

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIA HUMANAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

**MATHEUS GOMES MENDONÇA FERREIRA**

**O VOTO DOS EVANGÉLICOS EM BOLSONARO EM 2018:  
IDENTIDADE, VALORES E LIDERANÇAS RELIGIOSAS**

**Belo Horizonte**

**2022**

**MATHEUS GOMES MENDONÇA FERREIRA**

**O VOTO DOS EVANGÉLICOS EM BOLSONARO EM 2018:  
IDENTIDADE, VALORES E LIDERANÇAS RELIGIOSAS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito para obtenção do título de Doutor em Ciência Política.

Área de Concentração: Comportamento Político e Opinião Pública

Orientador: Prof. Dr. Mario Fuks

**Belo Horizonte**

**2022**

## FICHA CATALOGRÁFICA

320	Ferreira, Matheus Gomes Mendonça.
F383v	O voto dos evangélicos em Bolsonaro em 2018
2022	[manuscrito] : identidade, valores e lideranças religiosas / Matheus Gomes Mendonça Ferreira. - 2022.
	124 f.
	Orientador: Mario Fuks.
	Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.
	Inclui bibliografia.
	1.Ciência política - Teses. 2.Eleições - Teses. 3.Voto - Teses. 4.Bolsonaro, Jair Messiasm 1955-. I. Fuks, Mario. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA  
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

**ATA 08ª/2022 DA DEFESA DE TESE DO ALUNO MATHEUS GOMES MENDONÇA FERREIRA**

Realizou-se, no dia 30 de setembro de 2022, às 15:30 horas, por videoconferência, a defesa da tese intitulada “O VOTO DOS EVANGÉLICOS EM BOLSONARO EM 2018: Identidade, valores e lideranças religiosas”, elaborada e apresentada por MATHEUS GOMES MENDONÇA FERREIRA, número de registro 2018654068, graduado no curso de CIÊNCIAS SOCIAIS. A defesa é requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em CIÊNCIA POLÍTICA, e foi submetida e analisada pela seguinte Comissão Examinadora: Prof. Mario Fuks - Orientador (DCP/UFMG), Prof. Thiago Moreira da Silva (DCP/UFMG), Prof. Fábio Lacerda Martins da Silva (IBMEC-SP), Profa. Amy Erica Smith (Iowa State University), Prof. Victor Augusto Araújo Silva (University of Zurich). A comissão considerou a tese APROVADA. Finalizados os trabalhos, lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada eletronicamente pelos membros da Comissão. Belo Horizonte, 30 de setembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por Mario Fuks, Professor do Magistério Superior, em 30/09/2022, às 14:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Fabio Lacerda Martins da Silva, Usuário Externo, em 30/09/2022, às 18:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Victor Augusto Araújo Silva, Usuário Externo, em 03/10/2022, às 15:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Thiago Moreira da Silva, Professor do Magistério Superior, em 03/10/2022, às 16:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Amy Erica Smith, Usuária Externa, em 03/10/2022, às 16:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufmg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador 1797594 e o código CRC 256EBC56.

## **Agradecimentos**

Agradeço imensamente à minha companheira Fernanda, por ter me incentivado a tentar o doutorado na UFMG e me apoiado durante esse processo. Foi um divisor de águas na minha vida profissional e pessoal. Sou grato a ela também por ter me presenteado com a Frida, quem leva alegria para nossa casa todos os dias.

À Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCP), sou grato por terem me proporcionado um ambiente intelectual de excelência. Também, agradeço a meu orientador, Mario Fuks, e ao Centro de Estudos do Comportamento Político (CECOMP) por todas as parcerias, ajudas, críticas e trocas de conhecimento. Aos colegas de turma, pela acolhida, conversas, cafés e lazer. Junto a eles, os (as) professores (as) Ednaldo Ribeiro, Nina Rosas, Felipe Nunes, Paul Freston e Amy Erica Smith, pelas contribuições ao meu trabalho.

À minha mãe e ao meu irmão, por sempre estarem ao meu lado me dando suporte. Ao meu padrinho Armênio, tia Sil, tio Junior, Rafael, Débora e Maria Rita (Imaculada) pela acolhida em Belo Horizonte. Aos demais familiares e amigos por compartilharem os bons momentos da vida. À Amanda Aguiar e Oliveira, psicóloga que me acompanhou por quase todo o doutorado. À Casa de Caridade Vovô Candinho, pela acolhida, rezas, bênçãos e orientações de vida.

