



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA E CIÊNCIA POLÍTICA

Luana Testoni

O dinheiro ainda importa menos? O perfil de financiamento de campanha eleitoral de candidatos evangélicos nas eleições de 2018 e 2022

Florianópolis
2024

Luana Testoni

O dinheiro importa menos para candidatos evangélicos? O perfil de financiamento de candidatos evangélicos nas eleições de 2018 e 2022

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia e Ciência Política. Área de Concentração: Ciência Política.

Orientador(a): Prof^ª. Cíntia Pinheiro Ribeiro de Souza, Dr^ª.

Florianópolis

2024

Ficha catalográfica gerada por meio de sistema automatizado gerenciado pela BU/UFSC.
Dados inseridos pelo próprio autor.

TESTONI, Luana

O dinheiro importa menos para candidatos evangélicos? :
O perfil de financiamento de candidatos evangélicos nas
eleições de 2018 e 2022 / Luana TESTONI ; orientadora,
Cíntia Pinheiro Ribeiro de Souza, 2024.

96 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa
de Pós-Graduação em Sociologia e Ciência Política,
Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Sociologia e Ciência Política. 2. Evangélicos. 3.
Financiamento de Campanha. 4. Eleições. I. Souza, Cíntia
Pinheiro Ribeiro de. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Sociologia e
Ciência Política. III. Título.

Luana Testoni

O dinheiro ainda importa menos? O perfil de financiamento de campanha eleitoral de candidatos evangélicos nas eleições de 2018 e 2022

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado, em 28 de fevereiro de 2024, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Tiago Daher Padovezi Borges, Dr.

UFSC Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Isabel Cristina Veloso de Oliveira Rodrigues, Dr.(a)

FGV Direito RIO Fundação Getúlio Vargas

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado e aprovado para obtenção do título de Mestra em Sociologia e Ciência Política, área de concentração Ciência Política.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Profª. Cíntia Pinheiro Ribeiro de Souza, Dra.
Orientadora

Florianópolis, 2024.

Para minha família, amigos e professores, que viram potencial em mim mesmo quando eu estava repleta de dúvidas, e cujo apoio incondicional foi o meu maior incentivo.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho marca o fim de uma jornada significativa e o início de muitas outras que estão por vir em minha vida. Ao refletir sobre esse caminho, torna-se indispensável expressar minha gratidão a todos aqueles que contribuíram para o meu desenvolvimento acadêmico e pessoal nestes últimos dois anos.

Inicialmente, gostaria de expressar minha gratidão à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) pelo financiamento desta pesquisa. O apoio financeiro foi fundamental para a concretização deste trabalho.

Agradeço à minha orientadora, Professora Cíntia, cuja orientação, paciência e valiosa troca de conhecimentos foram essenciais para a execução desta dissertação. Sua orientação não apenas me guiou até a finalização desta etapa, mas também contribuiu significativamente para o meu amadurecimento enquanto pesquisadora.

Estendo meus agradecimentos a todos os professores do PPGSP que marcaram minha jornada acadêmica durante o mestrado. Cada um deles desempenhou um papel crucial na construção do meu conhecimento. Um agradecimento especial ao professor Tiago Borges e à professora Isabel Veloso, pelas ricas contribuições durante a banca de qualificação do meu projeto de dissertação.

Também não posso deixar de expressar minha infinita gratidão às pessoas mais importantes da minha vida. Em primeiro lugar agradeço minha família: meus pais, Iracema e Edson, e minha irmã, Ana. Vocês são a minha base e minha motivação. Obrigada por todo o incentivo e por apoiarem minhas escolhas. Nosso amor incondicional é tudo para mim.

Ao meu noivo, Varlei, agradeço pelo companheirismo, pelo amparo e pelos conselhos que me guiaram até este momento. Sua capacidade de me lembrar constantemente das minhas potencialidades são fundamentais para eu continuar seguindo.

Um agradecimento especial à minha amiga Elig, que foi essencial na reta final deste trabalho, oferecendo apoio e uma valiosa troca de conhecimentos. Sou muito grata por ter você em minha vida. Agradeço também ao meu amigo Luciano, pelo companheirismo diário enquanto estávamos cursando as disciplinas do mestrado, sua amizade tornou toda a jornada mais leve.

A Alicia, Nilo, Rafael e Samanta, agradeço pelo o apoio, pelos momentos de descontração, pelas risadas, jogatinas e conversas madrugada adentro que tornaram os desafios mais suportáveis.

Por fim, sou grata à Universidade Federal de Santa Catarina e ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Ciência Política por fornecerem um ambiente acadêmico estimulante e recursos essenciais para a minha formação.

Cada um de vocês deixou marcas permanentes em minha trajetória, e por isso, minha gratidão é imensa.

RESUMO

Considerando o contexto de crescimento e da influência política do segmento evangélico no Brasil, este estudo busca analisar o perfil de financiamento eleitoral de candidatos evangélicos que concorreram ao cargo de deputado federal nas eleições de 2018 e 2022, em que busca responder: Qual é o perfil de arrecadação dos candidatos evangélicos? Os evangélicos se diferenciam dos demais concorrentes? Eles fazem render mais os recursos de campanha considerando os votos recebidos quando comparados aos outros candidatos? A metodologia adotada foi quantitativa, baseando-se na análise de dados eleitorais disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), onde os candidatos evangélicos foram identificados através de etiquetas religiosas em seus nomes de urna. Diante dessas questões, buscou-se testar duas hipóteses a partir do método estatístico de regressão linear multivariada. Os resultados sugerem que, em 2018, os candidatos evangélicos da amostra arrecadaram menos recursos em comparação com seus concorrentes, mas essa diferença não se mostrou estatisticamente significativa em 2022. Isso indica uma possível melhoria na capacidade de arrecadação desses candidatos, potencialmente influenciada pela aproximação com a máquina administrativa a partir da eleição de Jair Bolsonaro. Além disso, para a segunda hipótese, quando medimos o efeito da arrecadação na quantidade de votos, os resultados mostraram que o dinheiro foi relevante para estes candidatos aumentarem seus votos em 2018 e importou menos em 2022, sob certas condições.

Palavras-chave: evangélicos; financiamento de campanha; eleições.

ABSTRACT

Considering the context of growth and the political influence of the evangelical segment in Brazil, this study aims to analyze the electoral financing profile of evangelical candidates who ran for the position of Federal Deputy in the 2018 and 2022 elections, seeking to answer: What is the fundraising profile of evangelical candidates? Do they differ from other competitors? Do they utilize their campaign resources more effectively considering the votes received compared to other candidates? The adopted methodology was quantitative, based on the analysis of electoral data made available by the Tribunal Superior Eleitoral (TSE), with evangelical candidates identified through religious labels in their campaign names. The study aimed to test two hypotheses using multivariate linear regression statistical methods. The results suggest that in 2018, evangelical candidates in the sample raised fewer funds compared to their competitors, but this difference did not prove to be statistically significant in 2022. This indicates a potential improvement in the fundraising capability of these candidates, possibly influenced by their closer ties to the administrative machinery following Jair Bolsonaro's election. Additionally, for the second hypothesis, when measuring the effect of fundraising on the quantity of votes, the results showed that money was relevant for these candidates to increase their votes in 2018 and mattered less in 2022, under certain conditions.

Keywords: evangelicals; campaign financing; elections.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Histogramas normalidade da variável “receita” antes e depois da logaritmização 2018.....	64
Gráfico 2 - Histogramas normalidade da variável “receita” antes e depois da logaritmização 2022.....	64
Gráfico 3 - Histogramas normalidade da variável “votos” antes e depois da logaritmização 2018.....	70
Gráfico 4 - Histogramas normalidade da variável “votos” antes e depois da logaritmização 2022.....	71
Gráfico 5 - Efeito do dinheiro na probabilidade de aumento dos votos 2018.....	77
Gráfico 6 - Efeito do dinheiro na probabilidade de aumento dos votos 2022.....	77

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de candidatos evangélicos e não evangélicos em 2018 e 2022.....	48
Tabela 2 - Distribuição de candidatos evangélicos por partido.....	50
Tabela 3 - Média dos tipos de recursos para os candidatos evangélicos (%).....	53
Tabela 4 - Média dos tipos de recursos para candidatos não evangélicos (%).....	53
Tabela 5- Média de recurso partidário dos candidatos evangélicos no PRB/Republicanos e PSC.....	55
Tabela 6 - Média de recurso partidário dos demais candidatos no PRB/Republicanos e PSC.....	55
Tabela 7 - Candidatos evangélicos eleitos pelo PRB/Republicanos em 2018 e 2022.....	56
Tabela 8 - Candidatos evangélicos eleitos pelo PSC em 2018 e 2022.....	57
Tabela 9 - Média de votos dos candidatos evangélicos no PRB/Republicanos e PSC.....	58
Tabela 10 - Média de votos dos demais candidatos no PRB/Republicanos e PSC.....	58
Tabela 11 - Média de custo por voto recebido no Republicanos.....	59
Tabela 12 - Média de custo por voto recebido no PSC.....	60
Tabela 13 - Regressão linear multivariada do volume de receita dos candidatos em 2018 e 2022.....	65
Tabela 14 - Modelo de regressão linear explicando o efeito da receita na quantidade de votos dos candidatos em 2018 e 2022.....	71

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Assembleia de Deus
ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade
FEFC	Fundo Especial de Financiamento de Campanha
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IEQ	Igreja do Evangelho Quadrangular
ISER	Instituto de Estudos da Religião
IURD	Igreja Universal do Reino de Deus
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
PHS	Partido Humanista da Solidariedade
PL	Partido Liberal
PMB	Partido da Mulher Brasileira
PMR	Partido Municipalista Renovador
PPS	Partido Popular Socialista
PRB	Partido Republicano Brasileiro
PRC	Partido Republicano Cristão
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSC	Partido Social Cristão
PSD	Partido Social Democrático
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PTC	Partido Trabalhista Cristão
STF	Supremo Tribunal Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 EVANGÉLICOS NA POLÍTICA E FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL.....	22
2.1 CRESCIMENTO EVANGÉLICO NO BRASIL.....	22
2.1.1 Engajamento Político.....	26
2.2 O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL E SUAS TRANSFORMAÇÕES.....	35
3 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA DOS CANDIDATOS EVANGÉLICOS IDENTIFICADOS PELO NOME DE URNA NAS ELEIÇÕES DE 2018 E 2022.....	40
3.1 PERGUNTAS DE PESQUISA E HIPÓTESES DO TRABALHO.....	40
3.1.1 Perguntas de pesquisa.....	42
3.1.2 Hipóteses do Trabalho.....	43
3.2 METODOLOGIA DE PESQUISA E OPERACIONALIZAÇÃO DAS VARIÁVEIS.....	45
3.3 CARACTERÍSTICAS E PERFIL DE FINANCIAMENTO DOS CANDIDATOS EVANGÉLICOS.....	47
3.4 TESTE DE HIPÓTESES.....	63
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
REFERÊNCIAS.....	84
ANEXOS.....	90

1 INTRODUÇÃO

Na presente legislatura (2023-2027), uma pesquisa de monitoramento de candidaturas relacionadas a identidades religiosas conduzida pelo Instituto de Estudos da Religião (Iser), revelou que dos 513 Deputados Federais eleitos para a Câmara dos Deputados, no último ano, aproximadamente 93 parlamentares possuem vínculos com igrejas evangélicas. Dentre esses representantes, 58% integram as denominações evangélicas mais proeminentes no cenário político brasileiro, tais como a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a Assembleia de Deus (AD) e a Igreja Batista. A AD, reconhecida como a maior denominação pentecostal do Brasil, destaca-se como a igreja com o maior número de representantes eleitos entre os evangélicos na última eleição, contabilizando 25 membros. Em seguida, figuram a Igreja Batista, com 15 representantes, e a IURD com 14 (Iser, 2023).

Os evangélicos marcaram sua inserção política de forma mais pronunciada nas eleições gerais para a Assembleia Nacional Constituinte em 1986. Esse momento marcou de forma significativa a entrada deste grupo na arena legislativa brasileira (Mariano e Pierucci, 1992; Freston, 1993; Pierucci e Prandi, 1995; Oro, 2003; Mariano e Oro, 2011; Machado e Burity, 2014). Os evangélicos já haviam sido eleitos anteriormente, mas em menor número e de forma pulverizada. Foi apenas em 1986 que pela primeira vez um grande número de representantes evangélicos elegeram-se para o Congresso Nacional, totalizando 33 parlamentares. Destes, 16 eram membros das maiores denominações pentecostais brasileiras. A Assembleia de Deus (AD) contava com 14 representantes, enquanto dois pertenciam à Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ) e um à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

É nesse contexto de ascensão política dos evangélicos que a denominada "bancada evangélica" se organizou pela primeira vez em torno de suas posições religiosas nos espaços de representação política (Smith, 2019, p. 16). Neste período, os evangélicos emplacaram a presidência de duas subcomissões, das quais julgavam serem decisivas: a subcomissão de Ciência e Tecnologia e da Comunicação, visto o interesse destes na concessão de TVs e rádios; e a subcomissão da Família, do Menor e do Idoso.

Em relação ao campo religioso evangélico, este apresenta uma diversidade significativa de crenças e liturgias específicas de cada denominação, seja ela protestante histórica ou pentecostal. No âmbito político, essa multiplicidade também se evidencia. Embora agrupados sob a alcunha de "bancada evangélica", os deputados evangélicos na Câmara nunca formaram um bloco homogêneo. Borges (2007) ressalta descobertas na

literatura que apontavam para a natureza fragmentada desse grupo na política, destacando a ausência de laços históricos, políticos e teológicos consistentes, isso resultava em um não alinhamento evangélico com uma única tendência partidária ou ideológica, visto que, ao longo do tempo, já no contexto da nova república, parlamentares evangélicos nem sempre estiveram alinhados em partidos políticos e, inclusive, não mantinham total conformidade em relação a pautas no Congresso, incluindo aquelas consideradas morais e que tradicionalmente unem esse grupo (Fonseca, 2002; Burity, 2005).

Apesar desses achados, tal tese não é consensual na literatura sobre evangélicos (Borges, 2007, p. 73). Pierucci (1996), ao investigar a conduta política dos deputados evangélicos, reconhece que as divergências em tópicos econômicos e políticos não forjavam uma unidade sólida na Assembleia Constituinte, no entanto, o autor identifica uma tática de unificação adotada por esses parlamentares: ao minimizar essas divergências e priorizar questões de ordem "moral/familiar", eles não apenas desviaram o foco para um terreno comum, mas também empregavam essa abordagem como uma "estratégia de publicidade". Segundo Pierucci (1996), essa manobra tinha duplo propósito, o de reforçar a coesão interna da bancada evangélica e solidificar a identidade de seus integrantes e eleitores (1996, *apud* Borges, 2007, p. 73).

Acerca da mobilização política do segmento evangélico, atualmente, muito se fala na força desse segmento em períodos eleitorais, onde políticos e partidos lutam para conquistar o apoio desse eleitorado que a cada década cresce numericamente no Brasil. As eleições presidenciais brasileiras, desde a década de 1980, evidenciam a paulatina influência desse grupo no âmbito político brasileiro. Tem-se a eleição de 1989 como o marco inaugural da relação entre pastores evangélicos e candidatos que começavam a despertar para o voto evangélico (Balloussier, 2024).

Em 1989, os evangélicos tiveram influência para a eleição de Fernando Collor de Mello. Líderes evangélicos como Edir Macedo e José Wellington Bezerra, simpatizavam com Collor. O bispo Macedo, naquela altura, sugeria que, se eleito, Luiz Inácio Lula da Silva, principal adversário de Collor, mandaria fechar templos da Universal, uma acusação que não possuía amparo no programa lulista e nem na recém aprovada Constituição (Balloussier, 2024). Além disso, o apoio evangélico a Collor se deu em meio ao temor em relação à "ameaça" à liberdade religiosa representada na figura de Lula, entendido como um extremista de esquerda apoiado pela Igreja Católica (Mariano e Pierucci, 1992).

O padrão de rejeição dos evangélicos à esquerda e a ênfase no conservadorismo, persistiram nas eleições de 1994, ano em que a Igreja Universal usou de seu jornal impresso

amplamente distribuído em todos os templos iurdianos, a *Folha Universal*, para atacar o então candidato Lula. Naquela eleição Fernando Henrique Cardoso sairia vencedor. Nas eleições seguintes, de 2002, com Anthony Garotinho fora da disputa do segundo turno, o eleitorado evangélico se fragmentou entre duas opções, Lula (PT) e José Serra (PSDB), sendo Lula o candidato eleito naquele ano. Simone Bohn (2004), argumenta que, diferente de eleições anteriores, Lula no segundo turno atraiu o voto de cerca de 53% do eleitorado que havia votado em Ciro Gomes e Garotinho, ou que votaram nulo ou branco no primeiro turno, demonstrando que não houve uma forte rejeição dos evangélicos a Lula em 2002 como em anos anteriores.

Em 2006, os humores da Igreja Universal em relação a Lula já não eram os mesmos de eleições anteriores. Naquele ano, o Partido dos Trabalhadores e seu candidato, motivados por pesquisas do IBOPE que indicavam uma preferência menor dos evangélicos pelo petista em comparação aos católicos, intensificaram seus esforços para se conectar com esse grupo. Como resultado, conseguiram expandir significativamente seu apoio entre os evangélicos, com destaque de um maior engajamento obtido junto à Igreja Universal do Reino de Deus.

Durante as eleições de 2010, a discussão em torno da criminalização do aborto exerceu um papel significativo. O apoio dado pela Igreja Universal à candidatura de Dilma Rousseff, aliado à postura da candidata de se opor à legalização do aborto, foi decisivo na conquista dos votos, tanto de católicos quanto de evangélicos, contribuindo para a sua vitória eleitoral (Nicolau, 2014). A *Folha Universal*, dedicou extensivamente suas páginas para apoiar Dilma Rousseff nas semanas que antecederam o pleito, posicionando-se contra a Igreja Católica e José Serra, o principal adversário de Rousseff. Entre as várias estratégias adotadas, algumas incluíam ataques ao candidato do PSDB, acusando-o de estar ligado a "entidades malignas", com afirmações provocativas como: "Serra tem alguns demônios dentro dele que às vezes nem ele consegue controlar" (Smith, 2019). Além disso, o apoio do bispo Macedo a Dilma fora recompensado com um ministério para um dos maiores quadros do Republicanos, o bispo licenciado da Universal e sobrinho de Edir Macedo, Marcelo Crivella.

No que diz respeito às eleições de 2014, Macedo já não nutria simpatia em relação ao PT, e os evangélicos estavam longe de estar unidos. Porém, mesmo na presença de dois candidatos evangélicos na disputa, como Marina Silva e Pastor Everaldo, novamente metade dos pastores evangélicos apoiaram Dilma, e a outra metade Aécio Neves (Smith, 2019). A eleição de 2014 foi também considerada um divisor de águas para os candidatos evangélicos, isso porque, em nível legislativo, houve um aumento de 47% de candidatos que concorreram às eleições utilizando títulos eclesiásticos como "pastor", em comparação a eleição anterior

(Smith, 2019; Tavares, 2014). Além disso, Eduardo Cunha, evangélico pertencente à igreja neopentecostal Sara Nossa Terra, foi eleito como presidente da Câmara dos Deputados em 2015.

Mais recentemente, nas eleições de 2018, a onda bolsonarista se apresentou como um aglutinador da ala evangélica em torno do que o projeto de Jair Bolsonaro apresentava à opinião pública. A eleição de Bolsonaro em 2018 tornou a força política dos evangélicos um fenômeno ainda maior, principalmente devido à ligação do ex-presidente com esse segmento. No segundo turno dessa eleição, houve uma predileção estimada por Bolsonaro entre sete a cada dez eleitores evangélicos. Bolsonaro além de receber o apoio de uma parcela significativa do eleitorado religioso, ainda teria provocado um *coattail's effect*¹ ao eleger consigo 84 evangélicos para a Câmara de Deputados, vários destes ligados a pautas religiosas e conservadoras. Em sua campanha, Bolsonaro contou com o apoio de grandes lideranças pentecostais, como Edir Macedo, Silas Malafaia, líder da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, e José Wellington Bezerra da Costa, líder das Assembleias de Deus no Brasil.

O alinhamento de Jair Bolsonaro com os evangélicos e com o discurso conservador contribui, dentre outros fatores, como o forte anti petismo e os discursos antissistema, para que seu partido — naquele momento o Partido Social Liberal, se tornasse um dos maiores partidos do Congresso, sendo a segunda maior bancada, com 52 representantes (Cassota, 2019). Seu grupo ministerial também contou com algumas figuras do meio evangélico como Damares Alves, pastora da Igreja Evangélica Quadrangular, indicada ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Milton Ribeiro, ex-ministro da educação e pastor na Igreja Presbiteriana, e André Mendonça, ex-ministro da Justiça e Segurança Pública. Ademais, como um dos indicados pelo ex-presidente para ocupar o cargo de ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), destaca-se André Mendonça, pastor na Igreja Presbiteriana no Brasil.

Certamente o segmento evangélico desempenhou um papel significativo em muitas eleições. A partir de tais exemplos, podemos notar que a influência evangélica, sobretudo pentecostal, nas eleições brasileiras tem sido uma constante ao longo das décadas, com suas preferências políticas desempenhando um papel importante no cenário eleitoral. Porém, a relação com a política nem sempre esteve presente na história desse grupo no Brasil. Por muitos anos os evangélicos foram sub-representados politicamente, muito em decorrência da postura apolítica que os impedia de estabelecer relações com o poder público, como também,

¹ “The “coattail effect” is a phenomenon whereby a political candidate or leader’s popularity leads to improved vote totals for fellow party candidates further down the ballot”. Political Dictionary, Disponível em: <https://politicaldictionary.com/words/coattail-effect/>

pela força da Igreja Católica no campo religioso e político. Com o crescimento do evangelismo na sociedade brasileira, a partir dos anos de 1980, houve também sua expansão política. Os evangélicos saíram da marginalidade política e se inseriram fortemente no sistema elegendo deputados em âmbito nacional e estadual e criando relações partidárias, como é o caso do Republicanos, Partido Liberal (PL) e Partido Social Cristão (PSC).

Neste sentido, é relevante ressaltar que o sistema partidário brasileiro se mostra permissivo e oferece poucos obstáculos à entrada de novos grupos nos espaços legislativos. Além disso, as elites buscam ampliar constantemente sua influência política ao se inserirem no cenário democrático por meio dos partidos, um fenômeno que pode ser ilustrado pela participação ativa das igrejas evangélicas em partidos como Republicanos e PSC. O esforço dessa dissertação em se debruçar sobre esse fenômeno se dá principalmente por conta da atuação deste segmento nos últimos anos no Brasil, visto que ao deixarem de ser um grupo sub-representado, agora eles representam uma forte base eleitoral e parlamentar.

Levando em conta que no Brasil as campanhas eleitorais tendem a valorizar as qualidades pessoais dos candidatos em detrimento dos partidos políticos, favorecendo assim a baixa fidelidade partidária, as lideranças religiosas se utilizam desse contexto para promover um discurso enaltecendo de qualidades pessoais na hora de captar o voto do eleitor evangélico (Oliveira et al., 2018, p. 86), visto que o voto para esse eleitorado simboliza não só um ato de cidadania, mas acima disso, um ato de fé.

Dessa forma, a fim de compreender as candidaturas evangélicas em 2018 e 2022, este trabalho buscou analisar quantitativamente a forma como o financiamento de campanha impactou tais candidaturas nas últimas eleições, especificamente aquelas que deixam claro sua identidade religiosa a partir do nome de urna. Levando em consideração a importância do dinheiro para campanhas eleitorais, o que busco verificar é se o perfil de financiamento de candidaturas evangélicas em 2018 e 2022 converge com os achados da pesquisa de Gabriela Netto e Bruno Speck (2017) para as eleições de 2010 e 2014.

