nashwan, S. A., & Al-Daihani, M. (2020). Fundraising campaigns via social media platforms for mitigating the impacts of the COVID-19 epidemic. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 576-597.
- Bitektine, A. (2011). Toward a theory of social judgments of organizations: The case of legitimacy, reputation, and status. *Academy of Management Review*, 36(1), 151-179. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.0382>
- Bonaventure, L. (2021). Entrevista com o autor dos relatórios sobre abusos sexuais na igreja na França. Ateleia October06th. <https://pt.ateleia.org/2021/10/06/entrevista-com-o-autor-do-relatorio-sobre-pedofilia-na-igreja-da-franca/>
- Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G., & Whetten, D. A. (2006). Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 99-106. <https://doi.org/10.1177/0092070305284969>
- Carmack, H. J., & DeGroot, J. M. (2020). Communication apprehension about death, religious group affiliation, and religiosity: predictors of organ and body donation decisions. *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 81(4), 627-647. <https://doi.org/10.1177/0030222818793294>
- Carter, S. M., & Deephouse, D. L. (1999). 'Tough talk' and 'soothing speech': Managing reputations for being tough and for being good. *Corporate Reputation Review*, 2(4), 308-332.
- Catecismo da Igreja católica. (CIGC). (1993). (30ª ed.). Loyola.*
- Çavuşoğlu, S., Demirağ, B., Durmaz, Y., & Tutuş, G. (2021). Effects of intrinsic and extrinsic religiosity on value-expressive and social-adjustive attitude functions towards product. *Journal of Islamic Marketing*, (ahead-of-print).
- Chen, Y., Dai, R., Wang, L., Yang, S., Li, Y., & Wei, J. (2021). Exploring donor's intention in charitable crowdfunding: intrinsic and extrinsic motivations. *Industrial Management & Data Systems*, 121(7), 1664-1683.

- Chen, Y., Dai, R., Yao, J., & Li, Y. (2019). Donate time or money? The determinants of donation intention in online crowdfunding. *Sustainability*, 11(16), 4269. <https://doi.org/10.3390/su11164269>
- Chetioui, Y., Satt, H., Lebdaoui, H., Baijou, M., Dassouli, S., & Katona, S. (2022). Antecedents of giving charitable donations (Sadaqah) during the COVID-19 pandemic: does Islamic religiosity matter?. *Journal of Islamic Marketing*.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), vii–xvi.
- Cho, M., Lemon, L. L., Levenshus, A. B., & Childers, C. C. (2019). Current students as university donors? Determinants in college students' intentions to donate and share information about university crowdfunding efforts. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 16(1), 23-41. <https://doi.org/10.1007/s12208-018-00217-9>
- Christofi, M., Vrontis, D., Leonidou, E., & Thrassou, A. (2018). Customer engagement through choice in cause-related marketing: A potential for global competitiveness. *International Marketing Review*, 37(4), 621-650.
- Clifford, D., Geyne-Rahme, F., & Mohan, J. (2013). Variations between organisations and localities in government funding of third-sector activity: evidence from the national survey of third-sector organisations in England. *Urban Studies*, 50(5), 959-976. <https://doi.org/10.1177/0042098012458550>
- Código de direito canônico*. (2019). CNBB.
- Coex, T. (2021a). As macroinvestigações sobre pedofilia na Igreja Católica no mundo: milhares de vítimas e poucos condenados. *El País*. October09th. Recuperado de <https://brasil.elpais.com/internacional/2021-10-09/as-macroinvestigacoes-sobre-pedofilia-na-igreja-catolica-no-mundo-milhares-de-vitimas-e-poucos-condenados.html>
- Coex, T. (2021b). Abusos sexuais na Igreja na França: um relatório esmagadoramente trágico. *Ateleia*. October05th. Recuperado de <https://pt.ateleia.org/2021/10/05/abusos-sexuais-na-igreja-na-franca-um-relatorio-esmagadoramente-tragico/>
- Collet, A. (2020). Campanha da CNBB e Caritas que já ajudou 260 mil pessoas é divulgada no Vaticano. *Vatican News Va*, June17th. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2020-06/campanha-cnbb-caritas-boletim-secao-migrantes-refugiados-vatican.html>
- Comissão Teológica Internacional (CTI). (2000). Memória e reconciliação: a igreja e as culpas do passado. *Vatican va*, March07th. Recuperado de https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/cti_documents/rc_con_cfaith_doc_20000307_memory-reconc-itc_po.html

- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). (2016). O Dízimo na comunidade de fé: orientações e propostas. Brasília: CNBB. (Doc. 106).
- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). (2019a). Ação social da igreja é um exigência da fé. Recuperado de <https://www.cnbb.org.br/cnbb-social-acao-social-da-igreja-e-uma-exigencia-da-fe/#:~:text=O%20que%20denominamos%20de%20a%C3%A7%C3%A3o,cuidar%20dos%20pobres%20e%20marginalizados>
- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). (2019b). Ação social da igreja é um exigência da fé. Recuperado de <https://www.cnbb.org.br/pesquisa-cnbb-igreja-no-brasil-tem-exercito-de-caridade-dedicado-a-acoes-sociais/>
- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). (2019c). CNBB social. Ed.1.
- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). (2021). Saiba quantas circunscrições religiosas tem no brasil e quais as dioceses no país encontram-se vacantes, à espera de um novo pastor. Recuperado de <https://www.cnbb.org.br/saiba-quantos-circunscricoes-religiosas-tem-no-brasil-e-quais-as-dioceses-no-pais-encontram-se-vacantes-a-espera-de-um-novo-pastor/>
- Conger, J. A., Kanungo, R. N., & Menon, S. T. (2000). Charismatic leadership and follower effects. *Journal of Organizational Behavior*, 21(7), 747-767. [https://doi.org/10.1002/1099-1379\(200011\)21:7<747::AID-JOB46>3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/1099-1379(200011)21:7<747::AID-JOB46>3.0.CO;2-J)
- Conger, J. A., Kanungo, R. N., Menon, S. T., & Mathur, P. (1997). Measuring charisma: dimensionality and validity of the Conger-Kanungo scale of charismatic leadership. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 14(3), 290-301. <https://doi.org/10.1111/j.1936-4490.1997.tb00136.x>
- Coppen, L. (2022). Amsterdam diocese: 60% of churches need to close in five years. The Pillar. September 26th. Recuperado de <https://www.pillarcatholic.com/amsterdam-diocese-60-of-churches-need-to-close-in-five-years/>
- Corrêa, A. T. (2018). A missão da igreja. Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Recuperado de <https://www.cnbb.org.br/missao-da-igreja/>
- Daud, M. S. M., Wahid, H., & Noor, M. A. M. (2022). The Influences of Attitude, Religiosity, and Subjective Norm on Muslim's Donation Intention During COVID-19 Lockdown in Malaysia. *Planning*, 17(3), 915-923. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170321>
- de Abreu, M. E., Laureano, R. M., da Silva, R. V., & Dionísio, P. (2015). Volunteerism, compassion and religiosity as drivers of donations practices. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(3), 256-276. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1526>
- Deb, M. (2021). The impact of scepticism in cause-related marketing campaigns on audiences' behavioural intentions with religiosity as a moderator: Focused Study

on Nonprofit Organizations in India. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 18(3), 387-401.

- Degasperi, N. C., & Mainardes, E. W. (2017). What motivates money donation? A study on external motivators. *Revista de Administração*, 52, 363-373. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2017.08.002>
- do Paço, A., Rodrigues, R. G., & Rodrigues, L. (2014). Branding in NGOs-Its influence on the intention to donate. *Economics & Sociology*, 7(3), 11. DOI: 10.14254/2071-789X.2014/7-3/1
- Dogan, A., Calik, E., & Calisir, F. (2020). Organizational factors affecting individuals to donate to NPOs in the Turkish context. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(2), 303-315. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00207-8>
- Duivenbode, R., Hall, S., & Padela, A. I. (2020). A mosque-based qualitative study on American Muslim women's organ donation beliefs. *Progress in Transplantation*, 30(1), 56-62. <https://doi.org/10.1177/1526924819893933>
- Dzomonda, O. (2022). Environmental sustainability commitment and access to finance by small and medium enterprises: The role of financial performance and corporate governance. *Sustainability*, 14(14), 8863. <https://doi.org/10.3390/su14148863>
- Easton, S. D., Leone-Sheehan, D. M., & O'Leary, P. J. (2019). "I will never know the person who I could have become": Perceived changes in self-identity among adult survivors of clergy-perpetrated sexual abuse. *Journal of Interpersonal Violence*, 34(6), 1139-1162. <https://doi.org/10.1177/0886260516650966>
- Ebert, T. A. (2009). Facets of trust in relationships—a literature synthesis of highly ranked trust articles. *Journal of Business Market Management*, 3(1), 65-84. <https://doi.org/10.1007/s12087-008-0034-9>
- Elson, R. J., O'Callaghan, S., & Walker, J. P. (2007). Corporate governance in religious organizations: A study of current practices in the local church. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 11(1), 121.
- Ernst, B. A., Banks, G. C., Loignon, A. C., Frear, K. A., Williams, C. E., Arciniega, L. M., ... & Subramanian, D. (2022). Virtual charismatic leadership and signaling theory: A prospective meta-analysis in five countries. *The Leadership Quarterly*, 33(5), 101541. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2021.101541>
- Esperandio, M. R. G., August, H., Viacava, J. J. C., Huber, S., & Fernandes, M. L. (2019). Brazilian validation of Centrality of Religiosity Scale (CRS-10BR and CRS-5BR). *Religions*, 10(9), 508. <https://doi.org/10.3390/rel10090508>
- Faqah, A., Moiz, B., Shahid, F., Ibrahim, M., & Raheem, A. (2015). Assessment of blood donation intention among medical students in Pakistan—An application of theory of planned behavior. *Transfusion and Apheresis Science*, 53(3), 353-359. <https://doi.org/10.1016/j.transci.2015.07.003>

- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, *41*(4), 1149–1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Ferguson, E., Murray, C., & O'Carroll, R. E. (2019). Blood and organ donation: health impact, prevalence, correlates, and interventions. *Psychology & health*, *34*(9), 1073-1104. <https://doi.org/10.1080/08870446.2019.1603385>
- Finkelhor, D., & Araji, S. (1986). *A sourcebook on child sexual abuse*. Sage.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics*.
- Fraser, C. D. (2022). Faith? Hope? Charity? Religion explains giving when warm glow and impure altruism do not. *The Manchester School*, *90*(5), 500-523. <https://doi.org/10.1111/manc.12415>
- Furneaux, C., & Wymer, W. (2015). Public trust in Australian Charities: accounting for cause and effect. *Third Sector Review*, *21* (2).
- Ghoorah, U., Talukder, A. M. H., & Khan, A. (2021, April). Donors' perceptions of financial disclosures and links to donation intentions. In *Accounting Forum*, *45*(2), 142-170. Routledge.
- Gilchrist, P. T., Masser, B. M., Horsley, K., & Ditto, B. (2019). Predicting blood donation intention: The importance of fear. *Transfusion*, *59*(12), 3666-3673. <https://doi.org/10.1111/trf.15554>
- Gillum, R. F., & Masters, K. S. (2010). Religiousness and blood donation: findings from a national survey. *Journal of health psychology*, *15*(2), 163-172. <https://doi.org/10.1177/1359105309345171>
- Gopez, J. M. W. (2021). Building public trust in COVID-19 vaccines through the Catholic Church in the Philippines. *Journal of Public Health*, *43*(2), e330-e331.
- Grabo, A., Spisak, B. R., & van Vugt, M. (2017). Charisma as signal: An evolutionary perspective on charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, *28*(4), 473-485. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.05.001>
- Graham, J., Haidt, J., & Nosek, B. A. (2009). Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of personality and social psychology*, *96*(5), 1029. <https://doi.org/10.1037/a0015141>
- Grandy, G. (2013). An exploratory study of strategic leadership in churches. *Leadership & Organization Development Journal*, *34*(7), 616-638.
- Greenway, T. S., Jin, J., Shepherd, A. M., & Schnitker, S. A. (2019). Beyond the liberal-conservative binary: Generosity, religion, and a latent profile analysis of moral foundations in a Christian sample. *American Behavioral Scientist*, *63*(14), 1938-1964. <https://doi.org/10.1177/0002764219850867>

- Gu, Y., & Chen, R. (2021). How does money phrasing influence intention to donate: The role of construal level and fit. *Psychology & Marketing*, 38(11), 1911-1927. <https://doi.org/10.1002/mar.21551>
- Guido, J. J. (2008). A unique betrayal: Clergy sexual abuse in the context of the Catholic religious tradition. *Journal of Child Sexual Abuse*, 17(3-4), 255-269. <https://doi.org/10.1080/10538710802329775>
- Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen (eds.). 2022. World Values Survey: Round Seven - Country-Pooled Datafile Version 5.0. Madrid, Spain & Vienna, Austria: JD Systems Institute & WVSA Secretariat. doi:10.14281/18241.20
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. 0203
- Hair, J., Babin, B., Money, A., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Bookman Companhia Ed.
- Harris, E. E., & Neely, D. (2021). Determinants and consequences of nonprofit transparency. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 36(1), 195-220. <https://doi.org/10.1177/0148558X18814134>
- Harris, E. E., Petrovits C., Yetman M. (2015). Effect of nonprofit governance on giving: Evidence from the revised Form 990. *The Accounting Review*, 17, 579-610. <https://doi.org/10.2308/accr-50874>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hill, P. C., & Hood, R. W., Jr. (1999). Measures of religiosity. Birmingham, AL: Religious Education Press.
- Hopkins, C. D., Shanahan, K. J., & Raymond, M. A. (2014). The moderating role of religiosity on nonprofit advertising. *Journal of Business Research*, 67(2), 23-31. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.03.008>
- Hoppes, C. R., & Holley, K. A. (2014). Organizational trust in times of challenge: The impact on faculty and administrators. *Innovative Higher Education*, 39(3), 201-216. <https://doi.org/10.1007/s10755-013-9275-y>
- Howell, J. M., & Shamir, B. (2005). The role of followers in the charismatic leadership process: Relationships and their consequences. *Academy of Management Review*, 30(1), 96-112. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.15281435>
- Huber, Stefan. 2009. Religion Monitor 2008: Structuring principles, operational constructs, interpretive strategies. In What the World Believes: Analysis and