## RESUMO

Esta tese é um conjunto de três artigos sobre o voto dos evangélicos em Bolsonaro em 2018. Em cada um dos artigos (capítulos) exploro uma das dimensões da religiosidade dos eleitores, compreendida pela abordagem dos 3 Bs (*belonging, behavior e beliefs*). No primeiro capítulo, encontro que a identidade evangélica é um determinante do voto, como já demonstrado pela literatura, mas seu efeito varia conforme o sexo e a cor dos eleitores. As evangélicas pretas não votam da mesma forma que os evangélicos brancos. Esse efeito ocorre mantendo constante variáveis socioeconômicas, o que nos leva a pensar em possíveis outros fatores identitários que cruzam com a identidade evangélica, como a identidade de gênero e racial. No segundo capítulo, testo em que medida a tese da “afinidade conservadora” ajuda a compreender o voto desse grupo em um candidato de extrema direita e com inclinações autoritárias. Os resultados indicam que a rejeição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo foi um fator importante ao passo que o aborto não. Apesar disso, o efeito da rejeição ao casamento homo afetivo não foi tão forte, indo na contramão da tese de que o voto evangélico em Bolsonaro se deu por causa do forte conservadorismo desse grupo. Porém, os resultados exigem parcimônia devido à limitação dos dados. Por fim, o terceiro capítulo examina o papel desempenhado pelas lideranças religiosas nesse voto. Os resultados deste capítulo apontam que evangélicos pentecostais e tradicionais estiveram mais expostos às propagandas políticas pró-Bolsonaro em 2018, mas o hábito de frequentar cultos não é um determinante para que estejam mais expostos do que seus pares da mesma religião. Por outro lado, o eleitor pentecostal mais interessado por política está mais exposto à essas mensagens, embora não haja diferença entre os evangélicos tradicionais. Com relação as mensagens religiosas, estas apresentaram efeito apenas para os pentecostais, mas não para os evangélicos tradicionais.

**Palavras-chave:** comuniação religiosa; pentecostais; identidade religiosa; conservadorismo

## ABSTRACT

This thesis is a set of three articles on the vote of evangelicals for Bolsonaro in 2018. In each of the articles (chapters) I explore one of the dimensions of voters' religiosity, understood by the approach of the 3 Bs (belonging, behavior and beliefs). In the first chapter, I find that the evangelical identity is a determinant of the vote, as already demonstrated by the literature, but its effect varies according to the sex and color of the voters. Black evangelicals do not vote the same way as white evangelicals. This effect occurs keeping socioeconomic variables constant, which leads us to think about possible other identity factors that intersect with evangelical identity, such as gender and racial identity. In the second chapter, I test to what extent the thesis of “conservative affinity” helps to understand this group's vote for a far-right candidate with authoritarian leanings. The results indicate that rejection of same-sex marriage was an important factor while abortion was not. Despite this, the effect of the rejection of same-sex marriage was not so strong, going against the thesis that the evangelical vote for Bolsonaro was due to the strong conservatism of this group. However, the results require parsimony due to data limitations. Finally, the third chapter examines the role played by religious leaders in this vote. The results of this chapter indicate that Pentecostal and Traditional evangelicals were more exposed to pro-Bolsonaro political campaigning in 2018, but the church attendance is not a determinant for them to be more exposed than their peers of the same religion. On the other hand, Pentecostal voters more interested in politics are more exposed to these messages, although there is no difference between Traditional evangelicals. Regarding the religious messages, these had an effect only for Pentecostals, but not for Traditional evangelicals.