A pesquisa dos autores apresenta resultados de que os candidatos evangélicos possuem uma capacidade distinta de otimizar recursos financeiros, indicando que, para eles, o investimento monetário tem um peso menor na obtenção de sucesso eleitoral. Tal fenômeno é atribuído ao suporte institucional das igrejas e à forte identificação com o eleitorado religioso, que possibilita uma eficácia maior na conversão de recursos financeiros em votos. Além da aplicação da estratégia de análise de Netto e Speck para as eleições de 2018 e 2022, essa pesquisa pretende investigar, de forma descritiva, os dados referentes a distribuição dos recursos partidários nos partidos mais ligados à questão evangélica (Republicanos e PSC),

levando em consideração a relação destes com denominações evangélicas fortes na política, como é o caso da IURD e da Assembleia de Deus.

Assim, com o propósito geral deste estudo em mente – examinar o perfil de financiamento de campanha de candidatos evangélicos que disputaram o cargo de deputado federal em todos os estados do Brasil em 2018 e 2022 – algumas indagações foram essenciais para orientarem a condução desta dissertação, como por exemplo: Qual é o perfil de arrecadação de recursos financeiros dos candidatos evangélicos em 2018 e 2022? Os evangélicos se diferenciam dos demais concorrentes? Houve mudança nesse perfil entre 2018 e 2022? Entre os partidos que agregam a maioria das candidaturas evangélicas, como são distribuídos os recursos entre os candidatos? Mais recursos são divididos entre aqueles que se autodenominam evangélicos? Para candidatos evangélicos o dinheiro realmente importa menos? O objetivo é responder essas questões levando em consideração as mudanças que ocorreram nas regras sobre o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil para as últimas eleições, de forma a compreender se essas mudanças impactaram o perfil de financiamento destes candidatos diante da sua aproximação com a máquina administrativa.

É importante destacar que, ao adotar a estratégia de identificar os candidatos evangélicos que participaram das últimas eleições com base naqueles que se auto apresentaram por meio do nome de urna, reconhecemos que esses não representam todos os candidatos evangélicos. Portanto, neste estudo, o termo "candidatos evangélicos" refere-se especificamente aos candidatos de nossa amostra, ou seja, aqueles que incluíram referências religiosas em seus nomes de urna. Optamos por selecionar esses candidatos porque acreditamos que, ao se autopromoverem com títulos eclesiásticos, eles deixam claro para o eleitorado sua filiação religiosa, facilitando assim a identificação para os eleitores e, conseqüentemente, promovendo um atalho informacional ao eleitor, o que pode baratear suas campanhas.

Para tanto, esta dissertação está dividida da seguinte maneira: além desta introdução, no capítulo 2 “*Evangélicos na política e financiamento de campanhas eleitorais no Brasil*”, serão discutidas o papel do segmento evangélico no Brasil ao longo das últimas décadas, abordando a história do protestantismo e do pentecostalismo brasileiro do século XX. Além disso, são explorados *insights* da literatura especializada sobre a mobilização e organização política desse segmento no contexto brasileiro das últimas décadas. Ademais, o capítulo 2 trará, como pano de fundo do contexto em que estão inseridas as duas últimas eleições, as principais mudanças que ocorreram sobre as regras de financiamento de campanhas nas últimas décadas, que proibiu o financiamento de empresas a campanhas eleitorais fazendo

com que candidatos tivessem que recorrer a outras fontes de financiamento para custear suas campanhas. Tal mudança acabou gerando um aumento da importância do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e do Fundo Partidário. Por fim, no capítulo 3 “*Financiamento de campanha dos candidatos evangélicos identificados pelo nome de urna nas eleições de 2018 e 2022*”, serão abordados os principais resultados empíricos e passos metodológicos da pesquisa, a partir das seguintes hipóteses: *H1: Candidatos evangélicos que utilizam etiquetas religiosas no nome de urna arrecadam menos recursos de campanha que os demais candidatos ao cargo de deputado federal*; e *H2: Para os candidatos evangélicos da amostra, o efeito entre receita de campanha e sucesso eleitoral é menor do que para os outros candidatos*.

Para testar ambas as hipóteses, foram usadas técnicas estatísticas de regressão linear multivariada, melhor descritas no terceiro capítulo desta dissertação. Os resultados para as perguntas: *Qual é o perfil de arrecadação dos candidatos evangélicos em 2018 e 2022? Os evangélicos se diferenciam dos demais concorrentes?*, ligadas a H1, sugerem que, em 2018 os evangélicos da amostra arrecadaram menos recursos que seus concorrentes para o cargo de deputado federal, porém, em 2022, observou-se que apesar de receberem menos recursos, essa diferença não foi estatisticamente significativa para a última eleição. A partir do resultado para 2022, infere-se que os candidatos evangélicos ao se aproximarem da máquina administrativa em 2018, por influência da eleição de Jair Bolsonaro, tiveram um impacto positivo em sua arrecadação, que pode ter sido irrigada com mais recursos, levando em consideração sua notável força política, os partidos podem ter direcionado mais dinheiro a esses candidatos.

No que tange à segunda pergunta de pesquisa, ligada a H2, *Os evangélicos ainda fazem render mais os recursos de campanha considerando os votos recebidos quando comparados a outros candidatos?*, os resultados do modelo indicam que H2 é suportada pelos resultados de 2022, onde o coeficiente da interação entre receitas e ser evangélico é negativo e significativo, ou seja, o aumento nas receitas de campanha tem um efeito menor sobre a quantidade de votos que eles obtiveram em comparação com os candidatos não evangélicos. Esse resultado para 2022, corrobora com a hipótese de Netto e Speck (2017) de que candidatos evangélicos contam com redes de comunicação e mobilização mais eficazes (como igrejas e comunidades religiosas), fazendo com que estes não dependam tanto de financiamento de campanha para alcançar e engajar seus eleitores. Em 2018, assim como no modelo anterior, o aumento da receita se mostrou importante para o aumento da quantidade

de votos para ambos os tipos de candidatos, demonstrando não haver uma diferença substancial entre os evangélicos e não evangélicos.

2 EVANGÉLICOS NA POLÍTICA E FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL

Este capítulo apresenta ao leitor algumas considerações a respeito do evangelismo no Brasil nas últimas décadas. Em um primeiro momento, será abordada a história do protestantismo brasileiro até o surgimento das igrejas pentecostais e neopentecostais em meados do século XX. Entende-se que se faz necessário um resgate da história do pentecostalismo no país de maneira que seja possível estabelecer uma ordem no campo pentecostal, ressaltando toda sua versatilidade, diversidade e seu desenvolvimento ao longo dos anos, de abandono do apoliticismo até a sua inserção política.

Posteriormente, tendo em vista o foco principal deste trabalho, apresentarei alguns apontamentos trazidos pela literatura especializada sobre a mobilização e organização política dos evangélicos no Brasil. As últimas seções do capítulo se dedicam a tratar sobre o tema do financiamento de campanhas eleitorais, tendo em vista o objetivo empírico deste trabalho de verificar, para as eleições de 2018 e 2022, se candidatos evangélicos arrecadam menos recursos financeiros e os fazem render mais que seus concorrentes ao cargo de deputado federal. Esta dissertação tem consciência de que o termo “evangélico” é bastante amplo, principalmente se tratando de um grupo tão heterogêneo. Neste trabalho, a citada designação será usada para se referir a todos os grupos evangélicos/protestantes, protestantes históricos ou pentecostais/neopentecostais. Smith (2019) destaca que as diferentes ramificações do evangelismo tendem a pensar e agir de maneira muito semelhante, e que distingui-los se torna uma tarefa difícil já que muitos adeptos usam tais designações de forma inconsistente ou consideram-se parte de ambos os grupos (2019, p. 13).

2.1 CRESCIMENTO EVANGÉLICO NO BRASIL

O atual cenário social e político brasileiro vêm nas últimas décadas experimentando uma notável transformação frente ao crescimento evangélico no país. Segundo os últimos dados divulgados pelo Censo Demográfico do IBGE de 2010, cerca de 22% da população brasileira se autodeclarava evangélica, o que naquele momento já demonstrava o rápido crescimento do evangelismo no país se comparado às décadas anteriores de 1980 (6,6%), 1991 (9,0%) e 2000 (15,4%). Dados mais recentes apontam para um aumento desse

percentual. Segundo o Datafolha (2020), atualmente cerca de 31% dos brasileiros se autodeclararam evangélicos, pertencentes às diversas comunidades de protestantes históricos, pentecostais e neopentecostais.

O crescimento evangélico no Brasil ocorre de forma gradual desde o início do século XX. Nesse período, a maior parte da população brasileira pertencia à religião católica, que já vinha experimentando uma queda lenta de sua majoritariedade no campo religioso. Como um dos fatores que impulsionaram esta derrocada, inclui-se a migração interna de missionários protestantes e evangélicos pentecostais que, ao chegarem no Brasil, estabeleceram suas bases por todo o país (Smith, 2019, p. 12).

Cabe destacar que ao falarmos sobre os evangélicos, deve-se ter em mente que se diz respeito a um grupo que possui um conjunto diversificado de comunidades religiosas que incluem as denominações protestantes históricas (de imigração e de missão) e pentecostais. Acerca dos protestantes históricos, tem-se aqueles que fazem parte do protestantismo de imigração, como é o caso da Igreja Luterana, formada inicialmente no Brasil por imigrantes europeus que deixaram a Alemanha por motivos socioeconômicos a partir de 1823 (Freston, 1993), e os de missão, que se referem as igrejas que se instalaram no Brasil através de obras missionárias na segunda metade do século XIX como a Igreja Metodista, Presbiteriana e Batista. Entre os protestantes históricos, aqueles denominados de missão se distinguem dos protestantes de imigração uma vez que tinham como objetivo central a conquista de adeptos brasileiros para dentro de suas igrejas.

Por muitos anos no Brasil, os protestantes históricos eram numericamente superiores entre os evangélicos, além de serem mais influentes socialmente e na política, algo que mudou mais tarde com a expansão das igrejas pentecostais em meados do século XX (Freston, 1993, p. 47). Acerca da diferença entre ambos os grupos, o protestantismo histórico quando comparado com o pentecostalismo, se diferencia por atrair uma classe social mais elevada, por prezar pela liberdade individual, o que implica uma menor intensidade da vida comunitária, além da não aceitação da doutrina e prática pentecostal em seus cultos (ibid, 1993).

Os dogmas dos pentecostais os diferenciam dos demais protestantes dada a ênfase em uma relação direta entre o *ser* e o Espírito Santo, além da promoção de “dons” espirituais, milagres de cura, guerra contra o diabo, exorcismo e o “dom” da glossolalia (falar em línguas desconhecidas). Segundo Freston (1993), como marco do surgimento do pentecostalismo, temos que este é resultado de um movimento surgido nos Estados Unidos intitulado *Holiness*, uma rede organizada que se originou do metodismo, concebido a priori como um movimento

de renovação nas igrejas. O movimento de *Holiness* foi o responsável por impulsionar a experiência do “batismo no Espírito Santo” de forma rápida e democrática a todos os adeptos. Nos primórdios do pentecostalismo, ainda nos Estados Unidos, as igrejas *holiness* eram em sua grande maioria lideradas por homens negros e por mulheres. Os brancos que faziam parte da Igreja de Deus em Cristo (predominantemente negra), uma das igrejas pentecostais desse movimento, algum tempo depois fundaram a Assembleia de Deus nos EUA (Freston, 1993).

A despeito da história do pentecostalismo brasileiro, sabe-se que este chegou do território norte americano para o Brasil ainda em sua “infância”. O pentecostalismo no país é tido como o grande responsável pelo triunfo do evangelismo em relação ao número de adeptos e pela participação política em meados do século XX até os dias de hoje. A partir do que se sabe sobre o pentecostalismo brasileiro, cabe destacar que este possui grande variedade de formas e características, e sua história pode ser dividida em *três ondas* diferentes.

A *primeira onda* se iniciou com a fundação das primeiras igrejas pentecostais do Brasil que fazem parte do chamado pentecostalismo clássico, correspondente à fundação da Congregação Cristã no Brasil, em 1910, e da Assembleia de Deus, em 1911. Em sua fase primária, o pentecostalismo clássico brasileiro tinha como características o anticatolicismo e as práticas de rejeição ao mundo exterior. Os fiéis evangélicos deste período eram, em sua maioria, pessoas pobres, com baixa escolaridade e que se sentiam excluídas da sociedade e perseguidas pela Igreja Católica².

A *segunda onda*, conhecida como pentecostalismo neoclássico, ocorreu no início da década de 1950 até início dos anos 1970. Nesse período, o pentecostalismo cresceu de forma acelerada, pois enquanto as congregações mais antigas se “aburguesavam”, as representantes do pentecostalismo neoclássico iam em direção às camadas mais baixas da sociedade. As igrejas fundadas nesse momento foram a Igreja do Evangelho Quadrangular, Deus é Amor, Brasil para Cristo e Igreja Casa da Bênção. Vale sublinhar que a Igreja Brasil para Cristo foi a primeira denominação pentecostal a eleger fiéis para cargos políticos, porém tal pioneirismo não foi seguido pelos demais pentecostais até meados de 1980 (Freston, 1993, p. 89). Como características da *segunda onda* tem-se a divulgação da religião via rádio, o evangelismo itinerante em tendas de lona e a pregação com ênfase na cura divina.

²Por muitos anos, dirigentes da Igreja Católica dificultaram a expansão das demais religiões no Brasil, pelo menos até o final da década de 50. Em 1939, o Estado Novo implantou a política de oposição ao protestantismo através do Departamento de Defesa da Fé, como forma de defender a “nação católica”. Tal movimento ficou por muito tempo na memória dos evangélicos, em vista que estes foram por anos perseguidos, expulsos de cidades e torturados pelo catolicismo (Mariano, 2011, p. 246-247).

A partir dos anos de 1970, com a *terceira onda* pentecostal, surgem as denominações neopentecostais, uma ramificação adicional do pentecostalismo que começou a se espalhar rapidamente pelo Brasil nas décadas de 1980 e 1990. Como principais representantes desta *onda* destacam-se a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), fundada em 1970, Internacional da Graça de Deus, fundada em 1980, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, fundada em 1976 e Renascer em Cristo, fundada em 1986. O neopentecostalismo além de demonstrar seu poder na conversão de fiéis, também fez duas fortes contribuições teológicas para o cristianismo mundial, que são altamente significativas (Smith, 2019). A primeira diz respeito à “Teologia da Prosperidade”, que sustenta que o crente seguidor da religião terá uma vida com muitas bênçãos materiais, saúde física e mental, bem como, prosperidade financeira. E em segundo lugar, destaca-se a noção de “guerra espiritual” contra o diabo e espíritos malignos, a partir da prática de exorcismo. Além destas características, destacam-se também como práticas do neopentecostalismo, o televangelismo (mídiação da fé), o que explica o grande número de fiéis convertidos em um espaço curto de tempo, os cultos de cura e a resolução de problemas no âmbito econômico e familiar.

Ainda sobre o neopentecostalismo da *terceira onda*, Paul Freston aponta que este:

[...] adapta-se às mudanças: o aprofundamento da industrialização; o inchamento urbano causado pela expulsão de mão de obra do campo; a estrutura moderna de comunicações de massa que no final dos anos 70 já alcança quase toda a população; a crise católica e o crescimento da umbanda; e a estagnação econômica dos anos 80. Em contraste com a segunda onda de igrejas paulistas fundadas por imigrantes de nível cultural simples, a terceira onda é sobretudo de igrejas cariocas fundadas por pessoas cidadãs de nível cultural um pouco mais elevado e pele mais clara. Iniciando-se no contexto de um Rio de Janeiro marcado pela decadência econômica, pelo populismo político e pela máfia do jogo, o novo pentecostalismo se adapta facilmente à cultura urbana influenciada pela televisão e pela ética yuppie (Freston, 1993, p. 95)

A explosão das igrejas neopentecostais na década de 1970 e 1980 foi capaz de transformar o clássico ditado de que “*os crentes não mexem com política*” para o novo slogan “*irmão vota em irmão*” (Freston, 1993), e a partir disso os evangélicos emergiram como uma força na arena política brasileira. Machado e Burity (2014) apontam que essa inserção política pentecostal no período de redemocratização e construção de uma nova Carta Constitucional, ocorreu como uma forma de “sobrevivência” das igrejas e de um “ter que fazer política” por meio da mobilização eleitoral.

Dessa maneira, a política que antes era “demonizada” por esse grupo se tornou uma ferramenta de articulação que se fez necessária quando as leis estavam sendo modificadas por força de mobilizações sociais de setores progressistas da sociedade, o que implicou em uma

busca dos evangélicos em permear espaços que antes não eram factíveis devido ao monopólio da Igreja Católica do campo político e religioso.

Amy Érica Smith (2019) aponta gênero e sexualidade como as questões mais importantes no impulsionamento de um conflito democrático de motivação religiosa no Brasil, o que ela chama de “guerras culturais”. Estas guerras seriam conflitos democráticos entre grupos sociais que percebem suas visões de mundo como incompatíveis, sendo assim, em uma democracia, os grupos, ou guerreiros culturais, utilizam principalmente de arenas e “armas” democráticas (eleições, debates políticos e persuasão) para defenderem seus princípios. No Brasil, as guerras culturais ocorrem principalmente entre religiosos e seculares, e entre evangélicos e católicos que, em alguns casos, também são aliados (Smith, 2019).

Até aqui foi possível apresentar uma visão abrangente do panorama da história do evangelismo no Brasil ao longo das últimas décadas, desde os primórdios do protestantismo até os seus desdobramentos contemporâneos. Inicialmente, explorou-se a trajetória do pentecostalismo destacando sua evolução através das distintas *ondas* que demarcaram a fundação das principais igrejas pentecostais brasileiras, destacando sua diversidade e influência no campo religioso e posteriormente político, com a expansão das igrejas neopentecostais no final do século XX. No próximo tópico, serão abordadas as principais características da organização e mobilização política dos evangélicos nas últimas décadas levantadas pela literatura especializada.

2.1.1 Engajamento Político

No epicentro do debate público brasileiro, a notável mobilização de grupos religiosos em direção aos espaços de representação política gera muitos questionamentos em relação à conformidade dessa mobilização com os princípios de um Estado laico e democrático, principalmente quando a bancada religiosa no Congresso Nacional vem atuando em favor das pautas conservadoras e em defesa da “moral cristã” na política. Como principais protagonistas dessa mobilização destacam-se os políticos evangélicos e suas igrejas.

Consoante a isso, pesquisas acadêmicas no campo das Ciências Sociais tornaram os evangélicos objeto de diversas análises e interpretações, principalmente no que tange o impacto do envolvimento destes nas eleições proporcionais e majoritárias no Brasil das últimas décadas. Com a chegada dos crentes em Brasília, a partir da década de 80, muitos acadêmicos se surpreenderam com tal fenômeno. O sociólogo da religião Antônio Flávio

Pierucci, foi um dos primeiros intelectuais a se interessar em explorar a atuação desse segmento na política.

Na sociedade e na mídia, a suposta força política evangélica frequentemente é vista com preocupação, seja por ser considerada uma ameaça ao princípio do Estado laico, seja pela percepção de que o voto evangélico em candidatos da mesma fé se daria em detrimento destes serem facilmente manipulados pelas igrejas para votarem de acordo com a sua teologia (Lacerda, 2017).

A literatura que discute a ascensão evangélica na política brasileira contribuiu muito para o avanço do campo de estudos acerca da relação entre religião e política no Brasil (Mariano e Pierucci 1992; Freston 1993; Pierucci e Prandi 1995; Oro 2003; Mariano e Oro 2011; Machado e Burity 2014;), no qual, de modo geral, muitos destes trabalhos argumentam que a tese da decisão do voto evangélico é explicada pelo viés da “identidade” e dos “valores” desse grupo.

Prandi, Santos e Bonato (2019) argumentam que já é sabido que a conduta religiosa tem um peso maior entre o segmento evangélico, principalmente entre os pentecostais, do que nos demais grupos da sociedade no que toca às recomendações sobre vestuário, entretenimento, alimentação, etc.. A pregação evangélica de fato é efetiva quanto à regulamentação das práticas do cotidiano destes fiéis. Apesar disso, podemos nos questionar se essa orientação de conduta tem o mesmo “sucesso” quando o assunto são as escolhas e posicionamentos políticos dos evangélicos. É possível notar que, entre a literatura especializada, é predominante a ideia de que a orientação religiosa é dominante sobre as escolhas políticas dos evangélicos, e que estes se mobilizam politicamente em torno da defesa de seus interesses.

Machado e Burity (2014), por exemplo, apresentam a ideia de que a inserção política é fundamental para o segmento evangélico, uma vez que a participação destes no poder é posta como uma “forma de sobrevivência” em relação ao Estado. Para os autores, se trata de uma “construção minoritária de uma agência coletiva com pretensões de reconhecimento e influência” na política (ibid., p. 603). Ricardo Mariano (2016) também se volta à ideia de que grupos evangélicos lutam para manter e conservar uma ordem moral na sociedade, e que estes, quando se inserem politicamente, almejam defender a “sobrevivência” de sua instituição religiosa, como também, combater as pautas progressistas na sociedade.

Segundo Amy Smith (2019), a política da igreja realmente pode auxiliar na maximização de seus próprios interesses, ao mesmo tempo que pode minar as conquistas dos direitos políticos de ateus e homossexuais. Porém, a autora aponta que, apesar disso, a política

liderada pelo clero (líderes religiosos) pode contribuir para o equilíbrio da democracia brasileira uma vez que:

Democratic competition provides religious leaders a stake in the system, and clergy convey their high levels of support for democracy to their congregants. They also encourage many forms of electoral, non-electoral, and civil-society participation. As citizen confidence in democracy, the political system, and elections has plummeted in recent years, trust in religious authorities who are invested in the rules of the democratic game is helping to maintain the stability of the democratic system. Over time, the declining credibility of politicians could lead citizens to give greater credence to the political views of clergy. (Smith, 2019, p. 7)

A ideia de que os líderes religiosos possuem um papel importante na orientação política de seus fiéis pode ser identificada na obra de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1968) da Escola de Columbia, que apresenta os líderes de opinião desempenhando um papel central no intermédio entre as fontes de informações e os eleitores. À vista disso, os líderes religiosos, atuariam também como líderes de opinião ao oferecerem atalhos informacionais ao seu grupo. É importante mencionar que a propaganda política no púlpito³ pode ser implícita para alguns ou explícita para outros, e que tais lideranças podem abordar assuntos políticos sem necessariamente fazer campanha para um determinado candidato ou partido. Desse modo, além de questionamentos no que concerne à efetividade da mensagem política proferida por lideranças religiosas, deve-se prestar atenção em quais condições tais mensagens têm surtido efeito. As características institucionais das igrejas, por exemplo, se mostram como fatores que impactam diretamente nessa dinâmica (Ferreira, 2022).

Apesar de reconhecer os achados que denotam um ativismo religioso dos evangélicos, compreendido como a ação de grupos que se articulam na arena democrática, Prandi et. al. (2019) tiram o enfoque da atuação das lideranças e dos grupos politicamente engajados, tidos em muitas análises como representantes das concepções e anseios políticos dos evangélicos, para posicionar no centro da questão as expectativas dos próprios fiéis em relação à política (ibid., 2019, p. 49). Os dados extraídos de trabalho de campo e examinados pelos autores, indicam uma grande desconexão entre o sentido de atuação política dado por representantes evangélicos da concepção que os fiéis possuem da mesma. A partir de tais achados alguns questionamentos foram colocados à prova, pois, descartada a ideia de que a orientação

³ Lideranças religiosas podem utilizar o púlpito para reforçar a importância de votar em candidatos que tenham as mesmas crenças que a comunidade religiosa ou que compartilhem a mesma identidade que o grupo. Isso ocorre porque os sermões ativam ou reforçam “redes de significado” – conjunto de símbolos e sentidos que são coerentes e “pegajosos” – moldando as decisões e comportamento das pessoas envolvidas nessa rede, assim como suas atitudes e crenças sobre determinadas assuntos (Mcclendon, 2019; Ferreira, 2022).

religiosa é preponderante nas escolhas políticas dos evangélicos, como as igrejas a despeito disso elegem diversos candidatos a cargos políticos? (Prandi, et al., 2019, p. 53).