Commentary on the Religion Monitor 2008. Edited by Bertelsmann-Stiftung. Gütersloh: Verlag Bertelsmann-Stiftung, pp. 17–51. ISBN 978-3-86793-254-7.

- Ipea.(2021). *Em questão: Evidências para políticas públicas*. (6). <https://mapaosc.ipea.gov.br/arquivos/posts/2796-pb6mapaversaodivulgacao.pdf>
- Jaguraba, M. (2019). Cardeal Cupich: abusos, reforma estrutural e jurídica na igreja arraigada na visão colegial. *Vatican News Va*, February 22nd. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2019-02/cardeal-cupich-discurso-vatiab.html>
- Jamal, A., Yaccob, A., Bartikowski, B., & Slater, S. (2019). Motivations to donate: Exploring the role of religiousness in charitable donations. *Journal of Business Research*, 103, 319-327. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.064>
- Jenssen, J. I. (2019). How Can Strategic Leadership be Applied to the Development of the Local Church? A Discussion of Content and Process. *Scandinavian Journal for Leadership and Theology*, 6.
- Jiao, H., Qian, L., Liu, T., & Ma, L. (2021). Why do people support online crowdfunding charities? A case study from China. *Frontiers in psychology*, 12, 582508.
- Johnson, K. A., Hook, J. N., Davis, D. E., Van Tongeren, D. R., Sandage, S. J., & Crabtree, S. A. (2016). Moral foundation priorities reflect US Christians' individual differences in religiosity. *Personality and Individual Differences*, 100, 56-61. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.12.037>
- Joshi, M., & McKendall, M. (2018). Responses to the discovery of unethical acts: An organizational identity and reputation perspective. *Business & Society*, 57(4), 706-741. <https://doi.org/10.1177/0007650315623953>
- Ju, M. K., Sim, M. K., & Son, S. Y. (2018, May). A study on nursing students' knowledge, attitude, and educational needs for brain-death organ transplantation and donation and intent to donate organs. *Transplantation proceedings*, 50(4), 1187-1191). <https://doi.org/10.1016/j.transproceed.2018.02.036>
- Kang, I. H., Leliveld, M. C., & Ferraro, R. (2022). The impact of facial emotional expression on the effectiveness of charitable advertisements: the role of sympathy and manipulative intent. *Journal of Behavioral Decision Making. Ahead of print*.
- Karataş, M., & Gürhan-Canli, Z. (2020). A construal level account of the impact of religion and God on prosociality. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(7), 1107-1120. <https://doi.org/10.1177/0146167219895145>
- Kashif, M., & De Run, E. C. (2015). Money donations intentions among Muslim donors: an extended theory of planned behavior model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(1), 84-96. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1519>
- Kashif, M., Sarifuddin, S., & Hassan, A. (2015). Charity donation: intentions and behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(1), 90-102.

- Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2021). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334-1350.
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques? A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663-679.
- Keh, H. T., & Xie, Y. (2009). Corporate reputation and customer behavioral intentions: The roles of trust, identification and commitment. *Industrial Marketing Management*, 38(7), 732-742. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.02.005>
- Kim, J., & Daniel, S. J. (2016). Religion and corporate governance: Evidence from 32 countries. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 45(2), 281-308. <https://doi.org/10.1111/ajfs.12130>
- Kim, S. B., & Kim, D. Y. (2017). Antecedents of corporate reputation in the hotel industry: The moderating role of transparency. *Sustainability*, 9 (6), 951. <https://doi.org/10.3390/su9060951>
- Kline, P. M., McMackin, R., & Lezotte, E. (2008). The impact of the clergy abuse scandal on parish communities. *Journal of Child Sexual Abuse*, 17(3-4), 290-300. <https://doi.org/10.1080/10538710802329817>
- Knowles, S. R., Hyde, M. K., & White, K. M. (2012). Predictors of young people's charitable intentions to donate money: An extended theory of planned behavior perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(9), 2096-2110. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00932.x>
- Kusz, E. (2021). A voz das vítimas de abuso. Vatican News Va, September16th. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2021-09/a-voz-das-vitimas-de-abuso.html>
- Lacruz, A. J., Nossa, V., Guedes, T. A., & Lemos, K. R. (2021). Efeito das Dimensões de Governança no Recebimento de Doações Vinculadas em ONGs Ambientais no Brasil. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 14(1), 179-197. DOI: <https://doi.org/10.14392/asaa.2021140106>
- Lacruz, A. J., Nossa, V., Lemos, K. R., & Guedes, T. A. (2021). Mensurando a governança de organizações não governamentais: proposta de índice de governança. *Contabilidade Vista & Revista*, 32(3), 98-122.
- Lacruz, A. J., Rosa, A. R., & Oliveira, M. P. V. (2023). Efeito da governança nas doações: Evidências para organizações não governamentais ambientais brasileiras. *Brazilian Business Review*, 20(1), 56-75. <https://doi.org/10.15728/bbr.2023.20.1.4.pt>
- Li, M. R., & Yin, C. Y. (2022). Facial expressions of beneficiaries and donation intentions of potential donors: Effects of the number of beneficiaries in charity advertising. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102915.

- Li, M. T., Hillyer, G. C., Husain, S. A., & Mohan, S. (2019). Cultural barriers to organ donation among Chinese and Korean individuals in the United States: a systematic review. *Transplant International*, *32*(10), 1001-1018. <https://doi.org/10.1111/tri.13439>
- Li, Y. Z., He, T. L., Song, Y. R., Yang, Z., & Zhou, R. T. (2018). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: a UTAUT-based model. *Information, Communication & Society*, *21*(3), 404-415. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>
- Lin, L. C. S. (2021). Virtual gift donation on live streaming apps: the moderating effect of social presence. *Communication Research and Practice*, *7*(2), 173-188. <https://doi.org/10.1080/22041451.2021.1889190>
- Liu, L., Suh, A., & Wagner, C. (2018). Empathy or perceived credibility? An empirical study on individual donation behavior in charitable crowdfunding. *Internet Research*, *28*(3), 623-651.
- Mahon, J. F. (2002). Corporate reputation: Research agenda using strategy and stakeholder literature. *Business & Society*, *41*(4), 415-445. <https://doi.org/10.1177/0007650302238776>
- Makin, J. K., Francis, K. L., Polonsky, M. J., & Renzaho, A. (2019). Interventions to increase blood donation among ethnic/racial minorities: a systematic review. *Journal of Environmental and Public Health*, <https://doi.org/10.1155/2019/6810959>.
- Maran, T., Furtner, M., Liegl, S., Kraus, S., & Sachse, P. (2019). In the eye of a leader: Eye-directed gazing shapes perceptions of leaders' charisma. *The Leadership Quarterly*, *30*(6), 101337. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.101337>
- Maran, T., Liegl, S., Moder, S., Kraus, S., & Furtner, M. (2021). Clothes make the leader! How leaders can use attire to impact followers' perceptions of charisma and approval. *Journal of Business Research*, *124*, 86-99. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.026>
- Marotta, G. (2021). Child sexual abuse by members of the Catholic Church in Italy and France: a literature review of the last two decades. *Journal of Child Sexual Abuse*, *30*(8), 911-931. <https://doi.org/10.1080/10538712.2021.1955790>
- Masser, B. M., Hyde, M. K., & Ferguson, E. (2020). Exploring predictors of Australian community members' blood donation intentions and blood donation-related behavior during the COVID-19 pandemic. *Transfusion*, *60*(12), 2907-2917. <https://doi.org/10.1111/trf.16067>
- Meijer, M. M. (2009). The effects of charity reputation on charitable giving. *Corporate Reputation Review*, *12*(1), 33-42. <https://doi.org/10.1057/crr.2009.5>