**Keywords:** religious communication; Pentecostals; religious identity; conservatism

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Porcentagem de votos em Bolsonaro por sexo e cor .....	30
Figura 2 – Quantidade de votos em Bolsonaro por sexo e cor .....	31
Figura 3 – Efeito de religião, cor e sexo sobre o voto em Bolsonaro (glm) .....	32
Figura 4 – Probabilidades preditas de votar em Bolsonaro por religião e raça e religião e cor.....	34
Figura 5 – Probabilidades preditas de votar em Bolsonaro por religião e sexo .....	35
Figura 6 – Probabilidades preditas de votar em Bolsonaro por religião, sexo e raça .....	36
Figura 7 – Probabilidades preditas de votar em Bolsonaro por religião, sexo e cor .....	37
Figura 8 – Atitudes em relação ao aborto e ao casamento entre pessoas do mesmo sexo para cada grupo religioso.....	55
Figura 9 – Determinantes do Conservadorismo .....	57
Figura 10 – Determinantes do voto em Bolsonaro em 2018.....	59
Figura 11 – Determinantes do voto em Bolsonaro em 2018 entre os Pentecostais.....	60
Figura 12 – Determinantes do voto em Bolsonaro em 2018 entre os Tradicionais.....	61
Figura 13 – Chance de ter sido exposto às mensagens políticas.....	82
Figura 14 – Chance de ter sido exposto às mensagens políticas em cada grupo religioso.....	83
Figura 15 – Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas .....	86
Figura 16 – Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso .....	87
Figura 17 – Chance de votar em Bolsonaro.....	88
Figura 18 – Chance de votar em Bolsonaro em cada grupo religioso.....	89
Figura 19 - Efeitos das denominações evangélicas sobre o voto em Bolsonaro .....	106
Figura 20 - Religião, raça e sexo como preditores do voto em Bolsonaro .....	107
Figura 21 - Teste de robustez para “Chance de ter sido exposto às mensagens políticas em cada grupo religioso” .....	112
Figura 22 - Teste de robustez para “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso” .....	114
Figura 23 - Teste de robustez para ‘Chance de votar em Bolsonaro em cada grupo religioso’ ..	121

## LISA DE TABELAS

Tabela 1 - Religião, cor e sexo como preditores do voto em Bolsonaro .....	104
Tabela 2 - Religião, cor e sexo como preditores do voto em Bolsonaro .....	104
Tabela 3 - Determinantes do RCH.....	108
Tabela 4 - Determinantes do Aborto.....	108
Tabela 5 - Determinantes do voto em Bolsonaro .....	109
Tabela 6 - Determinantes do voto em Bolsonaro entre Pentecostais.....	110
Tabela 7 - Determinantes do voto em Bolsonaro entre Tradicionais .....	110
Tabela 8 - Tabela de regressão “Chance de ter sido exposto às mensagens políticas” .....	113
Tabela 9 - Tabela de regressão “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso” .....	115
Tabela 10 - Tabela de regressão “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas” .....	117
Tabela 11 - Tabela de regressão “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso” .....	118
Tabela 12- Tabela de regressão “Chance de votar em Bolsonaro” .....	120
Tabela 13 - Tabela de regressão "Chance de votar em Bolsonaro" .....	122

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Trechos dos discursos de Bolsonaro .....	24
Quadro 2 – Trechos dos discursos de Bolsonaro.....	25

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CESOP	Centro de Estudos e Opinião Pública
ESEB	Estudo Eleitoral Brasileiro
IPP	Índice de Predisposição Política
IR	Identidade Religiosa
LAPOP	Latin American Public Opinion Project
PBF	Programa Bolsa Família
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
RCH	Rejeição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo (homossexuais)

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1 RELIGIÃO, SEXO E COR/RAÇA: NUANCES DO EFEITO DA IDENTIDADE EVANGÉLICA SOBRE O VOTO</b> .....	15
1.1 Introdução .....	16
1.2 Debate teórico .....	17
1.3 Dados .....	27
1.4 Metodologia .....	29
1.5 Pré-teste .....	30
1.6 Resultados e discussão .....	31
1.7 Conclusão.....	38
<b>2 O EFEITO DO CONSERVADORISMO SOBRE O VOTO</b> .....	40
2.1 Introdução .....	41
2.2 Debate teórico: religião crenças e voto.....	42
2.2.1 Valores ( <i>beliefs</i> ) como “pistas” eleitorais .....	45
2.2.2 Valores ( <i>beliefs</i> ) como componentes ideológicos .....	49
2.3 Dados .....	51
2.3.1 Medindo conservadorismo .....	53
2.4 Metodologia .....	55
2.5 Resultados e Discussão .....	57
2.6 Conclusão.....	63
<b>3 O EFEITO DAS LIDERANÇAS SOBRE O VOTO</b> .....	65
3.1 Introdução .....	66
3.2 Bases teóricas.....	67
3.3 Dados .....	77
3.4 Metodologia .....	80
3.5 Resultados e discussão.....	81
3.6 Conclusão.....	90
<b>4 CONCLUSÃO</b> .....	92
<b>Referências</b> .....	95
<b>ANEXOS</b> .....	103
3.7 <b>ANEXO A - CAPÍTULO 1</b> .....	104
3.8 <b>ANEXO B - CAPÍTULO 2</b> .....	108
3.9 <b>ANEXO C - CAPÍTULO 3</b> .....	112