A resposta para essa questão é que a própria igreja enquanto instituição é quem assume o papel central de direcionamento dos fiéis, ao passo que ela funciona como uma espécie de “máquina eleitoral” ao se mostrar tão efetiva quanto os próprios partidos políticos. Algumas denominações pentecostais assumem um papel central nessa dinâmica ao atuarem em favor da instrumentalização política da igreja. Como componente desta máquina eleitoral, destaca-se a “mão de obra” existente nas congregações evangélicas. Como exemplo, temos os obreiros⁴, membros evangélicos que durante as campanhas eleitorais atuam no entorno das congregações se comunicando com a população. Eles operam utilizando tanto o linguajar religioso como o mundano, ou seja, possuem uma elasticidade para convencer aqueles que estão fora da igreja em favor da liderança político-religiosa a qual estão promovendo (Prandi et al.2019).

Além da divulgação praticada pelos membros eclesiais, uma candidatura apoiada pela igreja conta com uma gama de contatos que conferem a estes um capital social de círculos distintos da própria comunidade religiosa ao qual pertencem. Por último, a igreja ainda se apresenta como um canal, não oficial, do fazer político ao passo que ela pode servir como canalizadora de recursos financeiros para campanhas eleitorais, ainda mais considerando a difícil fiscalização dessa prática. Em resumo, a mensagem religiosa seria só uma camada para a determinação do sucesso eleitoral evangélico, tendo em vista que o poder organizacional das igrejas se mostra essencial para a promoção de lideranças políticas-religiosas à medida que dispõe de alguns fatores como: o alcance de comunidades carentes e de contatos empresariais, a mobilização de um repertório simbólico ligado aos valores religiosos, e por último, uma via não tradicional de financiamento de campanhas eleitorais (Prandi et al., 2014)

A Igreja Universal do Reino de Deus possui proeminência quando se trata de sua organização eclesial e direcionamento do voto de seus fiéis. O sucesso eleitoral alcançado pela IURD se deve principalmente a sua organização carismática que emana forte poder de densidade simbólica centralizada na figura de seu líder fundador, o Bispo Edir Macedo (Oro, 2003, p. 98). A IURD destaca-se por aconselhar os fiéis a fazerem parte da política, uma vez que essa “é reduto da atuação de satanás”. Os fiéis neste cenário concebem o voto como um ato “quase-religioso”, ou seja, para os *iurdianos*, votar vai além do dever cívico, pois ele

⁴ Geralmente atuam nas igrejas auxiliando o pastor, ajudando a manter a ordem e cuidando da rotina e das atividades da denominação.

rechaça o mal presente na política elegendo aqueles que são os “verdadeiros homens de Deus” (Oro, 2003, p. 106-107).

Ainda sobre a organização política das igrejas evangélicas, Fuks e Rodrigues (2015), ao tratarem dos determinantes do voto evangélico, apoiando-se em uma análise sociológica do voto, destacam que, entre as igrejas evangélicas brasileiras, há uma diferenciação entre as denominações altamente verticalizadas e as denominações horizontalizadas. As primeiras, centralizam suas decisões em uma cúpula mantendo o controle das atividades e da comunicação do grupo, já nas segundas, os membros participam ativamente dos processos decisórios acerca do rumo da comunidade (ibid., 2015, p. 119). A Igreja Universal do Reino de Deus estaria entre aquelas que possuem uma organização altamente verticalizada, dispondo de uma hierarquização e um espaço organizacional estratégico no qual os cultos são a principal atividade de emissão de estímulos políticos. Dentre os achados, os autores destacam os indicativos de frequência aos cultos e a presença de lideranças carismáticas como significativos para a explicação do sucesso dessa instituição no direcionamento político de seus membros.

Ainda sobre a organização eclesial das denominações pentecostais, em específico da Igreja Universal, o antropólogo Ari Oro acompanhou de perto, durante as eleições de 2002, o funcionamento do que a literatura chama de “modelo corporativista” de lançamento de “candidaturas oficiais”, próprio da IURD desde 1997. O autor aponta que dentro do espaço físico das igrejas *iurdianas* realizam-se campanhas de incentivo para que os jovens de 16 anos obtenham o título de eleitor, além disso, efetua-se uma espécie de “recenseamento” dos fiéis a fim verificar a situação dos dados eleitorais. Todos esses dados são passados para os bispos regionais que os transferem para o coordenador político da IURD. Juntos os bispos deliberam sobre quantos candidatos irão anunciar em cada município e estado, baseado no quociente eleitoral dos partidos e do número de eleitores *iurdianos* nas igrejas (Oro, 2003, p. 55). Diante de toda essa “dedicação pedagógica”, o autor argumenta que a Igreja Universal se elevou como a principal instituição brasileira a se dedicar em aplicar a conscientização e direcionamento do voto de seus membros.

A partir disso, Oro (2003) resume a atuação política das igrejas pentecostais na esfera eleitoral a partir de dois principais argumentos: I) primeiro, que o sucesso eleitoral alcançado pela IURD está inteiramente ligado ao seu carisma institucional, com o uso intensivo da mídia religiosa e dos discursos ancorados em aspectos simbólicos do campo religioso, seguindo a lógica de que “irmão vota em irmão”; II) segundo, que a Universal produziu um efeito

mimético em outras igrejas evangélicas que, assim como ela, querem expressar seu capital político e poder institucional (ibid., 2003, p. 53).

Em relação à autoridade carismática da Igreja Universal na política, sabe-se que ela está ligada à mobilização de vários elementos práticos e simbólicos tanto com o uso da rede midiática e imprensa eletrônica própria, como de toda a rede assistencialista e projetos sociais promovidos pela instituição. Mas não só desses elementos práticos fazem da IURD uma instituição tão carismática, há também a construção de sua representação política através dos discursos e elementos daquilo que o autor chama de “ressemantização do voto” através de valores, símbolos e crenças que alimentam uma ideia de “guerra santa” contra o mal, nesse caso contra a política “mundana” e secular.

Sobre o segundo argumento do autor, no que se refere ao efeito mimético que a IURD produz em outras congregações, ao que tudo indica, o sucesso político da Universal serviu de exemplo para outras denominações pentecostais, como é o caso da Assembleia de Deus (AD) e da Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ). A primeira “imita” a Universal até certo ponto, pois a política *assembleiana* consiste em indicar alguns candidatos deixando livre a escolha de seus fiéis, além de não desaconselhar outros membros a se apresentarem como possíveis candidatos. Já a IEQ faz um levantamento de toda a sua potencialidade política antes de decidir lançar, ou não, “candidaturas oficiais”. Nesse aspecto, a Igreja do Evangelho Quadrangular se mostra diferente das outras duas por realizar prévias internas, semelhante a um partido político.

Vale ressaltar que fazer campanha eleitoral dentro de templos e igrejas, como previsto no artigo 37, §4º, da Lei 9.504/97, é um ato ilegal passível de punição e cassações de mandatos. Prandi et al. (2019) apresentam alguns casos de fiscalizações em denominações evangélicas durante campanhas eleitorais promovidas pelos líderes das igrejas. Um dos casos se trata de um processo contra Marcelo Crivella, ex-prefeito do Rio de Janeiro e sobrinho de Edir Macedo. A denúncia, no contexto da campanha para o governo do Rio de Janeiro, relatou que uma filial da Universal em Duque de Caxias foi usada como comitê eleitoral do então candidato. Foram encontrados em posse da igreja vários “santinhos” da campanha de Crivella, como também, planos de execução de propaganda em carros de som e feiras municipais. Porém, apesar da existência de alguns casos conhecidos pela mídia, a realidade é que a fiscalização ainda é pouco efetiva sobre este aspecto, principalmente quando se trata das pequenas denominações locais.

Diante de todo esse contexto de engajamento político, candidatos e igrejas evangélicas atraem votos através do discurso religioso justificando-se por motivações de ordem simbólica

e ordem prática. A primeira, diz respeito ao interesse destes em purificar a política “mundana”. Já a segunda motivação, de ordem prática, está inteiramente ligada aos interesses das igrejas em manterem uma boa relação com o poder público (Netto, 2016). Pode-se dizer que a politização por parte dos evangélicos significou três coisas:

[...] a) a percepção de uma oportunidade de sair da invisibilidade e reclamar acesso à esfera pública institucional que outros setores emergentes começavam a ter; b) emergência de uma agência interna empurrado para a publicização como caminho para a saída da condição de minoria política e culturalmente subalternizada, e questionando o apoliticismo; c) a confrontação com os setores mais “avançados” dos movimentos sociais — movimento feminista, negro, ambientalista e LGBT — e com o mundo da esquerda partidária cujas bandeiras desafiavam a autocompreensão pentecostal da política e da participação social. (Machado; Burity, 2014, p. 605).

O pentecostalismo dessa forma tornou-se uma religião pública (Machado e Burity, 2014), devido ao processo de adoção do que pode-se chamar de “modelo corporativista” de representação política, principalmente devido ao lançamento de “candidaturas oficiais”. Cabe ressaltar que para atingir seus objetivos, os evangélicos seguem as regras do jogo visando representação parlamentar em favor de suas concepções morais e de seus interesses em concessões de rádios, canais de televisão e aprovação de projetos em benefício das igrejas (Siqueira, 2006, p. 16).

Um segundo fator central em toda essa mobilização política evangélica, está relacionado a organização deste grupo em partidos políticos. A Igreja Universal do Reino de Deus, por exemplo, se destaca por ter uma relação direta com o partido Republicanos, um dos principais meios de instrumentalização e atuação política da igreja (Cerqueira, 2021). Sabe-se que no início de sua participação política, na década de 1980, a Universal apoiou candidaturas de diversos partidos, além de lançar seus próprios candidatos. Até a criação do Republicanos, em 2006, o Partido Liberal (PL) era o principal aglutinador das candidaturas *iurdianas*, como também cedia cargos importantes aos bispos ligados a igreja, como o ex-bispo da Universal Carlos Rodrigues, que foi presidente estadual do PL no Rio de Janeiro (Cerqueira, 2021, p. 5).

A relação entre o PL e a IURD por muito tempo rendeu benefícios mútuos entre ambas as instituições, isso porque, o partido cresceu com a entrada da Universal na agremiação, principalmente devido a toda estrutura física oferecida pela Igreja e de acesso a sua base de fiéis, além da penetração territorial em estados que são redutos da IURD (ibid., 2021, p. 6). Por outro lado, a Universal ao concentrar seus candidatos em único partido, diminuiu seus esforços de coordenação facilitando também seu espaço e poder dentro do partido. Tal união se desfez quando em 2002, ao compor a chapa de Luiz Inácio Lula da Silva,

o PL não necessitava mais do apoio dado pela Igreja. Em 2005 o envolvimento do PL com escândalo do mensalão marcou a ruptura definitiva entre o partido e a igreja de Edir Macedo.

A partir disso, em 2005 a IURD iniciou a articulação para criar o seu novo partido. Em um primeiro momento, o partido da Universal chamava-se Partido Municipalista Renovador (PMR), que se tornaria em 2006 o Partido Republicano Brasileiro (PRB), e posteriormente assumiria o nome Republicanos. Segundo Cláudia Cerqueira (2021), a Igreja Universal controla o Republicanos por meio de uma série de mecanismos. Em primeiro lugar, está o fato da igreja ocupar a maioria dos cargos de liderança no partido. A IURD se utiliza da mesma estrutura centralizada e hierarquizada própria da denominação para operar o partido a sua “imagem e semelhança”. O poder decisório do Republicanos se mantém majoritariamente nas mãos de membros da IURD. Em sua pesquisa, Cerqueira (2021) levantou que em média 62% dos indivíduos que ocupam cargos importantes na agremiação, dentro das Comissões Executivas e Diretórios Estaduais, são vinculados diretamente à Igreja. Em segundo lugar, a IURD também exerce seu controle fornecendo recursos financeiros e humanos para o partido, além de utilizar de sua influência sobre os fiéis para promovê-lo.

O Republicanos possui relevante notoriedade em municípios da região sudeste do país como o Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP), não coincidentemente cidades que fazem parte do maior colégio eleitoral do Brasil, como também, do maior reduto da Universal em relação ao número de fiéis. Além disso, o partido tem entre seus representantes nomes conhecidos como Marcelo Crivella, ex-prefeito do Rio de Janeiro e sobrinho de Edir Macedo, assim como Celso Russomanno, deputado federal e repórter da Record TV, emissora que faz parte do principal conglomerado midiático de Macedo.

No que diz respeito à forma pela qual o Republicanos e seus candidatos se apresentam para o eleitorado, denota-se que, apesar da aparente relação entre o partido e a Igreja, é comum que muitos dos membros ligados tanto à IURD quanto ao partido afirmem expressamente a não associação entre essas duas instituições. Segundo Cerqueira (2021), esse comportamento pode ser explicado por meio de dois aspectos:

Um desses aspectos é de índole normativa e diz respeito ao caráter secular do Estado e ao livre mercado religioso praticado no Brasil. Desvincular o partido da IURD é uma forma de respeitar a separação entre Igreja e Estado, por vezes, pautando a justificativa no direito de liberdade religiosa, em que cada membro do partido professa sua própria fé, e toda e qualquer religião é aceita dentro do partido – desde que professada de forma privada pelos indivíduos. Sob o aspecto estratégico (que surge a partir da competição do mercado religioso), ao se posicionar dessa forma, o Republicanos se preserva de possíveis prejuízos eleitorais ocasionados por eleitores não simpatizantes da IURD que poderiam boicotar os candidatos da legenda, ou mesmo esta poderia ser vinculada à ideia de um partido evangélico – o que, conforme já discutido por Borges (2007), não é factível. (Cerqueira, 2021, p. 7)

Além disso, outro aspecto importante é o fato da Universal não incentivar que seus candidatos a cargos majoritários utilizem de nomes eclesiais como nome de urna em campanhas eleitorais, de modo a assegurar que a ligação religiosa não seja um impeditivo para a angariação de votos.

Outro caso de bastante relevância quanto à relação do segmento evangélico com os partidos políticos, é o do Partido Social Cristão (PSC). Desde sua fundação em 1985, o PSC possuía um grande número de católicos e espíritas entre seus principais membros, algo que se reconfigurou anos mais tarde com a entrada de uma nova facção no partido em 2003, liderada pelo Pastor Everaldo — ex-presidente do PSC e membro notável da Assembleia de Deus (Cassota, 2019). Tal mudança dentro da agremiação foi tão significativa que por muitas vezes o PSC é conhecido como o partido da Assembleia de Deus, por possuir um grande número de membros da maior e mais antiga denominação pentecostal do país.

Priscila Cassota (2019), ao analisar os valores investidos pelo partido nas campanhas eleitorais dos candidatos para o cargo de deputado federal que compuseram a lista do PSC nas eleições de 2006, 2010 e 2014, verificou que candidatos evangélicos identificados a partir de *cues*, ou seja, pistas eleitorais fornecidas a partir do nome de urna (Pastor, Bispo, Irmão...), além daqueles declarados pertencentes a uma denominação evangélica, tiveram valores de receita vindas do partido superiores aos demais candidatos do mesmo partido. Dessa maneira, fica evidente que, nas eleições analisadas, o PSC privilegiou os candidatos evangélicos em relação aos repasses de dinheiro. Vale destacar ainda, que no ano em marcou a relação do PSC com os evangélicos, o partido conseguiu eleger uma bancada de 9 deputados, dentre eles, 6 eram evangélicos (ibid., 2019, p. 123-124).

Apesar da associação com o PSC, partido que conduziu as candidaturas de líderes religiosos como Marco Feliciano e o próprio Pastor Everaldo, este último que teve um papel crucial na introdução dos evangélicos no partido, a pesquisadora do Iser Magali Cunha relata que em 2016 a convenção geral das Assembleias de Deus empreendeu uma tentativa de fundar um novo partido político, o Partido Republicano Cristão (PRC). Contudo, essa iniciativa não obteve sucesso.

Em síntese, a literatura especializada oferece *insights* importantes a respeito de como os evangélicos, em especial os pentecostais, se organizam e se mobilizam politicamente em busca da defesa de seus interesses e na promoção de lideranças políticas-religiosas. Sobre esse aspecto, nota-se que a mobilização política dos evangélicos vai além da pregação e do direcionamento de fiéis, pois envolve estratégias organizacionais eficazes por parte da

instituição igreja. Nesse aspecto, a atuação das denominações funciona como uma verdadeira "máquina eleitoral" que tem papel fundamental na promoção de seus candidatos para eleições proporcionais e majoritárias. A Igreja Universal do Reino de Deus, em especial, se destaca não apenas por sua estrutura eclesial, mas também por exercer influência na gestão de um partido político, como é o caso do Republicanos. Da mesma forma, a Assembleia de Deus evidencia uma organização política eficiente ao considerarmos sua associação com o Partido Social Cristão (PSC). Esses exemplos ilustram a interligação existente entre os âmbitos religioso e político no atual contexto institucional brasileiro.

Na próxima seção deste capítulo, serão abordados aspectos relevantes sobre o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil, a fim de contextualizar as questões empíricas deste trabalho. Serão destacados os principais pontos da literatura acerca da mobilização de recursos financeiros por candidatos e partidos, a legislação eleitoral e as mudanças nas regras de financiamento de campanhas ao longo dos últimos anos.

2.2 O FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL E SUAS TRANSFORMAÇÕES

A literatura que aborda o investimento eleitoral no Brasil destaca a crucial importância da mobilização de recursos financeiros para campanhas eleitorais. Esses recursos derivam de diversas fontes originadas de doações do partido, contribuições de pessoas físicas, recursos próprios e de financiamento coletivo. Aqueles que dispõem de maiores montantes financeiros tendem a apresentar uma probabilidade maior de alcançar a vitória na disputa política, isso porque, o dinheiro se mostra como definitivo para o sucesso ou o fracasso eleitoral de um candidato no Brasil, seja este um candidato à reeleição ou um desafiante. A partir desse raciocínio, Speck (2005) salienta que a origem da doação financeira impacta diretamente na capacidade de um candidato acessar e se envolver no cenário político. Com o intuito de evitar que os pleitos se restrinjam à participação de uma pequena fração da sociedade que possui recursos para autofinanciamento, os partidos políticos assumiram um papel crucial na competição, atuando como financiadores de seus candidatos e viabilizando suas campanhas.

Nas eleições de 1994, a Lei 8.713 de 1993 permitiu pela primeira vez que doações fossem feitas por empresas a campanhas eleitorais desde que devidamente reportadas para a Justiça Eleitoral. Posterior a isso, a lei avançou para uma maior transparência quanto às

origens das doações com a aprovação da Lei dos Partidos (Lei nº 9.096). Em 1995, a Lei de Partidos Políticos sobre o Fundo Partidário, desenhou no sistema um novo modelo de financiamento político, onde as organizações partidárias passaram a receber montantes significativos de dinheiro garantidos por lei e calculados em função do número de eleitores registrados (Speck, 2016). Em comparação com o autofinanciamento, o investimento de campanhas eleitorais por partidos políticos, concede ao nosso sistema a possibilidade de que mais cidadãos possam concorrer aos cargos legislativos. Além do financiamento partidário, outras formas de financiamento eleitoral incluem doações externas, de pessoas físicas ou, até 2015, de empresas, que por muitos anos foram as principais financiadoras de campanhas eleitorais no Brasil.

Nesse contexto, as empresas desempenharam um papel preponderante como principais fontes de recursos. Apesar disso, algumas considerações essenciais levantadas por Speck (2016) em relação às características desse tipo de financiamento merecem destaque. Em primeiro lugar, o autor evidencia que a arrecadação de recursos por parte das empresas sempre esteve associada a uma marcante tendência de concentração de doadores, ou seja, um número muito reduzido de empresas realizava doações em larga escala a partidos e candidatos. Em segundo lugar, apesar da concentração de doadores, também se verificava uma centralização de recursos em poucos candidatos. Como mencionado anteriormente, as doações têm uma relação estreita com o desempenho eleitoral e, nesse aspecto, as empresas representavam a fonte mais significativa e importante para impulsionar as campanhas no Brasil.

Um terceiro aspecto diz respeito ao fato de que, antes das alterações nas regras, os candidatos dependiam excessivamente de poucos financiadores, uma vez que existia uma dependência estrutural entre candidatos e doadores proeminentes (Marciano e Speck, 2014). Em quarto lugar, destaca-se o aumento do papel dos partidos políticos como intermediários cruciais dos recursos. Os doadores contribuíam ao partido como forma de diminuir o risco frente ao desperdício de dinheiro em candidatos não vitoriosos, em consequência disso, os doadores ampliaram e consolidaram influência a longo prazo dentro das agremiações partidárias. O quinto e último aspecto abordado pelo autor, é de que a expressiva presença das empresas nas disputas eleitorais contribuiu para caracterizar o Brasil como uma plutocracia, uma vez que, sem as doações empresariais, parecia desafiador impulsionar campanhas eleitorais no país. Além disso, tal participação gerou uma percepção na sociedade de que os doadores empresariais buscavam favores ao financiarem um político, criando assim a imagem de corrupção sistêmica associada ao dinheiro. Dessa forma, na esfera pública se estabeleceu

uma série de debates quanto à possibilidade de efetivar reformas políticas, principalmente no que tange o sistema de financiamento de campanha.

Diante deste contexto, em 2011 o Supremo Tribunal Federal (STF) recebeu uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) movida pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), que questionava as doações de empresas a partidos políticos, marcando assim o primeiro passo para a mudança das regras sobre o financiamento de campanhas. Após alguns anos de tramitação, em 2015 foram proibidas as doações de empresas para candidatos e partidos. Tal mudança, decidida pelo STF, é tida como uma das várias interpretações da legislação eleitoral pelo Judiciário que mudaram drasticamente a disputa político-partidária no Brasil durante os anos 2010 (Souza, 2019). Vale destacar que a decisão do STF em 2015 ocorreu em meio a uma forte desconfiança da sociedade civil em relação ao grande volume de dinheiro arrecadado por partidos e candidatos em relação às doações de empresas.

Diante disso, como reação à nova regra, algumas votações na Câmara dos Deputados demonstraram não haver entre os parlamentares uma maioria suficiente que pudesse preservar as doações provenientes de empresas a candidatos e partidos, havia pelo contrário, uma maioria a favor do banimento dessas doações apenas para candidatos. De forma distinta, o Senado tinha maioria favorável ao banimento total das doações por empresas (Souza, 2019, p. 63).

Além do fim do financiamento eleitoral por pessoas jurídicas, a reforma de 2015 também alterou outras questões em relação ao sistema eleitoral, como por exemplo: I) a criação de um teto de gastos de campanha para candidatos; II) limite em 10% dos rendimentos brutos para doações de pessoas físicas; III) ajuste da prestação de contas das candidaturas para o TSE, com prestação das contas parciais a cada 72 horas pela internet; e IV) diminuição do tempo eleitoral nos meios de comunicação de rádio e televisão (Capela, 2020, p. 29).

A partir das modificações eleitorais de 2015, outras alterações foram enunciadas posteriormente, como é o caso da criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) em 2017, um fundo exclusivamente público para as eleições brasileiras. O FEFC, aprovado pelo Congresso Nacional, de acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), tem como finalidade repassar dinheiro aos partidos políticos para o financiamento das campanhas. O valor do FEFC para as eleições de 2018 foi de R\$1,7 bilhão, distribuído de acordo com a representatividade dos partidos no Congresso Nacional. Em 2022, em meio a uma pandemia e um cenário de crise econômica com queda de arrecadação e corte de gastos em diversas áreas, o valor do FEFC se manteve praticamente o mesmo, um pouco mais de R\$1 bilhão.