- Melián-Alzola, L., & Martín-Santana, JD (2020). Qualidade do serviço na doação de sangue: satisfação, confiança e fidelização. *Empresa de Serviços*, 14 (1), 101-129.
- Miller, J., Currie, S., & O'Carroll, R. E. (2019). 'What if I'm not dead?'—Myth-busting and organ donation. *British journal of health psychology*, 24(1), 141-158. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12344>
- Minguez, A., & Sese, F. J. (2021). Understanding the effectiveness of social influence appeals in charitable giving: the roles of affinity with the cause, and past giving behavior. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 29(3), 375-386. <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1859335>
- Mittelman, R., & Rojas-Méndez, J. (2018). Why Canadians give to charity: An extended theory of planned behaviour model. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(2), 189-204. <https://doi.org/10.1007/s12208-018-0197-3>
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. B., Such-Devesa, M. J., & Perles-Ribes, J. F. (2019). Tourist environment and online reputation as a generator of added value in the sharing economy: The case of Airbnb in urban and sun-and-beach holiday destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 53-66.
- Morgan, S. E. (2004). The power of talk: African Americans' communication with family members about organ donation and its impact on the willingness to donate organs. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(1), 112-124. <https://doi.org/10.1177/0265407504039845>
- Moura, L. F., de Lima, E. P., Deschamps, F., Van Aken, E., da Costa, S. E. G., Treinta, F. T., & Cestari, J. M. A. P. (2019). Designing performance measurement systems in nonprofit and public administration organizations. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- Nakpodia, F., Shrivies, P. J., & Sorour, M. K. (2020). Examining the link between religion and corporate governance: insights from Nigeria. *Business & Society*, 59(5), 956-994. <https://doi.org/10.1177/0007650317745852>
- Nasrallah, N., & El Khoury, R. (2022). Is corporate governance a good predictor of SMEs financial performance? Evidence from developing countries (the case of Lebanon). *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 13-43. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1874213>
- Nassif, A. G., Hackett, R. D., & Wang, G. (2021). Ethical, virtuous, and charismatic leadership: An examination of differential relationships with follower and leader outcomes. *Journal of Business Ethics*, 172(3), 581-603. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04491-8>
- Ngatno, Apriatni, E. P., & Youlianto, A. (2021). Moderating effects of corporate governance mechanism on the relation between capital structure and firm performance. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1866822.

- Niswah, F. M., & Legowati, D. A. (2019). Muslim millennial's intention of donating for charity using fintech platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623-644. DOI: <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1080>
- Nunes, J. L. O. & d'Angelo, M. J. (2020, dezembro). O nível de adesão às práticas de governança corporativa nas dioceses de rito latino- Brasil, Espanha e Itália. Anais do Congresso Anpcont da Associação de Programas de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, São Paulo, SP.
- Oliveira, R. (2020). Conheça a trajetória do padre Robson e entenda a investigação do MP sobre a compra de imóveis de luxo com dinheiro de fiéis. G1 GO, August 27th. Recuperado de <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/08/27/entenda-a-ascensao-de-padre-robson-na-igreja-as-movimentacoes-milionarias-de-sua-entidade-e-o-escandalo-de-desvio-de-dinheiro.ghtml>
- Park, C. L. (2021). Intrinsic and extrinsic religious motivation: Retrospect and prospect. *The international journal for the psychology of religion*, 31(3), 213-222. <https://doi.org/10.1080/10508619.2021.1916241>
- Park, E. (2019). Corporate social responsibility as a determinant of corporate reputation in the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 215-221.
- Parker, O., Krause, R., & Devers, C. E. (2019). How firm reputation shapes managerial discretion. *Academy of Management Review*, 44(2), 254-278. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0542>
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications, inc.
- Paxton, P., Reith, N. E., & Glanville, J. L. (2014). Volunteering and the dimensions of religiosity: A cross-national analysis. *Review of Religious Research*, 56(4), 597-625. <https://doi.org/10.1007/s13644-014-0169-y>
- Pérez y Pérez, L., & Egea, P. (2019). About intentions to donate for sustainable rural development: An exploratory study. *Sustainability*, 11(3), 765. <https://doi.org/10.3390/su11030765>
- Pfang, R. (2015). Management in the Catholic Church: corporate governance. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 12(1), 38-58. DOI: <https://doi.org/10.1080/14766086.2014.933708>
- Powell, F. M. (2016). Funding and financial regulation for third sector broadcasters: what can be learned from the Australian and Canadian experiences? *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27(6), 2595-2616. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9695-2>
- Ranganathan, S. K., & Henley, W. H. (2008). Determinants of charitable donation intentions: a structural equation model. *International journal of nonprofit and voluntary sector marketing*, 13(1), 1-11. <https://doi.org/10.1002/nvsm.297>