## INTRODUÇÃO

O fato que inspira essa tese é a eleição de Jair Messias Bolsonaro (PSL) para o cargo da Presidência da República no quadriênio 2019-2022. Tal candidato não possuía os mesmos recursos financeiros que seus rivais, o mesmo tempo de TV, além do partido pelo qual concorreu não possuir a mesma capilaridade eleitoral que os principais partidos rivais (PT e PSDB). O não controle desses recursos, considerados essenciais para concorrer em eleições presidenciais, pareceu inócuo à campanha do candidato. Por outro lado, a equipe de Bolsonaro apostou numa campanha fortemente digital, ignorando os meios de comunicação tradicionais e fez uso recorrente de símbolos religiosos. Com o slogan “Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos” e citando publicamente versículos bíblicos como “e conhecereis a verdade e a verdade os libertará (João, 8:32)”, o candidato teve um desempenho marcante entre os evangélicos, segundo as pesquisas.

Em pesquisa de intenção de votos do dia 25 de outubro de 2018, o Datafolha reportou que as maiores diferenças nas intenções ocorreram entre os evangélicos e membros de religiões afro-brasileiras. Aplicando as porcentagens da pesquisa ao eleitorado brasileiro, temos que entre os evangélicos, 21,7 milhões (69%) preferiram Bolsonaro e 9,7 milhões (31%), Haddad, aproximadamente<sup>1</sup>. Entre membros de religiões afro-brasileiras, 715 mil (70%) preferiam Haddad e 315 mil (30%), Bolsonaro, aproximadamente. Entre os católicos, as intenções estavam igualmente divididas (30 milhões para cada, aproximadamente). É importante destacar que evangélicos e católicos compõem a maior parte do campo religioso brasileiro (31% e 50,7%, respectivamente, segundo dados do LAPOP 2019). Eleitoralmente, também representam a maioria do eleitorado. Tais dados apontam para a força eleitoral evangélica e como a aproximação com tais grupos pode ser crucial para as eleições.

O número de evangélicos tem aumentado na população brasileira e conseqüentemente no eleitorado. Representavam 9% da população no censo de 1991 e as estimativas para o censo de 2020 é que este grupo chegue a 31%. Os católicos mantêm o posto de grupo religioso majoritário,

---

<sup>1</sup> INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS. O voto evangélico garantiu a eleição de Jair Bolsonaro. [S.l.]. REVISTA IHU ON-LINE, 2018. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/categorias/584304-o-voto-evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro>>. Acesso em: 23 jul. 2022.

embora tenham sofrido uma queda expressiva no campo religioso. Contudo, há uma diferença qualitativa entre ambos os grupos que nos motiva a pôr uma lupa sobre os evangélicos. Ser evangélico no Brasil está fortemente associado a comparecer aos cultos ao menos uma vez na semana, ter muita fé, participar de grupos de oração, entre outras atividades da Igreja, além de acreditar que a religião é uma das coisas mais importantes em suas vidas (ROSAS; MUNIZ, 2014).