Os critérios definidos pela resolução nº23.568, acerca da distribuição do fundo público, dispõe que:

Art. 5 Os recursos do FEFC devem ser distribuídos, em parcela única, aos diretórios nacionais dos partidos políticos, observados os seguintes critérios (Lei nº 9.504/1997, art. 16-D): I - 2% (dois por cento), divididos igualmente entre todos os partidos com estatutos registrados no TSE; II - 35% (trinta e cinco por cento), divididos entre os partidos que tenham pelo menos um representante na Câmara dos Deputados, na proporção do percentual de votos por eles obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados; III - 48% (quarenta e oito por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes na Câmara dos Deputados, consideradas as legendas dos titulares; e IV - 15% (quinze por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes no Senado Federal, consideradas as legendas dos titulares (TSE, 2018).

A partir de tal distribuição de valores, outra discussão emerge da criação do FEFC: a implementação da cláusula de barreira. Tal cláusula, proveniente da Emenda Constitucional de nº97, de 4 de outubro de 2017, é responsável por instituir as seguintes determinações: I) a proibição das coligações partidárias a partir das eleições de 2020; e II) e o estabelecimento de critérios aos partidos políticos para acesso aos recursos do fundo partidário e ao tempo de propaganda gratuito nos meios de comunicação. Vale destacar que a barreira eleitoral entrará em vigor integralmente em 2030.

Por fim, em 2019, foi aprovada a Lei nº 13.877 que estabeleceu novas regras para o financiamento coletivo (ou vaquinha virtual) de campanhas eleitorais. A partir daí, candidatos e partidos passaram a receber recursos de pessoas físicas por meio das plataformas digitais, respeitando os limites de doações e identificando dados sobre os doadores e os gastos realizados.

Neste capítulo, buscou-se apresentar duas importantes vertentes da literatura crescente no campo das Ciências Sociais, a primeira, refere-se à ao crescimento evangélico no Brasil e a relação destes com a política, a segunda trata da relação dinheiro-política e o impacto de recursos financeiros em campanhas eleitorais no Brasil. Tal exposição inicial, foi importante para contextualizar a análise empírica desenvolvida no próximo capítulo, no que tange o perfil de financiamento de campanha de candidatos evangélicos autodeterminados pelo nome de urna em 2018 e 2022, a partir da revisitação da estratégia de análise elaborada por Gabriela Netto e Bruno Speck (2017), que buscaram responder se ser candidato evangélico possui um efeito sobre receitas de campanha e se esse tipo de candidato faz o dinheiro render mais em relação aos demais candidatos.

Além disso, considerando o contexto político em que as duas eleições da análise se inserem, buscou-se aqui descrever as mudanças na lei sobre o financiamento de campanhas eleitorais iniciadas em 2015, pois espera-se que tais mudanças no financiamento possam ter

gerado impactos nas candidaturas em geral, e em particular, dos evangélicos. Com a mudança na forma de financiar campanhas, que deu maior centralidade para a figura dos presidentes dos partidos, em especial nos partidos mais ligados a questão religiosa/evangélica, como é o caso do Republicanos e PSC, estes podem ter privilegiado tais candidaturas direcionando recursos partidários substanciais para aqueles que se identificam como evangélicos. Isso poderia potencialmente diferenciar a arrecadação desse grupo em relação aos demais candidatos, contradizendo os achados de Netto e Speck (2017) sobre candidatos evangélicos se diferenciarem dos demais por possuírem um volume de receita menor que seus concorrentes.

Ainda, a proximidade do segmento evangélico com o setor executivo, principalmente a partir da eleição de Jair Bolsonaro em 2018 e de vários deputados ligados à denominada bancada evangélica no Congresso, pode ter impactado em como estes candidatos são vistos pelos partidos, influenciando na alocação de recursos públicos a esses candidatos.

No próximo capítulo, serão detalhadas as principais questões da pesquisa, bem como, a metodologia operacionalizada para os testes de hipóteses. Em um primeiro momento, através de uma análise descritiva dos dados, serão tratados alguns resultados referente às características de financiamento e situação eleitoral dos evangélicos, identificados pelo nome de urna, nos partidos mais ligados à questão religiosa, como o PSC e o Republicanos. Em seguida, o trabalho trará os principais resultados dos testes de hipóteses a partir dos modelos de regressão, com o objetivo de responder às perguntas de pesquisa desta dissertação.

3 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA DOS CANDIDATOS EVANGÉLICOS IDENTIFICADOS PELO NOME DE URNA NAS ELEIÇÕES DE 2018 E 2022

Neste capítulo, serão apresentadas as principais perguntas que guiaram a execução dessa pesquisa, as hipóteses do trabalho e a metodologia adotada. Posteriormente, serão apresentados os resultados das estatísticas descritivas dos dados, a fim de se entender de que forma os candidatos evangélicos da nossa amostra se distribuem entre os estados da federação, nos partidos em geral e nos partidos mais ligados à questão evangélica, além da descrição do perfil de financiamento e dos resultados eleitorais dos evangélicos dentro do Partido Social Cristão e do Republicanos. Por fim, o capítulo apresentará os resultados dos testes estatísticos das hipóteses do trabalho.

3.1 PERGUNTAS DE PESQUISA E HIPÓTESES DO TRABALHO

Em meio a um sistema eleitoral de lista aberta que favorece a personalização da disputa por cargos no legislativo brasileiro, Netto e Speck (2017) buscaram verificar se candidatos que se apresentam como evangélicos no nome de urna possuem um perfil de financiamento de campanha diferente se comparado a seus concorrentes para o cargo de deputado federal e estadual nas eleições de 2010 e 2014. Os autores buscaram analisar se candidatos evangélicos arrecadam menos recursos que os demais e até que ponto o efeito do dinheiro de campanha desses candidatos impacta seu sucesso eleitoral.

O objetivo da pesquisa dos autores era verificar se o dinheiro realmente rende mais para os candidatos evangélicos, ou seja, se o dinheiro importa menos para esses candidatos serem eleitos, levando em consideração o pressuposto de que estes fazem render o dinheiro de campanha de forma distinta dos demais candidatos por alguns motivos causais, como: 1) possuírem um eleitorado cativo formado pelos fiéis das igrejas; 2) possuírem uma rede de contatos através da igreja; 3) possuírem o capital simbólico (ser evangélico); 4) se auto declararem abertamente evangélicos através do nome de urna; e, 5) possuírem a possibilidade de fazer campanha nas igrejas.

Dessa forma, em função de sua vinculação religiosa e auto projeção através do nome de urna, os candidatos evangélicos teriam seus custos de campanha e arrecadação reduzidos. Em uma análise acerca das eleições de 2010, Oliveira (2012) comparando os gastos eleitorais

de bancadas agrupadas como a ruralista, feminina, sindical e evangélica, constatou que esses últimos, dentre todos os deputados eleitos, tiveram o menor gasto por voto no pleito de 2010 (2012, p. 71).

Tais achados demonstram que as diversas estratégias adotadas pelos evangélicos, tanto através do lançamento de candidaturas oficiais nas igrejas, como se discutiu no segundo capítulo desta dissertação, quanto pela escolha do próprio candidato em deixar claro sua identidade religiosa na urna, corroboram para os pressupostos de que os políticos evangélicos se diferenciam dos demais quando tratamos questões como gastos, arrecadação de dinheiro e votos, frente a eficiência da mobilização da identidade religiosa perante o eleitorado para a redução dos custos de campanha.

Alguns desses dispositivos, como já mencionado, dizem respeito ao capital simbólico do “ser evangélico”, que contribui para a premissa de que *“irmão vota em irmão”*. A partir disso, muitos candidatos se utilizam do nome de urna para facilitar sua identificação para o eleitorado, isso porque, ao se identificarem como “Pastor”, “Bispo”, “Reverendo”, “Irmão”, “Irmã”, e outros títulos, o candidato pode indicar um possível pertencimento a uma denominação evangélica.

Além disso, uma candidatura apoiada pela igreja conta com uma gama de contatos que conferem a estes candidatos um capital social de círculos distintos da própria comunidade religiosa ao qual pertencem. Assim, a igreja se apresenta como um canal, não oficial, do fazer político, pois ela pode servir como canalizadora de recursos financeiros para campanhas eleitorais.

Diante do caráter quantitativo desta pesquisa, não é possível mensurar em que medida os candidatos evangélicos identificados aqui contam, ou não, com o apoio institucional das igrejas, isso porque, os dados utilizados nesta pesquisa não nos permitem ter acesso a informações referentes a religião dos candidatos, assim como, os nomes de suas denominações. Certamente, o surgimento de pesquisas qualitativas futuras dedicadas a investigar a mecânica das “máquinas eleitorais” evangélicas, representa um passo necessário para aprofundar o entendimento acerca das minúcias e das formas de apoio que a igreja oferece a candidatos políticos, sejam eles “oficiais” ou não. Tais estudos podem proporcionar respostas e novas percepções sobre as estratégias, táticas e impactos do envolvimento do setor evangélico na política partidária, bem como, sobre as razões subjacentes ao seu sucesso.

3.1.1 Perguntas de pesquisa

Levando em consideração os achados empíricos de Netto e Speck (2017), que constataram que candidatos evangélicos dependem em menor grau do dinheiro para conseguir se eleger, esta dissertação tem por objetivo verificar, agora dentro de um cenário posterior às mudanças na regra sobre o financiamento de campanhas eleitorais e da aproximação dos evangélicos com a máquina administrativa a partir da eleição de Jair Bolsonaro em 2018, a seguinte questão: Qual é o perfil de arrecadação dos candidatos evangélicos em 2018 e 2022? Os evangélicos se diferenciam dos demais concorrentes? Eles ainda fazem render mais os recursos de campanha considerando os votos recebidos quando comparados a outros candidatos?

O que eu busco investigar é se as recentes alterações nas normas de financiamento eleitoral, especificamente o aumento da influência dos líderes partidários — figuras centrais no controle dos recursos financeiros— na alocação de fundos para os candidatos, afetaram de maneira significativa o financiamento de campanhas de candidatos evangélicos, onde estes podem ter se beneficiado da distribuição de recursos disponíveis nos partidos ao se mostrarem um grupo com força política no cenário eleitoral. Netto e Speck verificaram que a diferença de arrecadação entre evangélicos e não evangélicos não foi estatisticamente significativa nas duas eleições que antecederam 2018, apesar dos primeiros arrecadaram menos recursos que os demais.

Diante deste contexto, o presente trabalho busca aprofundar a análise sobre o financiamento de candidatos evangélicos, examinando os dados das eleições de 2018 e 2022, para determinar se as tendências observadas anteriormente persistem ou se as recentes alterações nas regras de financiamento proporcionaram um novo cenário para esses candidatos. Apesar de assumir que as mudanças nas regras podem ter impactado na arrecadação de recursos dos evangélicos, minha primeira hipótese assume que estes ainda possuem as menores receitas quando comparados com os demais candidatos e que estes fazem o dinheiro render mais que seus concorrentes.

Além disso, outras perguntas adjacentes se mostram importantes, principalmente levando em consideração o papel dos partidos políticos na organização dessas candidaturas. Desta maneira, nos partidos políticos alinhados com a questão evangélica, como o Republicanos e o PSC, como são distribuídos os recursos entre os candidatos? Mais recursos são recebidos por aqueles que se autodenominam evangélicos? Qual é a votação dos

candidatos evangélicos dentro desses partidos? Pretende-se responder essas perguntas a partir de uma análise descritiva dos dados.

3.1.2 Hipóteses do Trabalho

Para que seja possível entender o perfil de arrecadação dos candidatos evangélicos em 2018 e 2022, que concorreram ao cargo de deputado federal em todos os estados da federação, o trabalho testará as seguintes hipóteses:

H1: Candidatos evangélicos que utilizam etiquetas religiosas no nome de urna arrecadam menos recursos de campanha que os demais candidatos ao cargo de deputado federal.

A primeira hipótese vai ao encontro dos pressupostos de Netto e Speck (2017) que apontam que candidatos evangélicos dependem, em menor grau, dos recursos financeiros. A hipótese é que tais candidatos dispõem de alguns fatores que os diferenciam dos demais, como: o alcance de comunidades carentes e de contatos empresariais através da sua relação com as igrejas; o uso de etiquetas religiosas em seu nome de urna, que funciona como um atalho informacional ao eleitor evangélico; a mobilização de um repertório simbólico ligado aos valores religiosos; e por último, uma via não tradicional de financiamento de campanhas nas igrejas. Sendo assim, supõem-se que, por conta do apoio institucional das igrejas, os candidatos evangélicos, ao contrário de outros grupos emergentes na política, dependem em menor grau de doações de diferentes fontes para custear suas campanhas.

Meu intuito é verificar, para as eleições de 2018 e 2022, se os evangélicos possuem um volume total de arrecadação menor que os demais candidatos não evangélicos. O objetivo da hipótese é verificar o pressuposto de que os candidatos evangélicos, ao contarem com o apoio institucional da igreja, e assim, de recursos não contabilizados, reduziram sua arrecadação de campanha. Para testar H1, analisarei quantitativamente o efeito de ser evangélico sobre o total da receita em comparação com os demais candidatos.

Para tanto, utilizou-se o modelo de regressão linear multivariada em que a variável dependente (y) é o total da receita e a principal variável independente ($x1$) é a condição de ser evangélico. Como forma de melhorar o modelo explicativo, foram inseridas as seguintes variáveis independentes de controle: feminino; não branco; *dummies* para unidades da federação (UF) e partidos. Assim como Netto e Speck (2017), espera-se que os candidatos evangélicos se diferenciem dos demais por possuírem as menores receitas. Resultados

diferentes podem sugerir que, diante das mudanças nas regras sobre o financiamento de campanhas eleitorais, que estabeleceu a proibição de doações de empresas para candidatos e que gerou um aumento na importância dos recursos advindos do Fundo Eleitoral, as receitas arrecadadas pelos candidatos podem ter ficado mais equilibradas, se comparado às eleições anteriores. Além disso, outras razões que poderiam explicar uma não diferenciação entre o total de receita arrecadado de evangélicos e não evangélicos é a proximidade que esse grupo religioso teve com a máquina administrativa nos últimos anos, principalmente com a vitória de Jair Bolsonaro em 2018, onde o então candidato deixava claro seu alinhamento com pautas morais e religiosas e com o segmento evangélico. Dessa forma, se os resultados apontarem para uma não diferenciação entre as receitas dos diferentes grupos, supõem-se que os evangélicos da amostra, ao ficarem mais perto da máquina administrativa, seriam mais facilmente irrigados com dinheiro público, ou até mesmo, podem ter se privilegiado dos recursos distribuídos pelos partidos.

Para a segunda hipótese, temos:

H2: Para os candidatos evangélicos da amostra, o efeito entre receita de campanha e a quantidade de votos nominais recebidos é menor do que para os outros candidatos.

Na segunda hipótese do trabalho busca-se investigar se o dinheiro arrecadado pelos evangélicos identificados para este trabalho teve um impacto menor sobre o seu desempenho eleitoral, em relação aos votos recebidos, se comparados aos demais candidatos. A segunda hipótese segue a mesma lógica de H1, de que candidatos evangélicos ao contarem com um eleitorado cativo e com o apoio institucional das igrejas, entendidos como recursos não contabilizados da campanha, fariam render mais o dinheiro na obtenção de votos, ou seja, o dinheiro de campanha seria menos importante para estes conseguirem se eleger. Novamente, os resultados obtidos devem ser levados em consideração dentro do novo cenário político, de mudança nas formas de arrecadação de dinheiro e de aumento da força política dos evangélicos nos últimos anos.

Para H2 será gerado um modelo de regressão linear multivariado, em que a variável dependente (y) será o total de votos obtidos e as principais variáveis independentes (x) serão: o volume total da receita ($x1$); ser evangélico ($x2$); e a interação entre $x1$ e $x2$ (receita * evangélico). Aqui também inserimos as variáveis *dummies*: feminino; não branco; UF e partidos.

3.2 METODOLOGIA DE PESQUISA E OPERACIONALIZAÇÃO DAS VARIÁVEIS

A metodologia que guia este estudo é de caráter quantitativo, fundamentando-se na análise dos dados extraídos diretamente do portal de dados eleitorais do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Esta dissertação faz uso do banco de informações eleitorais que compreende as eleições gerais dos anos de 2018 e 2022. Inicialmente, procedeu-se com uma coleta sistemática de informações relacionadas aos indivíduos que disputaram o cargo de deputado federal, utilizando como base o registro de candidaturas disponibilizado pelo TSE. Uma limitação encontrada nos dados fornecidos pelo TSE é a ausência de informações sobre a filiação religiosa dos candidatos. Dessa forma, para contornar essa lacuna, desenvolveu-se uma metodologia específica que envolve a criação de vetores destinados a identificar, por meio dos nomes de urna, candidatos que se autodefinem como evangélicos.

Em trabalhos anteriores (Netto; Speck, 2017; Lacerda, 2019; Gomes, 2022), para identificar candidaturas evangélicas, os autores utilizaram a estratégia de localizar os candidatos evangélicos a partir do nome de urna que apresentassem as seguintes “etiquetas”: Apóstolo, Bispo, Irmão, Missionário e Pastor, bem como os seus correspondentes femininos. Netto e Speck (2017) fundamentam sua decisão por selecionar candidatos que se autopojetam a partir do nome de urna baseando-se na ideia de que tais candidatos desfrutam de vantagens significativas como: acesso direto a um eleitorado fiel, apoio institucional de igrejas e acesso a recursos que muitas vezes não são oficialmente registrados. Dessa forma, selecionar candidaturas evangélicas que se projetam por esses títulos é a melhor forma de detectar aqueles que se apresentam como evangélicos ao público. Levando isso em consideração, a escolha de um título religioso como nome de urna revela-se uma boa estratégia. Essa abordagem permite aos candidatos acionar e ressaltar sua identidade religiosa, visando conquistar a aprovação antecipada de um eleitorado que valoriza princípios religiosos.

Diante disso, a presente pesquisa escolheu empregar a abordagem de identificação de candidatos que se destacam junto ao eleitorado religioso por meio de seus nomes de urna. Essa técnica visa discernir os candidatos evangélicos nos dados de candidaturas fornecidos pelo TSE. Apesar do reconhecimento que essa forma de seleção de candidaturas é uma *proxy* para detectar a quantidade de evangélicos nos dados disponibilizados, tal técnica de filtragem não consegue em sua totalidade captar todos os evangélicos que concorreram ao cargo de deputado federal nas duas eleições, mas garante a possibilidade de filtrar um número considerável de candidatos que deliberadamente querem ser reconhecidos como evangélicos. Dessa forma, a imprecisão deste tipo de estratégia pode subestimar a quantidade real de

candidatos evangélicos, tendo em vista que muitos candidatos apoiados pelas igrejas não se utilizam de uma identidade religiosa na urna, bem como, existem aqueles que se identificam como evangélicos, mas na prática, não gozam do apoio institucional da denominação. Contudo, a validade da mensuração é confiável, uma vez que ela é passível de replicação e se torna valiosa para a captação de um capital simbólico (Netto; Speck., 2017, p. 818).

Para a identificação dos evangélicos, foram criados os seguintes vetores no *software* RStudio: “Pastor”; “Bispo”; “Reverendo”; “Apóstolo”; “Missionário”; “Irmão”, e seus correspondentes femininos. No entanto, como forma de ampliar os filtros utilizados pelos trabalhos anteriores, utilizou-se também as abreviações dos designativos, retiradas da lista de siglas, abreviações e reduções mais correntes da Academia Brasileira de Letras⁵: “Pr.” e “Pr”; “B.po”, “Bpo.”; “Rev.”, “Rev.do”, “Revdo.”, “Rev.º”, “Revo.”; “Ir.”.

Após a seleção de todos os candidatos que incluíssem algumas das designações mencionadas no nome de urna, criamos uma variável binária. Os candidatos identificados como evangélicos receberam o valor 1, todos os outros candidatos receberam o valor 0. Após uma primeira busca na base de dados, foi possível constatar a ocorrência de vários candidatos que se utilizavam das designações selecionadas em seu nome de urna. Como forma de evitar que a amostra estivesse superestimada, analisei cada um dos nomes e desconsidere os que possuíam alguns dos vetores que não correspondiam a um título religioso evangélico.

Para selecionar os dados a respeito da receita de campanha dos candidatos, usou-se o banco de prestação de contas e receitas individuais do TSE, ou seja, foram utilizados apenas os dados referentes às doações feitas diretamente ao candidato. A análise de composição de receita dos candidatos nos permite verificar a origem das doações, uma vez que constam informações sobre as diferentes fontes de transferências (partidos e candidatos; pessoa física; recursos próprios; e recursos de financiamento coletivo). Para calcular o volume de dinheiro arrecadado pelos candidatos, foram somadas todas as fontes de receita. Em relação aos dados referentes a quantidade de votos nominais obtidos, utilizou-se o banco de resultados. Todas essas informações foram organizadas em dois bancos distintos para cada uma das eleições.

A variáveis que serão analisadas nos modelos de regressão para os testes de hipóteses, são as seguintes:

Evangélico: variável binária utilizada para identificar os dois grupos de candidatos, onde candidatos identificados como evangélicos receberam o valor 1 e os outros candidatos

⁵ ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS (ABL). **Reduções mais correntes**. Disponível em: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/reducoes> . Acesso em: 08 nov. 2022.

receberam 0.

Partido: o partido político ao qual o candidato pertence. Para todos os partidos foram criadas *dummies* que têm como partido de referência o PSB. Seguindo a mesma estratégia de Netto e Speck (2017), optou-se por selecionar o partido de referência com menor número de evangélicos, tendo em vista que o objetivo deste trabalho é estudar candidatos evangélicos.

Receita: total arrecadado (montante total dos recursos do candidato ao longo da campanha); composição de diferentes fontes (recursos próprios, pessoa física, recurso de partido políticos, recursos de outros candidatos, recursos de origem não identificada, recursos de financiamento coletivo).

Votos: total de votos nominais alcançados pelos candidatos.

Feminino: variável binária que assumirá 1 para candidatos do sexo feminino e 0 para masculino.

Não Branco: variável binária onde candidato não branco assumirá o valor 1 e branco 0.

UF: foram criadas *dummies* para cada unidade federativa. Santa Catarina foi usado como estado de referência, pelo mesmo critério determinado aos partidos (menor frequência de candidatos evangélicos).

3.3 CARACTERÍSTICAS E PERFIL DE FINANCIAMENTO DOS CANDIDATOS EVANGÉLICOS

Para aprofundar o entendimento acerca das características do objeto empírico desta pesquisa, é essencial realizar considerações preliminares antes da aplicação de testes estatísticos. Isso se fundamenta em uma análise prévia descritiva dos dados. O banco de dados elaborado para este estudo abrange informações relacionadas a 18.224 candidaturas ao cargo de deputado federal. Dentre essas, 7.714 referem-se às eleições de 2018, enquanto 10.510 ao

pleito de 2022. Em termos de distribuição de gênero, o banco compreende 33% de candidaturas femininas e 67% masculinas. Para o ano de 2018, observou-se uma composição de 31% de candidatas do sexo feminino e 68% do sexo masculino, enquanto em 2022 essas proporções foram de 34% (feminino) e 65% (masculino). No que se refere à distribuição de evangélicos por gênero, as candidaturas femininas representaram 23% em 2018 e 30% em 2022, enquanto as candidaturas masculinas foram 76% e 69%, respectivamente.

Como é possível observar na tabela 1, em 2018, dos 7.714 candidatos aptos a concorrerem ao cargo de deputado federal em todo o Brasil, 164 possuem no nome de urna algum dos vetores criados para esta pesquisa, representando cerca de 2% do total de candidatos da amostra. Em 2022, o número de candidaturas foi maior: dos 10.510 candidatos, 245 eram evangélicos autodeterminados pelo nome de urna, representando 2,3% da amostra.