- Reitsma, J., Scheepers, P., & Grotenhuis, M. T. (2006). Dimensions of individual religiosity and charity: cross-national effect differences in European countries?. *Review of religious research*, 347-362.
- Revista Isto É Dinheiro*. (2021). Os escândalos de abusos sexuais contra menores na Igreja Católica. Recuperado de <https://www.istoedinheiro.com.br/os-escandalos-de-abusos-sexuais-contra-menores-na-igreja-catolica/>
- Rhee, M., & Haunschild, P. R. (2006). The liability of good reputation: A study of product recalls in the US automobile industry. *Organization Science*, 17(1), 101-117. <https://doi.org/10.1287/orsc.1050.0175>
- Rindova, V. P., Williamson, I. O., Petkova, A. P., & Sever, J. M. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48(6), 1033-1049. <https://doi.org/10.5465/amj.2005.19573108>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2022). SmartPLS 4 [software]. Bönningstedt, Germany: SmartPLS.
- Robiady, N. D., Windasari, N. A., & Nita, A. (2021). Customer engagement in online social crowdfunding: The influence of storytelling technique on donation performance. *International Journal of Research in Marketing*, 38(2), 492-500. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.03.001>
- Robson, A., & Hart, D. J. (2020). Feed the world or help the heroes? Exploring how political attitudes influence charitable choice. *Journal of Marketing Management*, 36(17-18), 1680-1706. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1819380>
- Robson, A., & Hart, D. J. (2021). Understanding the correlates of donor intention: A comparison of local, national, and international charity destinations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 50(3), 506-530. <https://doi.org/10.1177/0899764020927097>
- Rops, D. (2018). *História da igreja de cristo* (Vols. 1-10). Quadrante.
- Rossetti, S. J. (1995). The impact of child sexual abuse on attitudes toward God and the Catholic Church. *Child Abuse & Neglect*, 19(12), 1469-1481. [https://doi.org/10.1016/0145-2134\(95\)00100-1](https://doi.org/10.1016/0145-2134(95)00100-1)
- Rost, K., Scott, R. A., & Buchmann, M. (2017). Introduction to the corporate governance of religion.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.926617>
- Sagrada, B. (1999). Edição Pastoral. *São Paulo: Paulus*.

- Sarah, R. M. (2017). The benefits of good corporate governance to small and medium enterprises (SMEs) in South Africa: A view on top 20 and bottom 20 JSE listed companies. *Problems and Perspectives in Management*, 15(4), 271-279.
- Sarea, A., & Bin-Nashwan, S. A. (2020). Guide to giving during the COVID-19 pandemic: the moderating role of religious belief on donor attitude. *International Journal of Ethics and Systems*, 37(1), 90-104.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Pick, M., Liengaard, B. D., Radomir, L., & Ringle, C. M. (2022). Progress in partial least squares structural equation modeling use in marketing research in the last decade. *Psychology & Marketing*, 39(5), 1035-1064.
- Schultz, C., Einwiller, S., Seiffert-Brockmann, J., & Weitzl, W. (2019). When reputation influences trust in nonprofit organizations. the role of value attachment as moderator. *Corporate Reputation Review*, 22, 159–170. <https://doi.org/10.1057/s41299-019-00067-z>
- Septianto, F., Tjiptono, F., Paramita, W., & Chiew, T. M. (2020). The interactive effects of religiosity and recognition in increasing donation. *European Journal of Marketing*.
- Shehu, E., Becker, J. U., Langmaack, A. C., & Clement, M. (2016). The brand personality of nonprofit organizations and the influence of monetary incentives. *Journal of Business Ethics*, 138(3), 589-600.
- Shockley-Zalabak, P., Ellis, K., & Winograd, G. (2000). Organizational trust: What it means, why it matters. *Organization Development Journal*, 18(4), 35-48.
- Siegrist, M. (2021). Trust and risk perception: A critical review of the literature. *Risk analysis*, 41(3), 480-490. <https://doi.org/10.1111/risa.13325>
- Skatova, A., & Goulding, J. (2019). Psychology of personal data donation. *PloS One*, 14(11), e0224240.
- Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behavior model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17(5), 363-386. <https://doi.org/10.1002/casp.906>
- Sprenger, C., & Lazareva, O. (2022). Corporate governance and investment-cash flow sensitivity: Evidence from Russian unlisted firms. *Journal of Comparative Economics*, 50(1), 71-100. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2021.05.004>
- Stellway, R. J. (1973). The correspondence between religious orientation and socio-political liberalism and conservatism. *Sociological Quarterly*, 14(3), 430-439.
- Stephenson, M. T., Morgan, S. E., Roberts-Perez, S. D., Harrison, T., Afifi, W., & Long, S. D. (2008). The role of religiosity, religious norms, subjective norms, and bodily integrity in signing an organ donor card. *Health Communication*, 23(5), 436-447.