Tais dados contribuem para o debate sobre a importância de se investigar a fundo o papel desempenhado pela religião evangélica no comportamento político dos fiéis em eleições executivas. São poucas as pesquisas que examinam o papel que a religião tem sobre o voto para presidente no Brasil, ao passo que é vasta a literatura que explora a relação entre as Igrejas e as eleições proporcionais. Entre as principais contribuições está a recente tese de doutorado de Victor Silva (2019), que identificou que um grupo evangélico específico (pentecostais) rejeitou candidaturas do Partido dos Trabalhadores (PT) em vários anos eleitorais. Tal resultado aponta para a presença de um antipetismo histórico desse grupo. Outras pesquisas contribuíram com o campo ao testar se a identidade evangélica importava para o voto (BOHN, 2004; NICOLAU, 2014, 2020; BOAS; SMITH, 2015; ALMEIDA; GUARNIERI, 2020; AMARAL, 2020; RENNÓ, 2020; FERREIRA; FUKS, 2021; GUEDES-NETO, 2021; LAYTON *et al.*, 2021). O que essas pesquisas têm em comum é a análise comparativa do comportamento eleitoral dos evangélicos com os demais grupos religiosos. O que esta tese entrega de diferente é uma análise sobre a força que essa identidade tem diante de outros atributos sociais dos indivíduos – que podem ser fontes de identidade, como raça e sexo –, como também testar, no nível individual, se os valores políticos e as lideranças religiosas foram importantes para o voto desse grupo em Bolsonaro em 2018.

Para alcançar esse objetivo, a tese segue o modelo teórico presente na obra de Lege e Kellstedt (2016)<sup>2</sup>. Para os autores, a relação entre a religião e a política pode ser compreendida por três fatores: identitário, dos valores e do comportamento. Esse modelo ficou conhecido como os três “Bs” (3 Bs) da religião, representando *belonging*, *beliefs* e *behavior* (RAYMOND, 2018; DJUPE; NEIHEISEL, 2022). Dessa forma, a tese está dividida em três artigos, sendo que em que

---

<sup>2</sup> A ida de lideranças políticas de diversos partidos, como PT e PSDB, na inauguração do Templo de Salomão, principal monumento religioso da Igreja Universal do Reino de Deus, é um exemplo desse tipo de “estratégia” política.

cada um deles são explorados cada um desses fatores e seu efeito sobre o voto em Bolsonaro em 2018.

No primeiro capítulo, encontro que a identidade evangélica é sim um determinante do voto, como já demonstrado pela literatura, mas seu efeito varia conforme o sexo e a cor dos eleitores. As evangélicas pretas não votam da mesma forma que os evangélicos brancos. Esse efeito ocorre mantendo constante variáveis socioeconômicas, o que nos leva a pensar em possíveis outros fatores identitários que cruzam com a identidade evangélica, como a identidade de gênero e racial. No segundo capítulo, testo em que medida a tese da “afinidade conservadora” ajuda a compreender o voto desse grupo em um candidato de extrema direita e com inclinações autoritárias. Os resultados indicam que a rejeição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo foi um fator importante ao passo que o aborto não. Apesar disso, o efeito da rejeição ao casamento homoafetivo não foi tão forte, indo na contramão da tese de que o voto evangélico em Bolsonaro se deu por causa do forte conservadorismo desse grupo. Por fim, o terceiro capítulo examina o papel desempenhado pelas lideranças religiosas nesse voto. Os resultados deste capítulo apontam que evangélicos pentecostais e tradicionais estiveram mais expostos às propagandas políticas pró-Bolsonaro em 2018, mas o hábito de frequentar cultos não é um determinante para que estejam mais expostos do que seus pares da mesma religião. Por outro lado, o eleitor pentecostal mais interessado por política está mais exposto a essas mensagens, embora não haja diferença entre os evangélicos tradicionais. Com relação à atitude dos fiéis em relação ao envolvimento político pelas lideranças religiosas, os pentecostais mais interessados por política se posicionam de forma mais favorável, ao passo que os tradicionais que costumam frequentar mais os cultos se opõem a essa prática. Por fim, as mensagens religiosas apresentaram efeito apenas para os pentecostais, mas não para os evangélicos tradicionais.