Tabela 1- Número de candidatos evangélicos e não evangélicos em 2018 e 2022

Ano Eleição	Candidatos	Deputado Federal	%
2018	Evangélico	164	2,1%
	Outros	7.550	97,8%
	Total	7.714	100%
2022	Evangélico	245	2,3%
	Outros	10.265	97,6%
	Total	10.510	100%

Fonte: Dados do TSE (elaborado pela autora).

Com base nos últimos dados disponibilizados pelo censo demográfico do IBGE, 22,2% dos brasileiros se declararam pertencentes à religião evangélica em 2010. Muitas pesquisas apontam que esse crescimento foi contínuo ao longo dos 10 anos que se sucederam no Brasil. Segundo indicação de uma pesquisa do Datafolha de 2020, a porcentagem de evangélicos estaria por volta dos 31%. Infelizmente com o adiamento do censo demográfico para o segundo semestre de 2022, ainda não temos a disposição informações atualizadas e precisas acerca dos dados sobre religião nos portais oficiais do IBGE, porém, algumas projeções apontam para um crescimento evangélico com percentuais entre 31,8% e 39,8% em

2022⁶ (Alves, 2022).

Ainda segundo o último censo disponível, os dados sobre a distribuição de evangélicos por região apontavam que a região Norte (28,5%) e Centro Oeste (26,8%) apresentam a maior porcentagem deste grupo em relação aos demais estados. Para efeito de comparação, nossos dados a respeito da distribuição de candidaturas evangélicas por estados em 2018 e 2022, apontam para uma maior concentração de candidaturas evangélicas nos estados de Roraima (8,85%), Pernambuco (8,38%) e Bahia (7,13%), sendo o Nordeste a região com maior concentração de candidatos da amostra. Já os estados que concentram a menor porcentagem nas últimas eleições são: Santa Catarina (0,63%); Mato Grosso do Sul (1,29%) e Alagoas (2,38%) (Ver anexo 2).

A respeito da distribuição de evangélicos pelos partidos, espera-se encontrar uma concentração destas candidaturas nas agremiações que já são conhecidas por terem em sua composição políticos ligados a religião evangélica, como é o caso do Republicanos, PSC (Partido Social Cristão) e PSL (Partido Social Liberal) que em 2018 aglutinou candidatos conservadores como consequência da candidatura de Jair Bolsonaro pela legenda.

A partir dos dados disponibilizados pelo TSE é possível observar na tabela 2 que, em 2018, houve uma concentração de candidaturas evangélicas para os cargos de deputado federal nas seguintes legendas: Partido Social Cristão (PSC) com 11,42% de candidaturas; Partido Trabalhista Cristão (PTC) com 4,16%; Partido Republicano Brasileiro (PRB) com 4,04%; Patriota com 3,79% e Partido Humanista da Solidariedade (PHS) com 3,71%. Em contrapartida, alguns dos partidos que apresentaram a menor concentração de candidaturas evangélicas, foram: Partido Socialista Brasileiro (PSB), 0%; Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) com 0,22% ; Partido Social Democrático (PSD) com 0,50% e Partido Popular Socialista (PPS) com 0,78%.

Nas eleições de 2022, a partir das informações da tabela 2, é possível notar que os partidos que mais agregaram as candidaturas evangélicas da nossa amostra, em relação ao número total de candidatos, foram: PMN com 5,63% de candidatos evangélicos; PSC com 5,38%; DC com 5,09% e PMB com 4,91%. A respeito dos partidos que agregaram o menor

6 A discrepância entre a proporção de evangélicos identificados em nossa amostra, que foi de 2%, e a estimativa da proporção de evangélicos na população, em torno de 30%, sugere que nem todos os evangélicos optam por incluir sua identidade religiosa em seus nomes de urna. Isso evidencia uma limitação na estratégia de identificação de candidaturas evangélicas por meio desse método. Portanto, é necessário empreender esforços futuros para identificar com maior precisão esse grupo entre as candidaturas, possivelmente combinando técnicas de pesquisa quantitativas e qualitativas.

número dessas candidaturas, tem-se: PSB com 0,21%; PT com 0,54%; REDE com 0,55% e Cidadania, com 0,61%. Um ponto interessante a ser observado diz respeito a composição do PL, partido do ex-presidente Jair Bolsonaro nas eleições de 2022, onde vemos que o partido não se destacou entre os demais em relação a quantidade de candidaturas evangélicas na legenda, assim como o PSL em 2018, que também não se destacou em relação aos demais, com apenas 1,98% de candidatos desse tipo.

Levando em consideração a classificação ideológica dos partidos brasileiros produzida por Bruno Bolognesi *et al.* (2023)⁷, pode-se dizer que os candidatos evangélicos da amostra, identificados pelo nome de urna, que concorreram ao cargo de deputado federal nas duas últimas eleições se concentraram majoritariamente em partidos de direita como é o caso do PSC, PHS, PTB, PTC e Republicanos. Vale destacar ainda que o PSC apesar de estar ligado a ala mais conservadora da Igreja Católica, é um partido que também vem agregando representações de origem evangélica (Bolognesi et al. 2023, p. 8), assim como o Republicanos — antigo PRB, partido ligado à Igreja Universal do Reino de Deus 2005 (Cerqueira, 2017; Cassota, 2019).

Tabela 2- Distribuição de candidatos evangélicos por partido

Partido	Ano Eleição			
	2018 % de Evangélicos	Nº de Candidatos	2022 % de Evangélicos	Nº de Candidatos
Agir (AGIR)	0% (0)	0	3,76% (14)	372
Avante (AVANTE)	2,36% (8)	338	2,58% (11)	445
Cidadania (CIDADANIA)	0% (0)	0	0,61% (1)	163
Democracia Cristã (DC)	3,15% (7)	222	5,09% (13)	255
Democratas (DEM)	1,75% (3)	171	0% (0)	0
Movimento Democrático Brasileiro (MDB)	0,96% (3)	310	1,63% (8)	489
Partido da Mobilização Nacional (PMN)	2,39% (4)	167	5,63% (16)	284
Partido da Mulher Brasileira (PMB)	2,02% (2)	99	4,91% (11)	224
Partido da República (PR)	1,28% (2)	156	0% (0)	0

⁷ <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.303>

Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)	0,82% (2)	241	1,84% (6)	326
Partido Democrático Trabalhista (PDT)	1,77% (5)	281	0,82% (4)	482
Partido dos Trabalhadores (PT)	0% (0)	356	0,54% (2)	370
Partido Humanista da Solidariedade (PHS)	3,71% (11)	296	0% (0)	0
Partido Liberal (PL)	0% (0)	0	2,15% (11)	510
Partido Pátria Livre (PPL)	1,61% (4)	247	0% (0)	0
Partido Popular Socialista (PPS)	0,78% (1)	127	0% (0)	0
Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB)	2,53% (8)	315	2,05% (7)	341
Partido Republicano Brasileiro (PRB)	4,04% (10)	247	0% (0)	0
Partido Republicano da Ordem Social (PROS)	2,60% (7)	269	3,35% (15)	447
Partido Republicano Progressista (PRP)	1,51% (4)	264	0% (0)	0
Partido Social Cristão (PSC)	11,42% (20)	175	5,38% (23)	427
Partido Social Democrático (PSD)	0,50% (1)	198	1,87% (8)	427
Partido Social Liberal (PSL)	1,98% (9)	454	0% (0)	0
Partido Socialismo e Liberdade (PSOL)	0,22% (1)	449	0,95% (3)	315
Partido Socialista Brasileiro (PSB)	0% (0)	225	0,21% (1)	457
Partido Trabalhista Brasileiro (PTB)	3,05% (4)	131	3,51% (18)	512
Partido Trabalhista Cristão (PTC)	4,16% (9)	216	0% (0)	0
Partido Verde (PV)	1,21% (3)	247	0% (0)	95
Patriota (PATRIOTA)	3,79% (14)	369	2,89% (14)	484
Podemos (PODEMOS)	3,66% (8)	218	1,77% (9)	507

Progressistas (PROGRESSISTAS)	1,39% (2)	143	1,77% (9)	507
Rede Sustentabilidade (REDE)	3,08% (7)	227	0,55% (1)	181
Republicanos (REPUBLICANOS)	0% (0)	0	3,57% (19)	532
Solidariedade (SOLIDARIEDADE)	3,40% (5)	147	1,95% (8)	409
União Brasil (UNIÃO)	0% (0)	0	2,46% (13)	527
União Popular (UP)	0%(0)	0	0%(0)	18
PC do B	0%(0)	108	0%(0)	107

Fonte: Elaborado pela autora.

No que se refere ao perfil de arrecadação dos candidatos evangélicos da amostra em 2018 e 2022, optou-se aqui por analisar a distribuição da receita destes candidatos advindas dos diferentes tipos de recursos disponíveis no banco de dados (recursos de partido político, recursos de pessoa física, recursos próprios, recursos de outros candidatos, recursos de origem não identificada e recursos de financiamento coletivo). Como resultado, verifica-se que há uma maior concentração de recursos advindos dos partidos políticos aos evangélicos identificados nesta pesquisa em relação ao valor total da receita destes candidatos.

Em 2018, os candidatos evangélicos da amostra tiveram em média uma receita total no valor de R\$73.406,96, onde 81,20% desse dinheiro tinha como fonte os partidos políticos. Em 2022, novamente os recursos dos partidos representaram a maior parte da composição da receita destas candidaturas, que tiveram em média uma receita de R\$230.291,66, sendo 98,96% desse valor oriundo dos recursos partidários. Em relação ao recurso de pessoa física, os evangélicos da amostra em 2018 e 2022 tiveram respectivamente em média 8,27% e 1,46% desse tipo de receita em relação ao valor total arrecadado. Neste sentido, os dados demonstram que tais candidatos estão cada vez mais dependentes dos recursos partidários para financiar suas campanhas, em comparação com o montante arrecadado das demais fontes de financiamento, como é possível observar na tabela 3. Dentre os demais candidatos que concorreram ao cargo de deputado federal em 2018 e 2022, os recursos advindos dos partidos também se destacaram como a principal fonte de arrecadação em relação ao valor médio do total da receita de cada candidato, representando 75,38% em 2018 e 87,74% em 2022.

Tabela 3 - Média dos tipos de recursos para os candidatos evangélicos (%)

Tipo de Receita	Ano	
	2018	2022
Recurso Partido	81,20%	95,40%
Recurso Pessoa Física	8,27%	1,46%
Recurso Outros Candidatos	2,73%	0,90%
Recursos Próprios	8,25%	0,33%
Recursos Origem Desconhecida	0,01%	0,01%
Recurso Financiamento Coletivo	0,02%	0,02%

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 4- Média dos tipos de recursos para candidatos não evangélicos (%)

Tipo de Recurso	Ano	
	2018	2022
Recurso Partido	75,37%	87,74%
Recurso Pessoa Física	12,43%	8,80%
Recurso Outros Candidatos	2,41%	1,00%
Recursos Próprios	9,36%	2,24%
Recursos de Origens Desconhecidas	0,01%	0,01%
Recursos de Financiamento Coletivo	0,0003	0,0002

Fonte: Elaborado pela autora.

O aumento da importância dos recursos partidários apresentados nos dados para as últimas eleições, possui relação direta com a mudança na regra sobre o financiamento de campanhas eleitorais no Brasil ocorrida em 2017, quando o STF declarou inconstitucional a doação de recursos de pessoas jurídicas para campanhas eleitorais, tida como uma importante fonte de dinheiro para os candidatos em eleições anteriores. Com isso, os partidos políticos passaram a ser a principal fonte de financiamento das campanhas. Outro fator importante é que, para os Deputados Federais, os recursos partidários possuem um peso ainda maior se comparado aos demais cargos, isso porque, segundo o TSE, o financiamento dessas

candidaturas passou a ser prioridade entre a maioria dos partidos, tendo em vista a preocupação destes em cumprir as exigências da cláusula de desempenho da Emenda Constitucional 97, onde “[...] os partidos que não alcançarem um mínimo de 2% dos votos para Câmara ou elegerem 11 deputados deixarão de receber recursos do Fundo Partidário e não terão mais direito ao tempo de propaganda na rádio e na TV (Agência Câmara de Notícias, 2022).

Quando se olha para a distribuição dos recursos partidários dentro dos partidos políticos mais ligados a questão evangélica, como é o caso do Republicanos/PRB e do PSC, vemos que no Republicanos, em 2018, os 4,04% de candidatos evangélicos da amostra arrecadaram cerca de 4,12% dos recursos do partido, o que significa que, em média, os candidatos evangélicos identificados aqui receberam do partido R\$290.363,66. Em termos de comparação, os demais candidatos do partido, que representam 95,95% das candidaturas, receberam cerca de 95,88% dos recursos do partido, ou seja, em média esses candidatos receberam R\$285.553,93 da agremiação. Já em 2022, os evangélicos da amostra representavam 3,57% das candidaturas no Republicanos e receberam cerca de 2,92% dos recursos. Proporcionalmente, estes arrecadaram do partido um valor inferior se comparado com os demais candidatos, como é possível observar na tabela 4.

No caso do PSC, em 2018 os evangélicos identificados pelo nome de urna representavam 11,44% das candidaturas a deputado federal, porém, quando analisamos a distribuição dos recursos partidários, estes receberam cerca de 7,59% desta fonte, com uma média de R\$81.861,44 por candidato. Já os demais candidatos, representavam cerca de 88,57% das candidaturas e receberam juntos 94,01% dos recursos do partido. Em média esses candidatos receberam R\$128.545.912, quase 2 vezes o valor arrecadado pelos candidatos evangélicos da amostra. Em 2022, os evangélicos identificados para a pesquisa eram 5,38% das candidaturas no PSC e receberam cerca de 5,99% dos recursos do partido, com uma média de receita de R\$155.848,23 por candidato. Comparado aos demais candidatos (94,61%), que receberam cerca de 94,01% dos recursos, os evangélicos da amostra em 2022 conseguiram arrecadar proporcionalmente mais dinheiro em comparação aos demais. Apesar dos evangélicos terem recebido uma média de recursos partidários proporcionalmente maior em 2018 no Republicanos, e em 2022 no PSC, não é possível afirmar que estes partidos privilegiam os candidatos que apresentam títulos religiosos em seu nome de urna em comparação aos demais.

Tabela 5- Média de recurso partidário dos candidatos evangélicos no PRB/Republicanos e PSC

Ano	Partido	Recurso Partido	Qt. de evangélicos	% de evangélicos no partido	Média do recurso partidário por candidato
2018	Republicanos/PRB	R\$2.903.636,57	10	4,04%	R\$290.363,66
2018	PSC	R\$1.637.228,71	20	11,44%	R\$81.861,44
2022	Republicanos/PRB	R\$6.073.802,17	19	3,57%	R\$319.673,80
2022	PSC	R\$3.584.509,26	23	5,38%	R\$155.848,23

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 6- Média de recurso partidário dos demais candidatos no PRB/Republicanos e PSC

Ano	Partido	Recurso Partido	Qt. de candidatos	% de candidatos no partido	Média do recurso partidário por candidato
2018	Republicanos/PRB	R\$67.628.883,50	237	95,95%	R\$285.353,93
2018	PSC	R\$19.924.616,46	155	89%	R\$128.545,912
2022	Republicanos/PRB	R\$201.810.636,16	513	96,42%	R\$393.398,053
2022	PSC	R\$56.224.033,04	404	94,61%	R\$139.168.399

Fonte: Elaborado pela autora

No que concerne aos resultados eleitorais dos candidatos evangélicos identificados em nosso banco de dados e que compõem esses dois partidos, em 2018 apenas dois candidatos evangélicos identificados pelo nome de urna foram eleitos pelo PRB, o deputado federal e Bispo da Igreja Universal, Ossesio Silva com mais de 65 mil votos e o deputado federal Pastor Manuel Marcos, com 7.489 votos. No entanto, temos conhecimento de que nossa amostra está sub representada, pois nossa estratégia não foi capaz de captar todos os candidatos evangélicos eleitos em 2018 pelo PRB. Segundo a pesquisa de monitoramento de

candidaturas religiosas executada pelo ISER para a 56ª legislatura, pelo PRB em 2018, além dos dois candidatos identificados pelo nome de urna, foram eleitos 25 candidatos pelo PRB com vinculação evangélica. Para 2022, nenhum candidato evangélico de nossa amostra foi eleito pelo Republicanos, no entanto, 20 candidatos reconhecidamente evangélicos, mas que não se utilizam de títulos religiosos, foram eleitos pelo partido na última eleição.

Tabela 7- Candidatos evangélicos eleitos pelo PRB/Republicanos em 2018 e 2022

2018		2022	
Candidato Eleito	Vinculação Religiosa	Candidato Eleito	Vinculação Religiosa
Gilberto Abramo	Igreja Universal	Alex Santana	Assembleia de Deus
Márcio Marinho	Igreja Universal	Antônia Lúcia	Assembleia de Deus
Silas Câmara	Assembleia de Deus	Silas Câmara	Assembleia de Deus
Vavá Martins	Igreja Universal	Franciane Bayer	Igreja Internacional da Graça de Deus
Vinícius Carvalho	Igreja Universal	Messias Donato	Igreja Quadrangular
Alex Santana	Assembleia de Deus	Carlos Gomes	Igreja Universal
Aline Gurgel	Igreja Universal	Gilberto Abramo	Igreja Universal
Amaro Neto	Sem denominação	Gilvan Máximo	Igreja Universal
Aroldo Martins	Igreja Universal	Jeferson Rodrigues	Igreja Universal
Carlos Gomes	Igreja Universal	Jorge Braz	Igreja Universal
Cleber Verde	Assembleia de Deus	Julio Cesar	Igreja Universal
Jhonatan de Jesus	Igreja Universal	Marcelo Crivella	Igreja Universal
João Campos	Igreja Universal	Márcio Marinho	Igreja Universal
Jorge Braz	Igreja Universal	Marcos Pereira	Igreja Universal
Júlio César Ribeiro	Igreja Universal	Maria Rosas	Igreja Universal
Léo Motta	Assembleia de Deus	Milton Vieira	Igreja Universal
Liziane Bayer	Igreja Internacional da Graça de Deus	Rogeria Santos	Igreja Universal
Marcos Pereira	Igreja Universal	Rosangela Gomes	Igreja Universal
Maria Rosas	Igreja Universal	Vinicius Carvalho	Igreja Universal
Bispo Ossesio Silva	Igreja Universal	Amaro Neto	Não identificada
Roberto Alvez	Igreja Universal		
Rosangela Gomes	Igreja Universal		
Tia Eron	Igreja Universal		
Pastor Manuel Marcos	Igreja Universal		
Milton Vieira	Igreja Universal		
Marcelo Brum	Assembleia de Deus		

Roberto de Lucena	Assembleia de Deus		
-------------------	--------------------	--	--

Fonte: ISER (Elaborado pela autora)

No caso do PSC, o partido teve um candidato declarado evangélico pelo nome de urna eleito em 2018, o ex-deputado Pastor Abilio Santana, com 50.345 votos e nenhum candidato identificado como evangélico em nosso banco foi eleito em 2022. Novamente, temos conhecimento que nossa amostra está sub representada quanto a quantidade de candidatos evangélicos que concorreram e se elegeram pelo PSC nas duas últimas eleições. Em 2018, o PSC teve quatro candidatos reconhecidamente evangélicos eleitos e dois em 2022. Em ambos os anos os candidatos eleitos não utilizaram títulos religiosos no nome de urna e por isso não foram captados em nossa amostra.

Tabela 8- Candidatos evangélicos eleitos pelo PSC em 2018 e 2022

2018		2022	
Candidato Eleito	Vinculação Religiosa	Candidato Eleito	Vinculação Religiosa
Abilio Santana	Assembleia de Deus	Gilberto Nascimento	Assembleia de Deus
Glaustin da Fuks	Assembleia de Deus	Glaustin da Fuks	Assembleia de Deus
Gilberto Nascimento	Assembleia de Deus		
Lauriete	Assembleia de Deus		

Fonte: ISER (Elaborado pela autora).

No que se refere a quantidade de votos obtidos pelos evangélicos de nossa amostra, os 10 candidatos que concorriam ao cargo de deputado federal pelo PRB em 2018, somaram juntos 166.082 votos, cerca de 3,22% do total de votos no partido. Em média, cada candidato evangélico da amostra obteve 16.608 votos. Os demais candidatos receberam em média 21.088 votos, ou seja, os evangélicos identificados pelo nome de urna tiveram quase 25% menos votos que os seus concorrentes partidários.

Já em 2022, estes somaram no Republicanos 182.944 votos, ou 2,45% dos votos que a agremiação obteve na última eleição. Em média, os candidatos evangélicos da amostra receberam em 2022 9.628 votos. Em comparação com os demais candidatos, que receberam em média 14.190 votos, os evangélicos que possuem etiquetas religiosas em seu nome de urna receberam 38,32% menos votos. No caso do PSC, os evangélicos da amostra somaram 118.831 votos, ou 7,01% do total de votos do partido, com uma média de 5.941 de votos por

candidato. Em 2022 eles tiveram 36.661, 1,85% dos votos, com uma média de 1.593 votos por candidato.

Dessa forma, é possível observar que em nenhuma das eleições analisadas os candidatos evangélicos dessa pesquisa tiveram uma média de votos maior que seus concorrentes no Republicanos e no PSC. Para efeito de comparação, no que se refere aos números de votos nominais obtidos pelos candidatos eleitos nos dois partidos, os dados mostram que no PRB/Republicanos, os candidatos eleitos tiveram respectivamente uma média de 135.115 e 23.739 votos cada, 8 vezes mais em 2018 e quase 3 vezes mais em 2022 que a média de votos dos evangélicos da amostra nestas duas eleições. No caso do PSC, os candidatos eleitos tiveram em média nas duas eleições, respectivamente 104.596 e 5.302 votos, 17 vezes mais em 2018 e 4 vezes mais em 2022 que a média de votos dos candidatos evangélicos aqui identificados em ambos os anos.

Tabela 9 - Média de votos dos candidatos evangélicos no PRB/Republicanos e PSC

Ano	Partido	Quantidade de Votos	Qt. de Candidatos Evangélicos	% de Candidatos Evangélicos	Média de votos por candidato
2018	Republicanos/PRB	166.082	10	6,09%	16.608
2018	PSC	118.831	20	12,19%	5.941
2022	REpublicanos/PRB	182944	19	7,75%	9.628
2022	PSC	36661	23	9,38%	1.593

Fonte: Dados TSE (Elaborado pela autora).

Tabela 10- Média de votos dos demais candidatos no PRB/Republicanos e PSC

Ano	Partido	Quantidade de Votos	Qt. de Candidatos	% de Candidatos	Média de votos por candidato
2018	Republicanos/PRB	4.998.067	237	95,95%	21.088
2018	PSC	1.575.492	155	89%	10.164
2022	REpublicanos/PRB	7.279.585	513	96,42%	14.190
2022	PSC	1.941.564	404	94,61%	4.805

Fonte: Dados TSE (Elaborado pela autora).

A respeito do custo do voto para os candidatos da amostra dentro do Republicanos e do PSC, destaco os estados em que os candidatos evangélicos identificados pelo nome de urna tiveram a menor média de custo por voto se comparado com os demais candidatos do mesmo partido. No caso do Republicanos, em 2018, os evangélicos da amostra tiveram uma média de custo por voto mais baixa, quando comparados aos demais candidatos do partido, nos estados do Paraná (R\$5,90), Rio Grande do Sul (R\$5,90), Sergipe (R\$17,45) e São Paulo (R\$9,81). Já em 2022, os evangélicos da amostra apresentaram uma média de custo por voto menor nos estados do Amapá (R\$10,90), Piauí (R\$23,04), Paraná (R\$10,74) e Rio de Janeiro (R\$5,91). A tabela abaixo detalha o custo do voto em cada estado da federação para ambos os grupos de candidatos do Republicanos em 2018 e 2022. Para o cálculo da média do custo do voto em cada estado, dividimos o valor total da receita dos candidatos pela quantidade de votos recebidos.