- Sura, S., Ahn, J., & Lee, O. (2017). Factors influencing intention to donate via social network site (SNS): From Asian's perspective. *Telematics and Informatics*, 34(1), 164-176. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.007>
- Susanto, A., Musadieg, A., & Iqbal, M. (2022). Factors Affecting Donation Behavior By Considering Religiosity as a Moderating Variable. *International Journal of Economics and Management Systems*, 7.
- Tackney, C. T., Chappell, S., Harris, D., Pavlovich, K., Egel, E., Major, R., ... & Stoner, J. (2017). Management, spirituality, and religion (MSR) ways and means: A paper to encourage quality research. *Journal of management, spirituality & religion*, 14(3), 245-254. <https://doi.org/10.1080/14766086.2017.1316764>
- Taniguchi, H., & Marshall, G. A. (2014). The effects of social trust and institutional trust on formal volunteering and charitable giving in Japan. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(1), 150-175.
- Teah, M., Lwin, M., & Cheah, I. (2014). Moderating role of religious beliefs on attitudes towards charities and motivation to donate. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Tong, Z., Yi, M., Feng, W., Yu, Y., Liu, D., & Zhang, J. (2021). The Interaction of Facial Expression and Donor-Recipient Eye Contact in Donation Intentions: Based on the Intensity of Emotion. *Frontiers in Psychology*, 12, 661851. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.661851>
- Tornielli, A. (2022). O relatório de Munique e a luta de Ratzinger contra os abusos. *Vatican News Va*, January26th. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2022-01/relatorio-munique-editorial-tornielli.html>
- Tuttle, J. D., & Davis, S. N. (2015). Religion, infidelity, and divorce: Reexamining the effect of religious behavior on divorce among long-married couples. *Journal of divorce & remarriage*, 56(6), 475-489. <https://doi.org/10.1080/10502556.2015.1058660>
- Umair, S., Ho, J. A., Ng, S. S. I., & Basha, N. K. (2021). Moderating role of religiosity and the determinants to attitude, willingness to donate and willingness to communicate posthumous organ donation decisions among university students in Pakistan. *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 00302228211045170.
- Vatican news (2021). Papa institui fundação para apoiar hospitais católicos. *Vatican News Va*, October06th. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/pt/papa/news/2021-10/papa-francisco-qui-rografo-fundacao-catolica-saude.html>
- Vatican News (2022a). Os dados do anuário pontifício 2021 e do *Annuarium Statisticum Ecclesiae* 2019. Recuperado de <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2021-03/anuario-pontificio-2021-dados-igreja-catolica.html>

- Vatican News (2022b). Dom Galantino sobre a APSA: credibilidade no serviço da missão da igreja. *Vatican News Va*, August06th. Retrieved from <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2022-08/galantino-apsa-missao-da-igreja.html>
- Vitell, S. J., Paolillo, J. G., & Singh, J. J. (2005). Religiosity and consumer ethics. *Journal of business ethics*, 57(2), 175-181. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-4603-x>
- Vokić, N. P., Bilušić, M. R., & Najjar, D. (2020). Building organizational trust through internal communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(1), 70-83.
- Waldman, D. A., Ramirez, G. G., House, R. J., & Puranam, P. (2001). Does leadership matter? CEO leadership attributes and profitability under conditions of perceived environmental uncertainty. *Academy of Management Journal*, 44(1), 134-143. <https://doi.org/10.5465/3069341>
- Walker, K. (2010). A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement, and theory. *Corporate reputation review*, 12(4), 357-387. <https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>
- Wang, T., Li, Y., Kang, M., & Zheng, H. (2019). Exploring individuals' behavioral intentions toward donation crowdfunding: evidence from China. *Industrial Management & Data Systems*, 119 (7), 1515-1534.
- Wartick, S. L. (2002). Measuring corporate reputation: Definition and data. *Business & Society*, 41(4), 371-392. <https://doi.org/10.1177/0007650302238774>
- White, K. M., Poulsen, B. E., & Hyde, M. K. (2017). Identity and personality influences on donating money, time, and blood. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 46(2), 372-394. <https://doi.org/10.1177/0899764016654280>
- Williams, L. A., Sun, J., & Masser, B. (2019). Integrating self-determination theory and the theory of planned behaviour to predict intention to donate blood. *Transfusion Medicine*, 29, 59-64.
- Yang, C., & Northcott, D. (2019). How can the public trust charities? The role of performance accountability reporting. *Accounting & Finance*, 59(3), 1681-1707. <https://doi.org/10.1111/acfi.12475>
- Zhang, Y., Lin, C., & Yang, J. (2019). Time or money? The influence of warm and competent appeals on donation intentions. *Sustainability*, 11(22), 6228.
- Zucoloto, M., Gonçalves, T., McFarland, W., Custer, B., & Martinez, E. (2022). Does religiosity predict blood donation in Brazil? *Journal of religion and health*, 61(3), 2083-2101. <https://doi.org/10.1007/s10943-019-00802-0>