## **1 RELIGIÃO, SEXO E COR/RAÇA: NUANCES DO EFEITO DA IDENTIDADE EVANGÉLICA SOBRE O VOTO**

### **Resumo**

O foco do capítulo é examinar a interação entre religião, sexo e cor/raça num modelo que investiga o voto em Bolsonaro. Quero saber o que acontece com o efeito da identidade evangélica quando consideramos outras características sociais do eleitor, que foram identificadas como variáveis negativamente associadas ao voto em Bolsonaro. A escolha dessas variáveis foi orientada tanto pela literatura sobre efeitos heterogêneos, quanto pelo contexto eleitoral de 2018. Os resultados do trabalho rejeitam a hipótese de que a identidade evangélica blindava o fiel das influências que vêm de outras fontes sociais, como sexo e cor. Concluiu que entre as evangélicas pretas houve a menor probabilidade de votar em Bolsonaro em 2018. Como os modelos controlam pelo efeito de variáveis econômicas, uma das explicações para o resultado apontado é que há mecanismos relacionados à cor e ao sexo (identidade de gênero e raça) dos fiéis que mitigam o voto naquele candidato.

## 1.1 Introdução

Neste trabalho analisarei os efeitos da identidade religiosa evangélica moderados por sexo e cor/raça sobre o voto em Bolsonaro na eleição de 1º turno em 2018. A questão de pesquisa é: qual a força do efeito da identidade evangélica sobre o voto em Bolsonaro? Dado que pesquisas anteriores (AMARAL, 2020; FERREIRA; FUKS, 2021; LAYTON *et al.*, 2021) já demonstraram que a identidade evangélica importa para o voto em Bolsonaro, questiono se esse efeito, já encontrado, mantém sua direção e magnitude quando interagimos com outras variáveis (também identitárias), que estão associadas ao voto em Haddad, tais como ser mulher e não branco (LAYTON *et al.*, 2021). Portanto, de forma mais detalhada, o capítulo tenta responder se a probabilidade de ter votado em Bolsonaro é menor entre as evangélicas e entre as evangélicas pretas e pardas. Minha hipótese é que a identidade evangélica resiste às pressões cruzadas, uma vez que identidades de gênero e raça são esvaziados ou mitigadas dentro do campo religioso evangélico, prevalecendo a identidade do “irmão”. Para responder essa questão e testar a hipótese, estruturei o artigo da seguinte forma: na primeira parte apresento as questões de pesquisa e hipóteses teoricamente fundamentadas. Posteriormente, apresento os dados que me permitem testá-las. Em seguida apresento meus modelos de análise, os resultados e discussão e a conclusão.

O debate sobre efeitos heterogêneos marcados por outras características sociais, tais como sexo e cor/raça, permite que compreendamos a relação entre fatores religiosos e não religiosos e seus efeitos sobre o voto em 2018. Tais características (sexo e cor/raça) são anteriores a própria formação da identidade religiosa, mas seu impacto sobre o voto, entre os evangélicos, pode estar relacionado com o próprio campo religioso.

Dessa forma, o interesse nesse artigo é examinar a interação entre religião, sexo e cor/raça num modelo que investiga o voto em Bolsonaro. Quero saber o que acontece com o efeito da identidade evangélica quando consideramos outras características sociais do eleitor. A escolha dessas variáveis foi orientada tanto pela literatura sobre efeitos heterogêneos, quanto pelo contexto eleitoral de 2018.

Os resultados do trabalho rejeitam a hipótese de que a identidade evangélica blinda o fiel das influências que vem de outras fontes sociais, como sexo e cor. Descobriu-se que entre as evangélicas pretas há menor probabilidade de votar em Bolsonaro. Como nossos modelos

controlam pelo efeito de variáveis econômicas, uma das explicações para o resultado apontado é que há mecanismos relacionados à cor e ao sexo dos fiéis que mitigam o voto naquele candidato.

## 1.2 Debate teórico

Na tentativa de explicar o voto, é comum os pesquisadores buscarem padrões de comportamento eleitoral em função de diferenças sociais, configurando clivagens eleitorais. A análise sobre clivagens foi amplamente difundida pela obra de Lipset et al. (1967). Os autores sustentaram que o partidarismo e o voto estão associados às estruturas sociais anteriores à formação dos sistemas partidários nas democracias. Por exemplo, em países onde conflitos étnico-religiosos constituem a divisão mais relevante da sociedade, espera-se que os principais partidos representem os interesses e valores dessa diversidade étnica.

Contudo, é importante enfatizar que clivagens podem surgir a partir da combinação dessas características. Estudos sobre as eleições estadunidenses demonstram que o voto do grupo conhecido como white evangelicals está historicamente alinhado ao partido Republicano e que os black evangelicals estão alinhados ao partido Democrata (LAYMAN, 1997; WILCOX; SIGELMAN, 2001; DECANIO, 2007; ABRAMOWITZ; SAUNDERS, 2008). Nesse sentido, cor/raça e religião se combinam na formação das clivagens eleitorais.