Tabela 11- Média de custo por voto recebido no Republicanos

UF	Evangélicos		Não Evangélicos	
	2018	2022	2018	2022
AC	R\$113,49			R\$111,69
AL			R\$12,18	R\$ 89,60
AM		R\$253,59	R\$10,77	R\$27,25
AP		R\$10,09	R\$126,70	R\$186,74
BA		R\$50,85	R\$18,54	R\$25,75
CE		R\$45,45	R\$11,29	R\$31,18
DF			R\$20,30	R\$22,44
ES			R\$14,44	R\$38,47
GO		R\$193,35	R\$2,76	R\$44,28
MA			R\$10,91	R\$51,56
MG			R\$21,13	R\$30,73
MS			R\$45,50	R\$77,20
MT			R\$39,82	R\$32,59
PA			R\$4,98	R\$22,20

PB	R\$24,46		R\$10,74	R\$22,46
PE	R\$10,84		R\$10,76	R\$24,97
PI		R\$23,04	R\$28,87	R\$44,37
PR	R\$5,90	R\$10,74	R\$9,22	R\$42,65
RJ	R\$18,97	R\$5,91	R\$17,90	R\$36,81
RN			R\$12,30	R\$54,09
RO			R\$40,74	R\$41,13
RR			R\$116,44	R\$78,70
RS	R\$5,90	R\$23,38	R\$ 9,35	R\$ 22,55
SC			R\$ 8,28	R\$ 40,95
SE	R\$17,45	R\$203,73	R\$34,90	R\$47,92
SP	R\$9,81	R\$39,90	R\$19,46	R\$22,18
TO		R\$146,76	R\$121,35	R\$24,41

Fonte: Dados TSE (Elaborado pela autora).

Em relação ao PSC, em 2018 os evangélicos da amostra tiveram uma média de custo por voto menor que os demais candidatos do partido nos estados do Amapá (R\$12,72), Bahia (R\$1,29), Maranhão (R\$3,13), Minas Gerais (R\$8,50), Piauí (R\$24,37), Roraima (R\$168,66), Rio Grande do Sul (R\$3,04) e Sergipe (R\$3,26). Já em 2022, as menores médias foram na Bahia (R\$20,63), Roraima (R\$14,18) e São Paulo (R\$19,77).

Tabela 12 - Média de custo por voto recebido no PSC

UF	Evangélicos		Não Evangélicos	
	2018	2022	2018	2022
AC			R\$20,97	R\$72,41
AL			R\$35,08	R\$22,15
AM	R\$21,70	R\$131,43	R\$2,06	R\$54,94
AP	R\$12,72		R\$55,73	R\$170,95
BA	R\$1,29	R\$20,63	R\$10,07	R\$32,10

CE		R\$78,59	R\$73,54	R\$156,02
DF			R\$66,75	R\$60,17
ES			R\$39,95	R\$43,58
GO			R\$18,08	R\$33,11
MA	R\$3,13		R\$ 51,61	R\$ 16,21
MG	R\$8,50		R\$21,81	R\$32,39
MS			R\$7,45	R\$29,97
MT			R\$19,43	R\$96,30
PA			R\$26,52	R\$24,25
PB			R\$19,14	R\$25,56
PE			R\$4,81	R\$49,44
PI	R\$24,37		R\$113,40	R\$90,96
PR			R\$13,37	R\$69,50
RJ	R\$5,89	R\$302,92	R\$4,95	R\$25,50
RN		R\$49,80	R\$48,96	R\$46,66
RO	R\$28,69	R\$14,18		R\$68,81
RR	R\$168,66		R\$173,21	R\$41,19
RS	R\$3,04	R\$100,58	R\$18,67	R\$20,30
SC			R\$6,36	R\$33,28
SE	R\$3,26		R\$7,45	R\$29,44
SP		R\$19,77	R\$16,07	R\$21,84
TO			R\$8,97	R\$39,27

Fonte: Dados TSE (Elaborado pela autora)

Nesta seção da dissertação descrevemos algumas características do perfil de financiamento dos candidatos evangélicos identificados pelas etiquetas religiosas em seus nomes de urna nas eleições para deputado federal nas duas últimas eleições gerais em todo o

Brasil. O estudo abordou uma amostra significativa que contempla 18.224 candidaturas, destacando uma presença modesta, mas crescente, de candidatos evangélicos que se utilizam de “pistas” religiosas em seu nome de candidatura. Observou-se que, apesar do aumento do número de candidatos evangélicos selecionados para esta dissertação, eles representam uma fração muito pequena do total de candidaturas identificadas como evangélicas, além de não representarem o total de evangélicos que concorrem nestas duas últimas eleições. Temos ciência que a estratégia de selecionar apenas os candidatos que se utilizam de etiquetas religiosas na urna não é capaz de captar todos os evangélicos das disputas, tendo em vista que a maioria dos candidatos evangélicos não deixam claro seu pertencimento religioso.

A análise ainda revelou uma distribuição desigual das candidaturas evangélicas da amostra por região, com uma maior concentração desses candidatos no Norte e Nordeste, especialmente em estados como Roraima, Pernambuco e Bahia. A distribuição partidária dos candidatos evangélicos da amostra mostrou uma distribuição mais acentuada em partidos de direita, dentre estes, os partidos com ligações religiosas explícitas, como o Republicanos e o PSC, refletindo assim uma possível tendência de alinhamento ideológico. No que tange o perfil de financiamento desses candidatos, notou-se uma dependência significativa dos recursos partidários. Em 2018 e 2022, em média, a maior parte dos recursos recebidos por candidatos evangélicos provinham dos partidos políticos, uma tendência que se alinha com a maior parte dos candidatos em geral.

Quando olhamos para o desempenho eleitoral dos candidatos evangélicos identificados para esta pesquisa dentro do Republicanos e do PSC, notou-se que estes não tiveram um desempenho eleitoral proporcionalmente destacado. Em ambas as eleições analisadas, os votos recebidos por esses candidatos foram menores em comparação com os outros concorrentes partidários. Essa análise descritiva prévia sugere que, os candidatos evangélicos dessa amostra, dentro dos partidos alinhados à questão evangélica, não receberam mais recursos que os demais candidatos de mesmo partido, indicando que nestas agremiações estes não são “privilegiados” por deixarem claro sua identidade religiosa em seu nome de urna.

Na próxima seção do capítulo buscarei aprofundar a análise mediante a aplicação de técnicas de regressão linear multivariada. Os modelos de regressão serão empregados para testar as hipóteses delineadas para esta dissertação, proporcionando uma compreensão mais detalhada do perfil de financiamento de campanha dos candidatos evangélicos da amostra. O foco será investigar se os evangélicos que se auto promovem a partir do nome de urna,

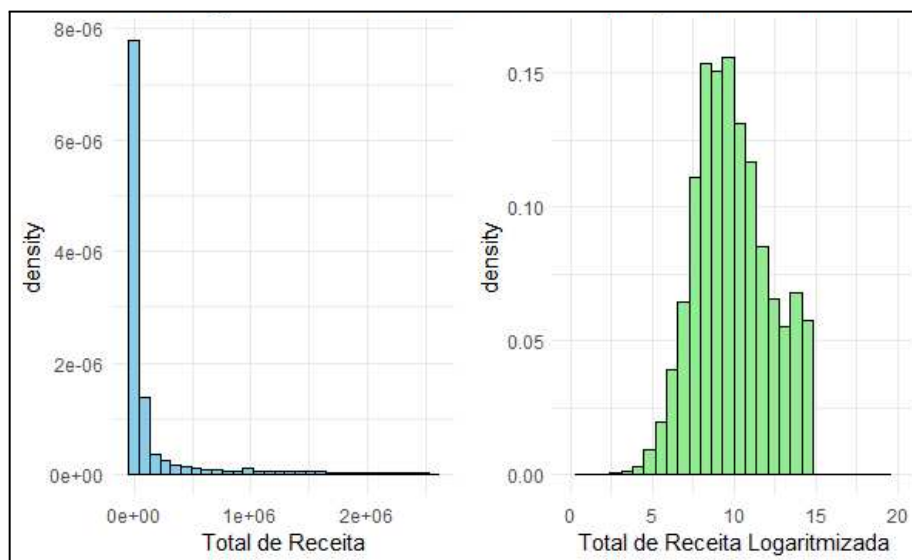
arrecadam menores volumes de receitas que seus concorrentes e, posteriormente, analisar se o dinheiro importou menos para estes candidatos na obtenção de votos nas duas últimas eleições.

3.4 TESTE DE HIPÓTESES

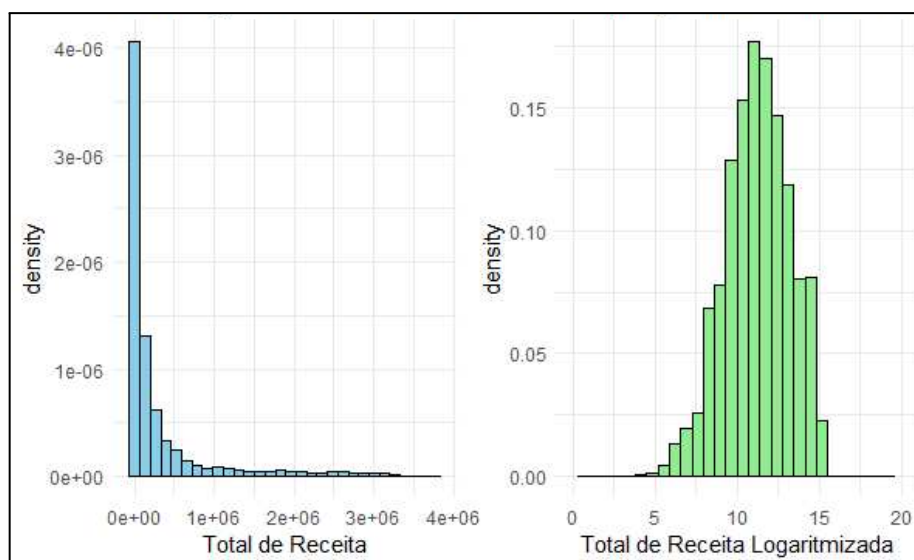
Para testar a primeira hipótese deste trabalho, que busca verificar se candidatos evangélicos que utilizam etiquetas religiosas no nome de urna possuem um volume de arrecadação menor que os demais candidatos em 2018 e 2022, usou-se de regressão linear multivariada em que a variável dependente (y) é o volume total de receita e a principal variável independente (x) é o fato de ser candidato evangélico, ou seja, o objetivo é avaliar quantitativamente o efeito que ser evangélico possui na arrecadação de dinheiro. Busca-se verificar com H1 se os pressupostos de que candidatos evangélicos despendem menos esforços para a arrecadação de recursos, por fazerem campanhas em igrejas e por se apresentarem abertamente evangélicos no nome de urna criando um atalho informacional para os eleitores, se confirma para os anos do escopo deste estudo.

Para otimizar a estimação dos modelos utilizados nos testes das hipóteses H1 e H2, utilizou-se de transformação logarítmica para a variável que mede o volume de receita dos candidatos. Esta transformação é fundamental para mitigar a assimetria intrínseca aos dados financeiros e aproximar a distribuição da variável receita de uma distribuição normal, condição que beneficia a aplicação de técnicas estatísticas baseadas na suposição de normalidade (Fávero, 2017). Os gráficos abaixo ilustram o comportamento da variável receita antes e após a aplicação da transformação logarítmica, em ambos os anos eleitorais. É possível notar uma homogeneização na distribuição dos dados, o que realça a eficácia da logaritmização, e confere assim, maior robustez às análises subsequentes.

**Gráfico 1 - Histogramas normalidade da variável “receita” antes e depois da
logaritmização 2018**



**Gráfico 2 - Histogramas normalidade da variável “receita” antes e depois da
logaritmização 2022**



Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 13 - Regressão linear multivariada do volume de receita dos candidatos em 2018 e 2022

	Modelo Linear Receita 2018	Modelo Linear Receita 2022
(Intercept)	10.709*** (0.308)	11.283*** (0.258)
Evangélico	-0.577* (0.266)	-0.317 (0.231)
Feminino	-0.480*** (0.082)	0.137+ (0.073)
Não Branco	-0.850*** (0.083)	-0.043 (0.074)
Acre	1.358** (0.435)	-0.496 (0.364)
Alagoas	0.604 (0.440)	-0.067 (0.332)
Amazonas	0.131 (0.365)	-0.803* (0.342)
Amapá	1.439*** (0.407)	-0.421 (0.352)
Bahia	0.003 (0.276)	-0.166 (0.244)
Ceará	0.706* (0.311)	-0.151 (0.271)
Distrito Federal	1.653*** (0.339)	0.152 (0.317)
Espirito Santo	0.985** (0.347)	-0.353 (0.322)
Goiás	0.579+ (0.327)	-0.063 (0.272)
Maranhão	0.384 (0.332)	-0.654* (0.277)
Minas Gerais	-0.086 (0.251)	-0.354 (0.229)
Mato Grosso do Sul	0.808*	-0.180

	(0.389)	(0.350)
Mato Grosso	1.319*** (0.369)	-0.013 (0.346)
Pará	1.674*** (0.378)	-0.400 (0.284)
Paraíba	0.331 (0.355)	-0.107 (0.306)
Pernambuco	-0.688* (0.290)	-0.466+ (0.260)
Piauí	0.980** (0.371)	-0.592+ (0.336)
Paraná	-0.053 (0.279)	-0.316 (0.246)
Rio de Janeiro	-0.516* (0.246)	-0.260 (0.229)
Rio Grande do Norte	-0.103 (0.382)	-0.150 (0.330)
Rondônia	0.980* (0.406)	-0.357 (0.343)
Roraima	0.939* (0.370)	-0.134 (0.345)
Rio Grande Do Sul	0.337 (0.278)	-0.209 (0.252)
Sergipe	0.895* (0.390)	-0.488 (0.341)
São Paulo	-0.232 (0.238)	-0.257 (0.221)
Tocantins	1.122* (0.436)	-0.154 (0.347)
AVANTE	-2.099*** (0.288)	-1.022*** (0.237)
DC	-2.646*** (0.317)	-3.104*** (0.276)
DEM	-0.542 (0.340)	
MDB	0.730*	0.128

	(0.293)	(0.229)
NOVO	-0.722* (0.319)	-1.325*** (0.290)
PATRIOTA	-3.156*** (0.284)	-1.000*** (0.230)
PCdoB	-1.460*** (0.392)	0.551 (0.464)
PCB	-1.587* (0.648)	-5.959*** (0.585)
PCO	-3.218*** (0.716)	-2.674*** (0.498)
PDT	-0.773* (0.300)	-0.687** (0.230)
PHS	-1.809*** (0.297)	
PMB	-3.612*** (0.404)	-5.823*** (0.289)
PMN	-3.131*** (0.341)	-2.525*** (0.267)
PODE	-2.105*** (0.318)	0.018 (0.227)
PP	1.305*** (0.357)	0.110 (0.227)
PPL	-3.542*** (0.308)	
PPS	-0.094 (0.370)	
PR	1.469*** (0.348)	
PRB	0.578+ (0.309)	
PROS	-3.375*** (0.303)	-5.067*** (0.234)
PRP	-3.891*** (0.304)	
PRTB	-3.555***	-4.646***

	(0.293)	(0.252)
PSC	-1.037** (0.339)	-1.774*** (0.237)
PSD	0.205 (0.326)	0.492* (0.238)
PSDB	0.911** (0.310)	-0.516* (0.256)
PSL	-1.836*** (0.273)	
PSOL	-2.075*** (0.273)	-0.236 (0.258)
PSTU	-4.220*** (0.598)	-2.996*** (0.593)
PT	0.533+ (0.285)	1.197*** (0.247)
PTB	0.299 (0.367)	-1.668*** (0.227)
PTC	-4.296*** (0.319)	
PV	-0.940** (0.308)	-0.137 (0.400)
REDE	-2.562*** (0.314)	-0.515+ (0.311)
SOLIDARIEDADE	-0.237 (0.355)	-1.436*** (0.240)
AGIR		-4.109*** (0.246)
CIDADANIA		-0.571+ (0.323)
PL		0.145 (0.227)
REPUBLICANOS		0.537* (0.225)
UNIÃO		1.482*** (0.225)
Num. Obs.	7714	10510

R ²	0.238	0.213
R ² Adj.	0.231	0.208
AIC	40493.8	56525.8
BIC	40945.6	56968.7
Log.Lik.	-20181.912	-28201.919
RMSE	3.31	3.54

+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

A primeira conclusão para o modelo de 2018 sugere que, o coeficiente negativo da variável “Evangélico”, com um p-valor < 0,05 que indica significância estatística, os candidatos evangélicos da amostra em 2018 tendem a arrecadar 44% menos recursos de campanha quando comparados com os demais candidatos, confirmando assim H1. O modelo também mostra que o coeficiente negativo na variável “Feminino” indica que candidatas do sexo feminino arrecadam menos recursos que os candidatos do sexo masculino, ou seja, arrecadam 38% menos recursos que os homens. Para os não brancos, estes têm uma arrecadação média esperada aproximadamente 57% menor do que a arrecadação média de candidatos brancos.

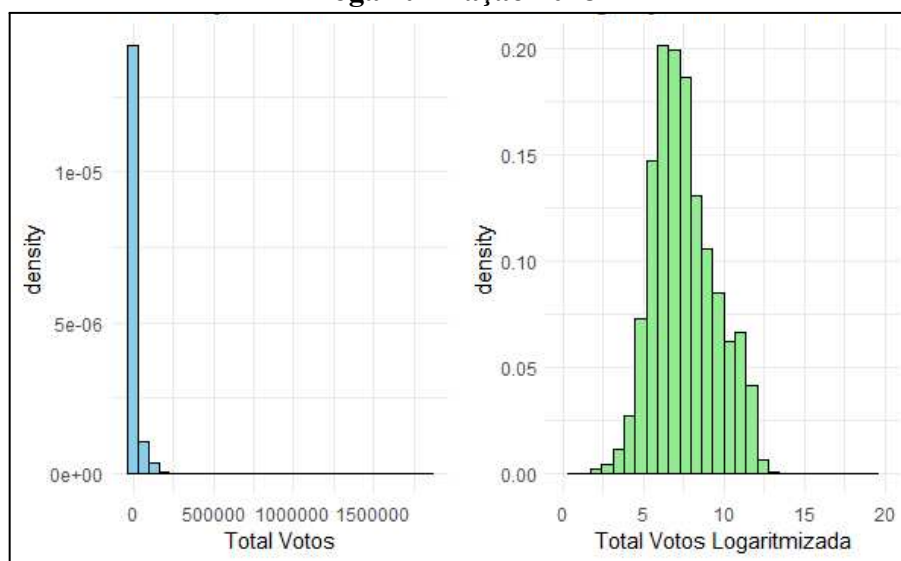
No modelo de 2022, mantendo todas as variáveis constantes, o coeficiente negativo na variável “Evangélico” sugere que, em 2022, apesar dos evangélicos da amostra terem arrecadado 26% menos recursos em relação aos demais, a diferença é menor do que em 2018, além de não apresentar significância estatística, ou seja, a arrecadação de campanha obtida pelos evangélicos identificados pelo nome de urna na última eleição não se diferencia da arrecadação dos demais candidatos. Com base nos modelos, não se pode afirmar que os candidatos evangélicos da amostra arrecadaram menos recursos de campanha que os demais em 2022. No entanto, em 2018, há evidências significativas de que os evangélicos identificados para essa pesquisa arrecadaram menos que seus concorrentes para o mesmo cargo. Uma possível explicação para a mudança no volume de receita arrecadado pelos evangélicos da amostra entre os últimos dois anos converge com a hipótese de que os candidatos evangélicos, ao se aproximarem da máquina pública a partir de 2018, tiveram suas campanhas irrigadas com um montante maior de dinheiro em 2022, contribuindo para a diminuição observada na diferença de arrecadação entre os dois grupos de candidatos.

Partindo para a segunda hipótese deste trabalho, o objetivo é analisar o efeito das receitas de campanha na quantidade de votos nominais obtidos pelos evangélicos da amostra

nas duas últimas eleições. Para tanto, foram gerados dois modelos de regressão linear multivariada para as duas eleições. A variável dependente será o total de votos nominais logaritmizados, sendo a principal variável independente o volume total da receita logaritmizada. Para o esse modelo as variáveis de controle permanecem as mesmas: evangélico; receita * evangélico; feminino; não branco; UF; e partidos.

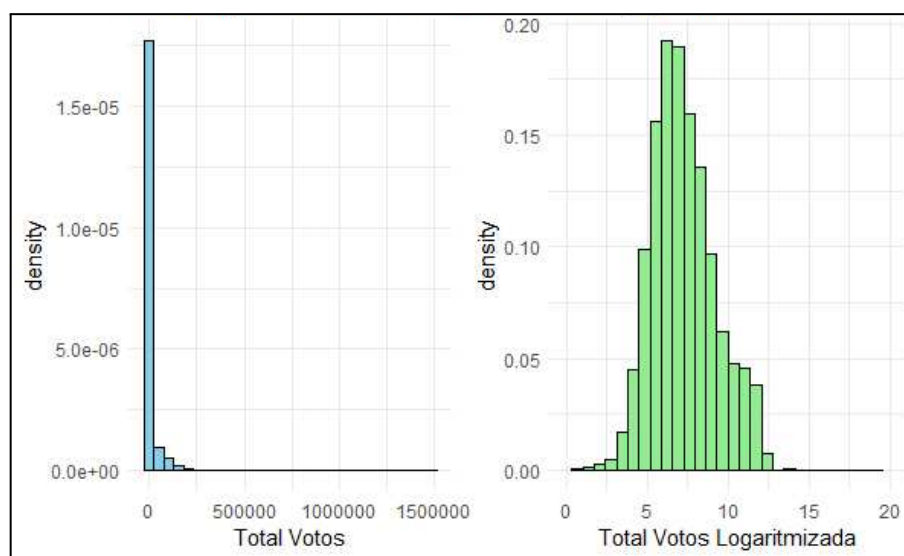
Assim como para a variável receita, a variável de votos também passou por uma transformação logarítmica, como forma de otimizar os resultados dos modelos, garantindo uma aproximação da variável votos de uma distribuição normal. Nos histogramas, abaixo, é possível visualizar a distribuição de “votos” antes e depois da logaritmização para ambos os anos:

Gráfico 3 - Histogramas normalidade da variável “votos” antes e depois da logaritmização 2018



Fonte: Elaborado pela autora.

**Gráfico 4 - Histogramas normalidade da variável “votos” antes e depois da
logaritmização 2022**



Fonte: Elaborado pela autora.

Para o modelo de H2, pretende-se verificar o efeito da receita na votação nominal de um candidato evangélico que possui no nome de urna sua identificação religiosa, que pode ser mais bem atribuída ao seu esforço individual para a arrecadação de campanha. Nisso, optamos por uma modelagem diferente de Neto e Speck que verificam o impacto das despesas de campanha diretamente sobre as chances de ser eleito ou não de um candidato. Entretanto, as chances de ser eleito ou não dependem de muitos fatores que vão além do esforço individual de campanha, como por exemplo, as decisões do partido em torno de federações partidárias e a própria montagem da lista que pode coordenar mais ou menos as votações de candidatos de um mesmo partido. Dessa forma, foram gerados modelos de regressão linear multivariada para ambos os anos, em que a variável dependente passa a ser a quantidade de votos nominais logaritmizados e a principal variável independente é o volume total de receitas logaritmizadas. As variáveis de controle permanecem as mesmas dos modelos anteriores: evangélico; receita * evangélico; feminino; não branco; UF; e partidos.

**Tabela 14 - Modelo de regressão linear explicando o efeito da receita na quantidade de
votos dos candidatos em 2018 e 2022**

Modelo Linear Votação 2018	Modelo Linear Votação 2022
-------------------------------	-------------------------------

(Intercept)	5.253*** (0.213)	2.363*** (0.166)
Log. Receitas	0.334*** (0.007)	0.429*** (0.006)
Evangélico	-0.622+ (0.375)	1.139*** (0.331)
Receita * Evangélico	0.084+ (0.043)	-0.118*** (0.033)
Feminino	-0.905*** (0.053)	-0.664*** (0.043)
Não Branco	-0.312*** (0.054)	-0.001 (0.043)
Acre	-1.163*** (0.280)	0.351 (0.215)
Alagoas	-0.288 (0.282)	0.135 (0.196)
Amazonas	-0.370 (0.235)	0.172 (0.202)
Amapá	-1.340*** (0.262)	-0.221 (0.207)
Bahia	-0.311+ (0.177)	0.099 (0.144)
Ceará	-0.394* (0.200)	-0.091 (0.160)
Distrito Federal	-0.704** (0.218)	0.036 (0.187)
Espirito Santo	-0.360 (0.223)	0.299 (0.190)
Goiás	-0.375+ (0.210)	-0.138 (0.161)
Maranhão	-0.101 (0.214)	0.038 (0.163)
Minas Gerais	-0.066 (0.161)	0.065 (0.135)
Mato Grosso do Sul	-0.417+ (0.250)	0.125 (0.206)

Mato Grosso	-1.250*** (0.237)	0.095 (0.204)
Pará	0.856*** (0.243)	-0.055 (0.168)
Paraíba	-0.318 (0.228)	0.149 (0.180)
Pernambuco	-0.292 (0.186)	0.088 (0.154)
Piauí	-0.631** (0.239)	-0.154 (0.198)
Paraná	-0.274 (0.179)	0.050 (0.145)
Rio de Janeiro	-0.325* (0.158)	0.103 (0.135)
Rio Grande do Norte	0.330 (0.245)	-0.070 (0.194)
Rondônia	-0.717** (0.261)	0.000 (0.202)
Roraima	-1.699*** (0.238)	0.146 (0.203)
Rio Grande Do Sul	-0.328+ (0.179)	0.095 (0.149)
Sergipe	-0.424+ (0.251)	0.095 (0.201)
São Paulo	-0.289+ (0.153)	0.124 (0.130)
Tocantins	-0.589* (0.280)	0.108 (0.205)
AVANTE	-0.696*** (0.186)	-0.045 (0.140)
DC	-1.634*** (0.204)	-1.287*** (0.164)
DEM	0.354 (0.219)	
MDB	-0.451* (0.188)	0.418** (0.135)

NOVO	0.626** (0.205)	0.393* (0.171)
PATRIOTA	-0.684*** (0.184)	-0.664*** (0.136)
PCdoB	-0.087 (0.252)	0.150 (0.274)
PCB	-1.684*** (0.417)	1.711*** (0.347)
PCO	-5.825*** (0.461)	-3.716*** (0.294)
PDT	-0.573** (0.193)	0.108 (0.136)
PHS	-0.674*** (0.191)	
PMB	-0.702** (0.261)	-0.124 (0.173)
PMN	-0.639** (0.221)	-0.473** (0.158)
PODE	-0.411* (0.205)	-0.126 (0.134)
PP	0.153 (0.230)	0.639*** (0.134)
PPL	-1.037*** (0.200)	
PPS	-0.256 (0.238)	
PR	-0.201 (0.224)	
PRB	-0.451* (0.199)	
PROS	0.044 (0.196)	-0.694*** (0.141)
PRP	-0.570** (0.197)	
PRTB	-1.104*** (0.190)	-0.252+ (0.151)

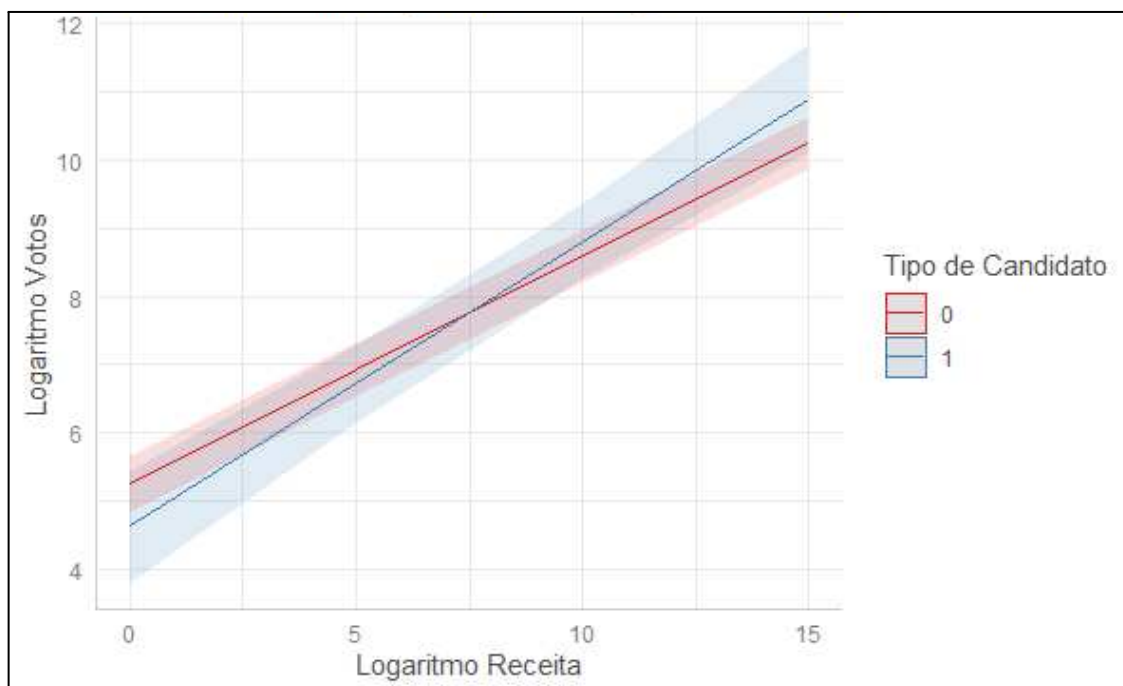
PSC	-0.333 (0.218)	-0.138 (0.140)
PSD	0.048 (0.209)	0.483*** (0.140)
PSDB	-0.018 (0.199)	0.080 (0.151)
PSL	0.408* (0.176)	
PSOL	-0.568** (0.176)	-0.017 (0.152)
PSTU	-0.474 (0.385)	-0.231 (0.350)
PT	-0.275 (0.183)	1.386*** (0.146)
PTB	-0.522* (0.236)	-0.226+ (0.134)
PTC	-0.887*** (0.208)	
PV	-0.815*** (0.198)	-0.249 (0.236)
REDE	-0.344+ (0.203)	-0.569** (0.183)
SOLIDARIEDADE	-0.461* (0.228)	-0.233+ (0.142)
AGIR		-0.655*** (0.147)
CIDADANIA		0.119 (0.190)
PL		1.129*** (0.134)
REPUBLICANOS		0.577*** (0.133)
UNIÃO		0.312* (0.133)
Num. Obs.	7714	10510
R ²	0.365	0.476

R ² Adj.	0.360	0.473
AIC	33671.1	45420.5
BIC	34136.8	45877.9
Log.Lik.	-16768.568	-22647.241
RMSE	2.13	2.09

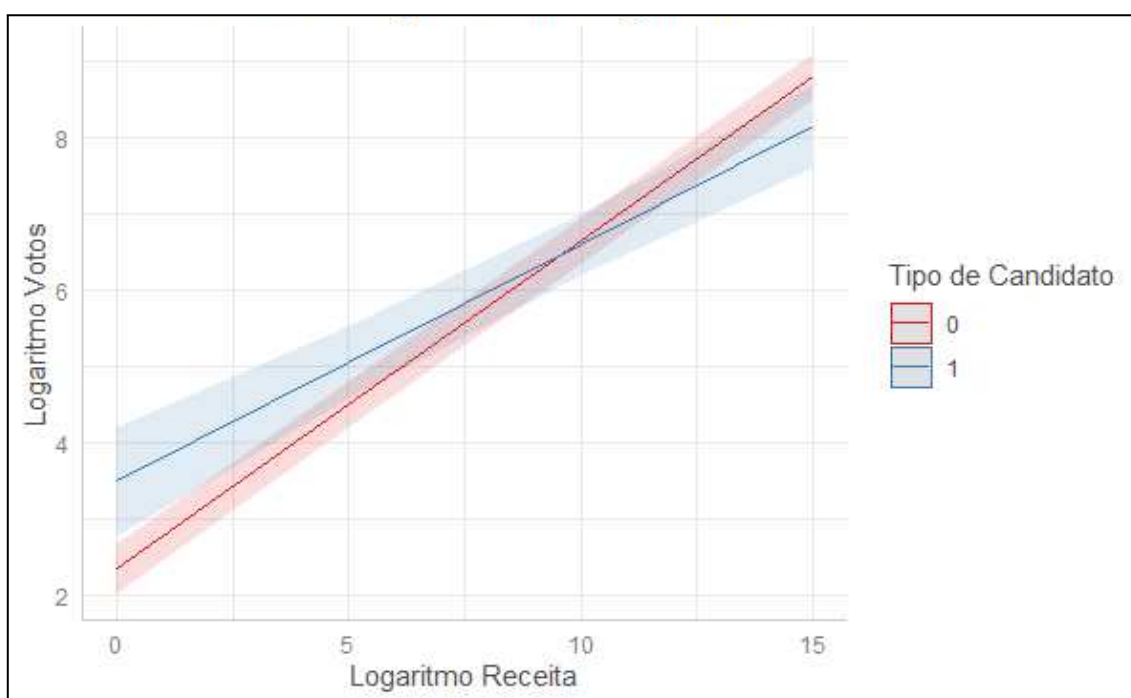
+ p < 0.1, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

A primeira conclusão para o modelo linear que mede o efeito da receita na votação dos candidatos, apresenta que a relação positiva e significativa entre a variável receitas e a quantidade de votos nos dois anos, 2018 (0.334) e 2022 (0.429) sugere que, conforme esperado, quanto maior a receita de campanha de um candidato, maior a quantidade de votos obtidos. Esse efeito é mais forte em 2022 do que em 2018. A respeito dos coeficientes da variável “Evangélico”, em 2018 o coeficiente é negativo, sugerindo que ser evangélico está associado a uma redução de aproximadamente 46.4% nos votos em comparação com não evangélicos em 2018. Diferentemente, em 2022, o coeficiente é positivo e significativo, indicando que ser evangélico está associado a um aumento de aproximadamente 212.1% nos votos em comparação com os demais candidatos. Dessa forma, os evangélicos da amostra saíram em desvantagem em 2018, porém passaram a sair com vantagem na votação em 2022, mantendo tudo mais constante. Resta saber se os efeitos dessa largada se mantiveram ao longo da campanha.

Para atingir esse propósito, é importante explorar visualmente os resultados da interação entre as variáveis “Receita” e “Evangélico”, para medir os efeitos da receita na probabilidade do aumento de votos para ambos os tipos de candidatos, evangélicos e não evangélicos. Nos gráficos de efeitos, a linha azul (1) representa os candidatos evangélicos da amostra, enquanto a linha vermelha (0) representa os demais candidatos.

Gráfico 5- Efeito do dinheiro na probabilidade de aumento dos votos 2018

Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 6 - Efeito do dinheiro na probabilidade de aumento de votos 2022

Fonte: Elaborado pela autora.

O gráfico de 2018 mostra uma inclinação positiva mais acentuada para os candidatos evangélicos da amostra, indicando que, embora esses candidatos larguem em desvantagem no início, um aumento nas receitas de campanha deste grupo resulta em retornos maiores de votação nominal que para o grupo dos demais candidatos. Ou seja, investir mais dinheiro na campanha dos evangélicos aqui identificados se mostrou vantajoso pois seus retornos marginais foram crescentes, contrariando a noção que o dinheiro importou menos para esse grupo nas eleições. Entretanto, os intervalos de confiança estão sobrepostos, o que não nos permite dizer com segurança que essa diferença na inclinação das retas existe na realidade.

No gráfico de efeitos para 2022, contudo, a linha azul referente aos candidatos evangélicos da amostra tem uma inclinação menos acentuada em 2022 em comparação com o ano anterior e em relação aos outros candidatos, sugerindo que o impacto das receitas na votação para esses candidatos diminuiu. Esta observação é consistente com o coeficiente negativo e significativo da interação entre receitas e ser evangélico no modelo de regressão linear para 2022, confirmando que o aumento de dinheiro nas receitas de campanha tem um efeito menor sobre os votos para candidatos evangélicos da amostragem. Em 2022, os evangélicos já largam com vantagem em relação aos outros candidatos em quantidade de votos e o acréscimo de recursos de campanha garante retornos em votação a uma taxa bem menor que a dos candidatos não evangélicos. Isso é verdade especialmente aos menores níveis de receitas de campanha, quando os intervalos de confiança das estimativas não estão sobrepostos. Nesse momento e conforme essas condições, o dinheiro parece importar menos para os candidatos evangélicos.

Dessa forma, temos que, para o modelo de regressão linear que mede o efeito da arrecadação dos candidatos na quantidade de votos nominais recebidos, H2 é suportada pelos resultados de 2022, onde o coeficiente da interação entre receitas e ser evangélico é negativo e significativo, ou seja, o aumento nas receitas de campanha tem um efeito menor sobre a quantidade de votos que eles obtêm em comparação com os candidatos não evangélicos da amostra, como é possível observar no gráfico 12. Esse resultado para 2022 corrobora com a hipótese de Netto e Speck (2017) de que candidatos evangélicos contam com redes de comunicação e mobilização mais eficazes (como igrejas e comunidades religiosas), fazendo com que estes não dependam tanto de financiamento de campanha para alcançar e engajar seus eleitores, ao menos considerando campanhas com orçamentos menores. Em 2018, no entanto, o aumento da receita se mostrou importante para o aumento da quantidade de votos para ambos os tipos de candidatos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como objetivo principal examinar o perfil de financiamento dos candidatos evangélicos que foram identificados pelo uso de títulos religiosos em seu nome de urna nas eleições de 2018 e 2022, adotando a metodologia de análise proposta por Gabriela Netto e Bruno Speck no artigo de 2017 intitulado “O dinheiro importa menos para candidatos evangélicos?”, onde os autores investigaram as características de financiamento de campanha dos candidatos evangélicos nas eleições de 2010 e 2014. Com foco em um cenário alterado pelas novas regulamentações que vedam contribuições empresariais a candidatos e partidos, além de um crescente poder político de grupos mais conservadores, incluindo os evangélicos, a partir de 2018, este trabalho buscou esclarecer as seguintes questões: Qual é o perfil de arrecadação dos candidatos evangélicos em 2018 e 2022? Os evangélicos se diferenciam dos demais concorrentes? Eles ainda fazem render mais os recursos de campanha considerando o sucesso eleitoral e os votos recebidos quando comparados a outros candidatos?

Cabe ressaltar que esta pesquisa está ciente que a estratégia por selecionar apenas os candidatos entendidos como evangélicos por se auto projetarem pertencentes a esse segmento através de etiquetas religiosas em seus nomes de candidaturas, subestima a quantidade real de evangélicos que concorreram ao cargo de deputado federal nas duas últimas eleições gerais no Brasil. Portanto, neste estudo, o termo "candidatos evangélicos" foi empregado para se referir especificamente aos candidatos de nossa amostra, ou seja, aqueles que incluíram referências religiosas em seus nomes de urna. Optamos por selecionar esses candidatos porque acreditamos que, ao se autopromoverem com títulos eclesiásticos, eles deixam claro para o eleitorado sua filiação religiosa, facilitando assim a identificação para os eleitores e, conseqüentemente, promovendo um atalho informacional ao eleitor religioso, o que pode baratear suas campanhas.

Em relação ao segmento evangélico no Brasil e o financiamento de campanhas eleitorais, o segundo capítulo deste trabalho, como forma de contextualizar a análise empírica desenvolvida no terceiro capítulo, abordou duas importantes vertentes da literatura crescente no campo das Ciências Sociais, a primeira refere-se ao crescimento evangélico no Brasil e a relação destes com a política nas últimas décadas, a segunda, trata da relação do dinheiro com a política e do impacto de recursos financeiros em campanhas eleitorais no Brasil. Além disso, considerando o contexto político em que as duas eleições da análise se inserem, buscou-se nas últimas seções do segundo capítulo, descrever as mudanças na lei sobre o

financiamento de campanhas eleitorais iniciadas em 2015, levando em consideração que tais mudanças podem ter gerado impactos significativos nas candidaturas de nossa amostra.

Em síntese, a literatura especializada sobre os evangélicos oferece *insights* importantes a respeito de como esse segmento se organiza e se mobiliza politicamente em busca da defesa de seus interesses e na promoção de lideranças políticas-religiosas. Sobre esse aspecto, a literatura aborda que a mobilização política dos evangélicos vai além da pregação e do direcionamento de fiéis, pois envolve estratégias organizacionais eficazes por parte das igrejas. Sendo assim, a atuação das denominações funciona como uma verdadeira "máquina eleitoral" com papel fundamental na promoção de seus candidatos para eleições proporcionais e majoritárias. A Igreja Universal do Reino de Deus, em especial, se destaca não apenas por sua estrutura eclesial, mas também por exercer influência na gestão de um partido político, como é o caso do Republicanos. Da mesma forma, a Assembleia de Deus evidencia uma organização política eficiente ao considerarmos sua associação com o Partido Social Cristão (PSC). Esses exemplos ilustram a interligação existente entre os âmbitos religioso e político no atual contexto institucional brasileiro.

A respeito do financiamento de campanhas eleitorais no Brasil, a última seção do capítulo 2 abordou sua evolução e suas transformações, destacando a importância dos recursos financeiros para uma campanha bem sucedida. Inicialmente, ressaltou-se a diversidade das fontes de financiamento no Brasil e como o acesso a maiores recursos financeiros aumentam a probabilidade de sucesso eleitoral. No que tange às mudanças na legislação eleitoral ao longo do tempo, destacou-se alguns marcos importantes, como a permissão de doações empresariais em 1994 até a decisão do STF em 2015 de proibir estas doações a partidos e candidatos, o que marcou uma mudança significativa na forma de financiar campanhas eleitorais no Brasil.

Por fim, o tópico final do segundo capítulo abordou outras mudanças mais recentes no que concerne o financiamento eleitoral no Brasil, como os limites de gastos de campanha nas doações de pessoas físicas, os ajustes na prestação de contas eleitorais, e a criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) em 2017, que representou um movimento em direção ao financiamento público de campanhas, com critérios mais definidos para a distribuição dos recursos entre os partidos.

Após a contextualização teórica, o terceiro capítulo deste trabalho se dedicou a explorar quantitativamente os dados disponibilizados pelo TSE a respeito dos candidatos que concorreram nas eleições de 2018 e 2022, em específico os evangélicos que utilizam “pistas” de seu pertencimento religioso em seu nome de urna. Em um primeiro momento, a partir de

uma análise descritiva, buscou-se responder às seguintes questões: Nos partidos políticos alinhados com a questão evangélica, como é o caso do Republicanos e o PSC, como são distribuídos os recursos entre os candidatos? Mais recursos são recebidos por aqueles que se autodenominam evangélicos? Qual é a votação dos candidatos evangélicos dentro desses partidos?

A análise prévia e descritiva dos dados apresentou que os evangélicos da amostra eram 4,04% dos candidatos no Republicanos em 2018 e 3,57% em 2022. Já no PSC, os evangélicos identificados para a pesquisa eram 11,44% em 2018 e 5,38% em 2022. Os dados referentes às distribuições de receitas dentro desses partidos, mostraram que os evangélicos da amostra recebem valores proporcionais a quantidade de candidatos quando comparados com os demais candidatos. Dessa forma, não foi possível identificar uma preferência de tais partidos em privilegiar essas candidaturas que trazem consigo no nome de urna sua identidade religiosa.

Da mesma forma, é possível observar que em nenhuma das eleições analisadas os candidatos evangélicos dessa pesquisa tiveram uma média de votos maior que seus concorrentes do Republicanos e do PSC. Por fim, observou-se que apenas dois candidatos evangélicos da amostra se elegeram pelo Republicanos, o deputado federal e Bispo da Igreja Universal, Ossesio Silva e o deputado federal Pastor Manuel Marco, eleitos pelo PRB em 2018. No caso do PSC, identificamos apenas um candidato eleito, o ex-deputado Pastor Abilio Santana. Porém, reconhece-se a existência de outros políticos reconhecidamente evangélicos que foram eleitos por esses dois partidos, mas que não foram captados em nossa amostragem por não possuírem títulos, ou etiquetas religiosas, em seu nome de urna. Tais indícios reforçam a hipótese que as igrejas, em especial a Universal (Cerqueira, 2021), não incentivam que seus candidatos utilizem nomes eclesiásticos em campanhas eleitorais, de modo a assegurar que a ligação religiosa não seja um impeditivo para a angariação de votos.

A respeito das hipóteses testadas, para H1, que postula que candidatos evangélicos que possuem etiquetas religiosas no nome de urna arrecadam menos recursos de campanha que os demais candidatos ao cargo de deputado federal, os dados de 2018 confirmam essa premissa, indicando uma tendência de arrecadação menor entre os candidatos evangélicos da amostra em comparação com os demais candidatos, evidenciado por um coeficiente negativo significativo. Esta observação alinha-se com a ideia de que, inicialmente, os candidatos evangélicos poderiam depender mais fortemente de campanhas em ambientes eclesiásticos e de um reconhecimento direto por parte dos eleitores evangélicos, o que poderia reduzir a necessidade de grandes volumes de recursos financeiros. Entretanto, em 2022, essa diferença diminuiu e perdeu a significância estatística, sugerindo uma mudança na capacidade de

arrecadação dos candidatos evangélicos, possivelmente devido à sua maior proximidade com o poder público após a eleição de Jair Bolsonaro em 2018, o que pode ter facilitado o acesso a mais recursos para suas campanhas.

Para a segunda hipótese desta dissertação, os resultados do modelo de regressão linear que mede o impacto da receita na quantidade de votos, a respeito da variável “Evangélico”, os resultados sugerem que, em 2018, ser evangélico em nossa amostra está associado a uma redução de aproximadamente 46.4% nos votos em comparação com os demais candidatos. Já em 2022, o resultado do coeficiente é positivo e significativo, indicando que o efeito de ser evangélico na última eleição esteve associado a um aumento de aproximadamente 212.1% nos votos em comparação com os outros candidatos. Em relação a variável de interação entre “Receita” e “Evangélicos”, vemos que H2 é suportada pelos resultados de 2022, onde o coeficiente da interação entre receitas e ser evangélico é negativo e significativo, ou seja, o aumento nas receitas de campanha tem um efeito menor sobre a quantidade de votos que eles obtêm em comparação com os candidatos não evangélicos da amostra. Esse resultado para 2022, corrobora com a hipótese de que candidatos evangélicos podem contar com redes de comunicação e mobilização mais eficazes (como igrejas e comunidades religiosas), fazendo com que estes não dependam tanto de financiamento de campanha para alcançar e engajar seus eleitores, especialmente nas campanhas de menor orçamento. Em 2018, o aumento da receita se mostrou importante para o aumento da quantidade de votos para ambos os tipos de candidatos, demonstrando não haver uma diferença substancial entre aqueles identificados aqui como evangélicos e os não evangélicos.

Portanto, a partir dos dados foi possível observar que os candidatos evangélicos de nossa amostra não arrecadaram menos recursos que seus concorrentes, de forma significativa, em 2022, o que está de acordo com a hipótese de que a campanha destes candidatos podem ter sido irrigadas com mais dinheiro devido sua força política e aproximação da máquina pública nos últimos anos. Além disso, as mudanças nas regras de financiamento, que visavam uma diminuição da discrepância entre as receitas dos candidatos, pode ter tido efeito neste resultado.

A respeito do modelo que testa a segunda hipótese, do efeito da receita na quantidade de votos nominais obtidos, foi possível notar em 2022 que o dinheiro teve um impacto menor no aumento dos votos para candidatos evangélicos identificados pelo nome de urna, ou seja, o dinheiro importou menos para estes candidatos obterem seus votos mais claramente para campanhas de menor orçamento. Levando em conta que a votação nominal de um candidato pode ser mais bem atribuída ao seu esforço individual de campanha, os achados corroboram

com a ideia de que esses candidatos se beneficiam da etiqueta religiosa para conquistar seu eleitorado.

Por fim, a discrepância entre a proporção de evangélicos identificados em nossa amostra, que foi de 2%, e a estimativa da proporção de evangélicos na população, em torno de 30%, sugere que nem todos os evangélicos optam por incluir sua identidade religiosa em seus nomes de urna. Isso evidencia uma limitação na estratégia de identificação de candidaturas evangélicas por meio desse método. Portanto, é necessário empreender esforços futuros para identificar com maior precisão esse grupo entre as candidaturas, possivelmente combinando técnicas de pesquisa quantitativas e qualitativas. Para isso, é importante explorar e incorporar novas técnicas de seleção das candidaturas, a fim de obter uma compreensão mais abrangente e precisa do perfil dos candidatos evangélicos em eleições futuras.

REFERÊNCIAS

ALVES, J. E. D.. A aceleração da transição religiosa no Brasil: 1872-2032. **ECODEBATE**, RJ, p. 1 - 3, 2022.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. **O Púlpito: fé, poder e o Brasil dos evangélicos**. São Paulo: Todavia, 2024. 205 p.

BOHN, Simone R..Contexto político-eleitoral, minorias religiosas e voto em pleitos presidenciais (2002-2006). **Opinião Pública**, Campinas, vol. 13, no 2, Novembro, 2007, p. 366-387.

_____. Evangélicos no Brasil. Perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral. **Opinião Pública**, Campinas, Vol. X, no 2 de Outubro de 2004, p. 288-338.

BORGES, Tiago Daher Padovezi. Representação política e eleições no Brasil: percursos, entraves e perspectivas na produção recente. In: BOLOGNESI, B; SILVA, G. P.. (Org.). **Ciências Sociais Hoje: Ciência Política**. 1 ed.São Paulo: Zepelini Publisher, 2020, v. , p. 192-210.

BORGES, Tiago Daher Padovezi; BABIRESKI, F. R. . Os Representantes de Deus e o sistema partidário: uma análise da distribuição das candidaturas evangélicas (1998-2014). **AGENDA POLÍTICA**, v. 9, p. 73, 2021.

BRAMBOR, Thomas, Willian Roberts Clark, and Matt Golder. (2006) "Understanding interaction models: Improving empirical analyses." *Political analysis* 14.1: pp. 63-82

CANDIDATOS a deputado ganham prioridade na distribuição de recursos do Fundo Eleitoral. **Agência Câmara Notícias**. 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/905767-candidatos-a-deputado-ganham-prioridade-na-distribuição-de-recursos-do-fundo-eleitoral/>. Acesso em: 05 jan. 2024.

CAPELA, Maria de Fátima Goulart. **Financiamento político e eleições legislativas em 2018 no estado de Santa Catarina**. 2020. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Ciência Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

CASSOTA, P. L. **Partido Social Cristão: organização e distribuição de poder**. 2017. Exame de qualificação (Doutorando em Pós-Graduação em Ciência Política) - Universidade Federal de São Carlos.

CERQUEIRA, Claudia. Igreja como partido: a relação entre a Igreja Universal do Reino de Deus e o Republicanos. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [S.L.], v. 36, n. 107, p. 1-20, jan. 2021. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/3610703/2021> > . Acesso em: 20 de dez. 2021

CUNHA, Magali do Nascimento. **Como se formou a hegemonia pentecostal no Brasil.**

2019. Disponível em:

<https://vermelho.org.br/2019/12/04/magali-cunha-como-se-formou-a-hegemonia-pentecostal-no-brasil/>. Acesso em: 10 nov. 2023

CUNHA, Magali et al. **Religião e Eleições: as candidaturas com identidade religiosa para a câmara federal em 2022.** 2023. Disponível em:

<https://religioepoder.org.br/artigo/religiao-e-eleicoes-as-candidaturas-com-identidade-religiosa-para-a-camara-federal-em-2022/>. Acesso em: 12 dez. 2023.

DATAFOLHA: 16% dos evangélicos dizem que pastores orientam voto em Bolsonaro. **Folha de São Paulo.** São Paulo, 29 out. 2022. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/datafolha-16-dos-evangelicos-dizem-que-pastores-orientam-voto-em-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 15 nov. 2022.

DATAFOLHA: 49% dizem dar muita importância à religião para decidir o voto. **Folha de São Paulo.** São Paulo, 15 out. 2022. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/datafolha-49-dizem-dar-muita-importancia-a-religiao-para-decidir-o-voto.shtml>. Acesso em: 15 nov. 2022.

EVANGÉLICOS podem desbancar católicos no Brasil em pouco mais de uma década: pesquisador do IBGE projeta que já em 2022 seguidores do papa devem ser menos de 50% da população. Pesquisador do IBGE projeta que já em 2022 seguidores do papa devem ser menos de 50% da população. **Folha de São Paulo.** 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/evangelicos-podem-desbancar-catolicos-no-brasil-em-pouco-mais-de-uma-decada.shtml?origin=folha>. Acesso em: 29 ago. 2023.

FÁVERO, Luiz Paulo et al. Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com excel, spss e stata. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2017. 1219 p.

FERREIRA, Matheus Gomes Mendonça. **O voto dos evangélicos em Bolsonaro em 2018: identidade, valores e lideranças religiosas.** 2022. 124 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment. Tese de doutorado.** Departamento de Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 1993.

FRITZ, C. O., Morris, P. E., & Richler, J. J. (2012). Effect size estimates: current use, calculations, and interpretation. **Journal of experimental psychology: General**, 141(1), 2.

FUKS, Mario; RODRIGUES, Guilherme Alberto. Grupos sociais e preferência política. O voto evangélico no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, vol. 30, núm. 87, fevereiro de 2015, pp. 115-129.

GOMES, Josias Cardoso. **Financiamento de Campanha Política da Bancada Evangélica da Câmara Federal: uma abordagem com o uso de mineração de dados.** 2022. 174 p. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

JACOBSON, Gary C. The effects of campaign spending in congressional elections. **The American Political Science Review**, v. 72, n. 2, p. 469-491, June, 1978.

KELLSTEDT, Paul M. e WHIRREN, Guy D. **Fundamentos da pesquisa em Ciência Política**. São Paulo. Ed. Blucher. 2015. Capítulo 10 (243 a 271)

KERBY, D. S. (2014). The simple difference formula: An approach to teaching nonparametric correlation. **Comprehensive Psychology**, 3, 11-IT.

KINZO, M. D. G. . Os Partidos no Eleitorado: percepções públicas e laços partidários no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 20, n.57, p. 65-81, 2005.

_____, M. D. G.. Partidos, eleições e democracia no Brasil pós-1985. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v. 19, n. 54, p. 23-41, 2004.

LACERDA, F. **Pentecostalismo, Eleições e Representação Política no Brasil Contemporâneo**. 2017. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Universidade de São Paulo.

_____. Evangélicos, pentecostais e representação política nas eleições legislativas no Brasil (1998-2010). **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [S.L.], v. 32, n. 93, p. 01-23, nov. 2017. Fap UNIFESP (SciELO). Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.17666/329310/2017>>. Acesso em: 31 de out. 2022.

LAZARSELD, P.; Berelson, B.; Gaudet, H. (1967), **The People's Choice**. 3rd ed. Nova York: Columbia University Press.

LEMOS L.; MARCELINO D.; PEDERIVA J.H.. Porque o dinheiro importa: a dinâmica das contribuições eleitorais para o Congresso Nacional em 2002 e 2006. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, 2010.

LIMA, Diana; WERNECK, Vinícius. A Notícia Política na Mídia Evangélica: O Mensageiro da Paz e a Folha Universal em Perspectiva Comparada. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, vol. 55, no 1, 2012, pg. 221 a 250.

MACHADO, Marcela. **Doação ou Investimento?: a atuação legislativa dos parlamentares da bancada ruralista e a questão do financiamento de campanhas**. 2013. 56 f. Monografia (Doutorado) - Curso de Ciência Política, Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MACHADO, Maria das Dores Campos; BURITY, Joanildo. A ascensão política dos pentecostais no Brasil na avaliação de líderes religiosos. **DADOS Revista de Ciências Sociais**. v. 57, n. 3. p. 601-631, 2014.

MAINWARING, Scott. Políticos, partidos e sistemas eleitorais: o Brasil numa perspectiva comparativa. **Estudos Eleitorais**. v. 1, n. 2, mai/ago 1997.

MAINWARING, S.; SCULLY, T. R. Party systems in Latin America. In: MAINWARING, S.; SCULLY, T. R. (ed.). **Building democratic institutions: party systems in Latin America** Stanford, CA: Stanford University Press, 1995.

MANCUSO, Wagner. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura (2001-2012) e agenda de pesquisa, **Rev. Sociologia Política**, v. 23, n. 54, p. 155-183, jun. 2015

MARIANO, R. Expansão e ativismo político de grupos evangélicos conservadores.63 Secularização e pluralismo em debate. **Civitas**, Porto Alegre, v. 16, n. 4, p. 710-728, out.-dez. 2016.

_____. Laicidade à brasileira: Católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública. **Civitas** (Porto Alegre) , v. 11, p. 238-258, 2011.

MARIANO, Ricardo; PIERUCCI, Antônio Flávio. O envolvimento dos pentecostais na eleição de Collor. **Novos Estudos**, São Paulo, v. 3, n. 34, p. 92-106, nov. 1992.

MELO, C. R.; CÂMARA, R. Estrutura da competição pela Presidência e consolidação do sistema partidário no Brasil. **Dados**, v. 55, n. 1, p. 71-117, 2012.

NETTO, G. F. **Quando o dinheiro importa menos: uma análise do financiamento de campanhas eleitorais dos candidatos evangélicos**. In: VI Seminário Discente do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, 2016, São Paulo, SP. VI Seminário Discente Do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, 2016;

NETTO, Gabriela Figueiredo; Speck, Bruno Wilhelm. O dinheiro importa menos para os candidatos evangélicos? **Opinião Pública**, Campinas, vol. 23, núm. 3, 2017.

NICOLAU, Jairo. Determinantes do voto no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2010: uma análise exploratória. **Opinião Pública**, vol. 20, n. 3, dezembro de 2014, pp. 311-325.

OLIVEIRA, Isabel Cristina Veloso de. **Comportamento eleitoral e a variável religiosa na decisão do voto: um estudo sobre os eleitores neopentecostais**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2012.

ORO, A. P. ; MARIANO, Ricardo . The reciprocal instrumentalization of Religion and Politics in Brazil. **Annual Review of the Sociology of Religion** , v. 2, p. 245-266, 2011.

ORO, Ari Pedro. A Política da Igreja Universal e Seus Reflexos nos Campos Religiosos e Políticos Brasileiros. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, Vol. 18, nº. 53, p. 53-69, outubro/2003.

_____. A Política da Igreja Universal e Seus Reflexos nos Campos Religiosos e Políticos Brasileiros. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, Vol. 18, no. 53, p. 53-69, outubro/2003. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, vol. 11, núm. 2, mai.-ago., 2011, pp. 238-258.

_____. Organização eclesial e eficácia política O caso da Igreja Universal do Reino de Deus. **Civitas**, Porto Alegre, vol. 3, núm. 1, jun. 2003, pp. 97-109.

PESQUISA do ISER levanta mapa da identidade religiosa dos deputados e deputadas federais empossados. **Instituto de Estudos da Religião (ISER)**. 2022. Disponível em:

<https://religioepoder.org.br/reportagem/aumento-de-ate-163-em-candidaturas-com-nomes-religiosos/>. Acesso em: 10 dez. 2023.

PIERUCCI, A. F. ; PRANDI, Reginaldo. . Religiões e voto: a eleição presidencial de 1994. **Opinião Pública**, Campinas, v. 3, n.1, p. 20-43, 1995.

PIERUCCI, Antônio F. Representantes de Deus em Brasília: a bancada evangélica na Constituinte. In: PIERUCCI, Antônio F.; PRANDI, Reginaldo. **A realidade social das religiões no Brasil**. São Paulo, Editora HUCITEC, 1996, p. 136-191.

PRANDI, Reginaldo. ; SANTOS, Renan William dos ; BONATO, Massimo. Igrejas evangélicas como máquinas eleitorais no Brasil. **Revista USP** , p. 43-60, 2019.

QUEIROGA, Rodrigo de Sá. **Fundo Especial de Financiamento de Campanha e Isonomia na disputa eleitoral**. 2018. 130 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito Constitucional, Instituto Brasiliense de Direito Público - Idp., Brasília, 2018.

SAMUELS, David. **Money, elections and democracy in Brazil. Latin American Politics and Society**. Cambridge University Press. v. 43, n. 2, 2001.

SIQUEIRA, Deis. Religiosidade contemporânea brasileira: estilo de vida e reflexividade. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, vol. 9, núm. 1, janeiro-junho, 2006, pp. 13-26.

SMITH, Amy Erica. **Religion and Brazilian democracy: mobilizing the people of god**. Cambridge: Cambridge University Press, 2019. 222 p.

SOUZA, Cíntia Pinheiro Ribeiro de. O Congresso e a Reforma eleitoral de 2015, Boletim de análise político eleitoral: Financiamento eleitoral e lobbying, Rio de Janeiro: **IPEA**, outubro de 2019a, p.57-66.

SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideias? A regulação do financiamento de campanhas no Brasil. **Cadernos Adenauer**, ano 6, n. 2, p. 13-159, 2005.

SPECK, Bruno Wilhelm. Game over: duas décadas de financiamento de campanhas com doações de empresas no Brasil. **Revista de Estudios Brasileños** , v. 3, p. 125-135, 2016.

SPECK, Bruno Wilhelm; MARCIANO, João Luiz Pereira. O perfil da Câmara dos Deputados pela ótica do financiamento privado das campanhas. in: André Sathler, Ricardo Braga (org.): Legislativo Pós-1988. Reflexões e perspectivas, Brasília, **Câmara dos Deputados: Edições Câmara**, 2015, p. 267-292

TAVARES, Flavia. 2014. “O jeito evangélico de pedir votos e fazer política.” **Época**, September 21. <http://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/noticia/2014/09/o-jeito-bevangelicob-de-pedir-votos-e-fazer-politica.html>.

VALLE, Vinicius Saragiotto Magalhães. Direita religiosa e partidos políticos no Brasil: os casos do prb e do psc. **Teoria e Cultura**, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, p. 85-100, 218.

VELOSO, I. ; MOHALLEM, MICHAEL FREITAS . A relação custo-voto dos evangélicos nas eleições para a Câmara dos Deputados em 2010 e 2014. In: Pablo Cerdeira; Fábio

Vasconcellos; Rogerio Sganzerla. (Org.). **Poder Legislativo Nacional: uma análise da produção legislativa do país sob a ótica do Direito**. 1ed.Rio de Janeiro: FGV Direito Rio / Centro de Justiça e Sociedade, 2018, v. 1, p. 79-96.

WOOLDRIDGE, J. **Introductory Econometrics**. 4th Edition. South-Western. 2006. Caps 17.

ANEXOS

Anexo 1 - Distribuição percentual do banco de dados

****Tabela 1: Distribuição percentual****

Característica	Distribuição		
	2018, N = 7,714 ¹	2022, N = 10,510 ¹	Total, N = 18,224 ¹
Estado			
ACRE	1.0% (81)	1.3% (140)	1.2% (221)
ALAGOAS	1.0% (77)	1.7% (183)	1.4% (260)
AMAPÁ	1.3% (98)	1.5% (154)	1.4% (252)
AMAZONAS	1.8% (136)	1.6% (168)	1.7% (304)
BAHIA	5.9% (455)	7.0% (738)	6.5% (1,193)
CEARÁ	3.1% (241)	3.7% (394)	3.5% (635)
DISTRITO FEDERAL	2.2% (172)	2.0% (213)	2.1% (385)
ESPÍRITO SANTO	2.0% (158)	1.9% (201)	2.0% (359)
GOIÁS	2.5% (191)	3.6% (380)	3.1% (571)
MARANHÃO	2.4% (185)	3.5% (365)	3.0% (550)
MATO GROSSO	1.7% (129)	1.5% (161)	1.6% (290)
MATO GROSSO DO SUL	1.4% (109)	1.5% (155)	1.4% (264)
MINAS GERAIS	11% (831)	10% (1,100)	11% (1,931)
PARÁ	1.6% (121)	3.1% (323)	2.4% (444)

Distribuição			
Característica	2018, N = 7,714¹	2022, N = 10,510¹	Total, N = 18,224¹
PARAÍBA	1.9% (144)	2.3% (240)	2.1% (384)
PARANÁ	5.0% (389)	6.0% (631)	5.6% (1,020)
PERNAMBUCO	4.2% (326)	4.5% (473)	4.4% (799)
PIAUÍ	1.6% (127)	1.7% (177)	1.7% (304)
RIO DE JANEIRO	14% (1,079)	10% (1,077)	12% (2,156)
RIO GRANDE DO NORTE	1.5% (116)	1.8% (186)	1.7% (302)
RIO GRANDE DO SUL	5.1% (396)	5.2% (543)	5.2% (939)
RONDÔNIA	1.3% (97)	1.6% (165)	1.4% (262)
RORAIMA	1.7% (130)	1.6% (165)	1.6% (295)
SANTA CATARINA	3.0% (232)	3.0% (314)	3.0% (546)
SÃO PAULO	20% (1,507)	15% (1,535)	17% (3,042)
SERGIPE	1.4% (110)	1.6% (169)	1.5% (279)
TOCANTINS	1.0% (79)	1.5% (160)	1.3% (239)
Partido			
AGIR	0% (0)	3.5% (372)	2.0% (372)
AVANTE	4.4% (338)	4.0% (425)	4.2% (763)
CIDADANIA	0% (0)	1.6% (163)	0.9% (163)
DC	2.9% (222)	2.4% (255)	2.6% (477)
DEM	2.2% (171)	0% (0)	0.9% (171)
MDB	4.0% (310)	4.7% (489)	4.4% (799)

Distribuição			
Característica	2018, N = 7,714¹	2022, N = 10,510¹	Total, N = 18,224¹
NOVO	2.8% (213)	2.1% (221)	2.4% (434)
PATRIOTA	4.8% (369)	4.6% (484)	4.7% (853)
PC do B	1.4% (108)	0.6% (67)	1.0% (175)
PCB	0.4% (30)	0.4% (40)	0.4% (70)
PCO	0.3% (24)	0.5% (57)	0.4% (81)
PDT	3.6% (281)	4.6% (482)	4.2% (763)
PHS	3.8% (296)	0% (0)	1.6% (296)
PL	0% (0)	4.9% (510)	2.8% (510)
PMB	1.3% (99)	2.1% (224)	1.8% (323)
PMN	2.2% (167)	2.7% (284)	2.5% (451)
PODE	2.8% (218)	4.8% (507)	4.0% (725)
PP	1.9% (143)	4.8% (507)	3.6% (650)
PPL	3.2% (247)	0% (0)	1.4% (247)
PPS	1.6% (127)	0% (0)	0.7% (127)
PR	2.0% (156)	0% (0)	0.9% (156)
PRB	3.2% (247)	0% (0)	1.4% (247)
PROS	3.5% (269)	4.3% (447)	3.9% (716)
PROGRESSISTAS	1.9% (143)	4.8% (507)	3.6% (650)
PRP	3.4% (264)	0% (0)	1.4% (264)
PRTB	4.1% (315)	3.2% (341)	3.6% (656)

Distribuição			
Característica	2018, N = 7,714¹	2022, N = 10,510¹	Total, N = 18,224¹
PSB	2.9% (225)	4.3% (457)	3.7% (682)
PSC	2.3% (175)	4.1% (427)	3.3% (602)
PSD	2.6% (198)	4.1% (427)	3.4% (625)
PSDB	3.1% (241)	3.1% (326)	3.1% (567)
PSL	5.9% (454)	0% (0)	2.5% (454)
PSOL	5.8% (449)	3.0% (315)	4.2% (764)
PSTU	0.5% (36)	0.4% (39)	0.4% (75)
PT	4.6% (356)	3.5% (370)	4.0% (726)
PTB	1.7% (131)	4.9% (512)	3.5% (643)
PTC	2.8% (216)	0% (0)	1.2% (216)
PV	3.2% (247)	0.9% (95)	1.9% (342)
REDE	2.9% (227)	1.7% (181)	2.2% (408)
REPUBLICANOS	0% (0)	5.1% (532)	2.9% (532)
SOLIDARIEDADE	1.9% (147)	3.9% (409)	3.1% (556)
UNIÃO	0% (0)	5.0% (527)	2.9% (527)
UP	0% (0)	0.2% (18)	<0.1% (18)
Sexo			
F	40% (2,422)	59% (3,587)	33% (6,009)
M	43% (5,292)	56% (6,923)	67% (12,215)
Raça			

Distribuição			
Característica	2018, N = 7,714¹	2022, N = 10,510¹	Total, N = 18,224¹
Branco	58% (4,449)	51% (5,321)	54% (9,770)
Não-branco	42% (3,265)	49% (5,189)	46% (8,454)
Reeleição			
Candidato à reeleição	5.2% (401)	4.3% (453)	4.7% (854)
Candidato desafiante	95% (7,313)	96% (10,057)	95% (17,370)
Tipo de candidato			
Evangélico	2.1% (164)	2.3% (245)	2.2% (409)
Não evangélico	98% (7,550)	98% (10,265)	98% (17,815)

¹Mean (SD); % (n)

Anexo 2 - Tabela de Frequência dos candidatos evangélicos por Estado

Sigla UF	2018			2022			Evangélicos em relação ao total do Brasil 2018-2022 (%)
	Nº Evangélicos	Nº Outros	Evangélicos em relação ao total do Brasil (%)	Nº Evangélicos	Nº Outros	Evangélicos em relação ao total do Brasil (%)	
AC	2	79	2,46%	3	137	2,14%	4,60%
AL	1	76	1,29%	2	181	1,09%	2,38%
AM	1	135	0,73%	5	163	2,97%	3,70%
AP	5	93	5,10%	3	151	1,94%	7,04%
BA	14	441	3,07%	30	708	4,06%	7,13%
CE	2	239	0,82%	13	381	3,29%	4,11%
DF	3	169	1,74%	3	210	1,40%	3,14%
ES	3	155	1,89%	7	194	3,48%	5,37%
GO	1	190	0,52%	11	369	2,89%	3,41%
MA	5	180	2,70%	10	355	2,73%	5,43%
MG	21	810	2,52%	19	1081	1,72%	4,24%
MS	0	109	0,00%	2	153	1,29%	1,29%
MT	2	127	1,55%	5	156	3,10%	4,65%
PA	3	118	2,47%	7	316	2,16%	4,63%
PB	6	138	4,16%	6	234	2,50%	6,66%
PE	17	309	5,21%	15	458	3,17%	8,38%
PI	4	123	3,14%	4	173	2,25%	5,39%

PR	7	382	1,79%	10	621	1,58%	3,37%
RJ	21	1058	1,94%	30	1047	2,78%	4,72%
RN	2	114	1,72%	2	184	1,07%	2,79%
RO	1	96	1,03%	4	161	2,42%	3,45%
RR	6	124	4,61%	7	158	4,24%	8,85%
RS	5	391	1,26%	8	535	1,47%	2,73%
SC	0	232	0,00%	2	312	0,63%	0,63%
SE	4	106	3,63%	4	165	2,36%	5,99%
SP	25	1482	1,65%	30	1505	1,95%	3,60%
TO	4	75	5,06%	3	157	1,87%	6,93%