Essa complexidade na relação entre identidades sociais foi objeto de investigação na obra seminal de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1968). Os autores iniciam o capítulo três de sua obra *The People's Choice* (capítulo que aborda a relação entre identidades e voto) apontando para uma estratificação eleitoral nos Estados Unidos.

Hoje, na maior parte do país, os políticos podem contar com o banqueiro, o empresário, o agricultor, o bispo e boa parte de seu rebanho para votar nos Republicanos. Da mesma forma, ele sabe que o imigrante, o trabalhador, o padre e a maioria de seus paroquianos – principalmente os das cidades – constituem o esteio do partido democrata fora do bloco do Sul (LAZARFELD; BERELSON; GAUDET, 1968, p. 16).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Tradução livre: “Today, in most sections of the country, the politicians can count on the banker, the business manager the farmer, the bishop and the good many of his flock to vote Republican. In the same way, he knows that the immigrant, the working man, the priest and most of his parishioners - particularly those in the cities - constitute the mainstay of the Democratic party outside the Solid South”.

Ao conduzir o painel no Condado de Erie (Erie County, Ohio), os autores perceberam que a relação entre Católicos e o partido Democrata de um lado e Protestante e partido Republicano de outro, poderia ser espúria, uma vez que entre os Católicos havia pessoas com condições socioeconômicas mais baixas em relação aos Protestantes. Portanto, seria a economia e não a religião o fator explicativo. Porém, suas análises rejeitaram essa hipótese. Outras hipóteses foram testadas, como a que associa a questão da idade, mas que também foi rejeitada. Por fim, os autores desenvolveram um Índice de Predisposição Política (IPP) e concluíram que é a combinação de características sociais que determina as preferências políticas (LAZARFELD; BERELSON; GAUDET, 1968, p. 27).

Outra teoria, como a do partidarismo da Escola de Michigan (CAMPBELL *et al.*, 1980) poderia ser mobilizada para enquadrar a questão de pesquisa deste capítulo. Segundo seus autores, o partidarismo (vínculo psicológico a algum partido) é uma das principais fontes explicativas do voto e tem como alicerce as identidades sociais. Portanto, “grupos com uma associação coesa e identificada geralmente se identificam e votam em um partido em relação ao outro” (ZINGHER, 2021, s.p.). Porém, há dois problemas com a mobilização dessa literatura para compreender o caso brasileiro. O primeiro é que o partidarismo não é algo difundido no eleitorado (SAMUELS; ZUCCO, 2018).<sup>4</sup> Não há duas identidades partidárias positivas fortes no Brasil, mas apenas o petismo e o antipetismo (SAMUELS; ZUCCO, 2018). A outra é que essas identidades partidárias não estão historicamente alicerçadas em identidades sociais (GIMENES *et al.*, 2016).

Na contramão dessas teorias, Dix (1989) afirma que, independente das divisões sociais históricas, a maioria dos países latino-americanos desenvolveu um tipo próprio de relação entre os partidos e os grupos sociais. Isso ocorre, segundo este autor, porque na América Latina o sistema partidário não foi caracterizado por clivagens culturais, étnicas e religiosas, embora haja algumas exceções, como Chile e Argentina (este último em menor intensidade).

---

<sup>4</sup> Outros trabalhos, como de Fuks e colaboradores (2020) vem destacando a presença de antipartidários generalizados no eleitorado. Veja FUKS, Mario; RIBEIRO, Ednaldo; BORBA, Julian. From Antipetismo to Generalized Antipartisanship: The Impact of Rejection of Political Parties on the 2018. *Brazilian Political Science Review*, v. 15, 2020.

A ausência (ou rara presença) de marcadores sociais no sistema partidário latino-americano está associada, em grande parte, à rubrica personalista na política do continente. Outro fator, de ordem institucional, são as interrupções democráticas sofridas pelos países latino-americanos, impedindo os partidos de desenvolverem laços sociais mais fortes com a sociedade.

Por outro lado, estudos recentes apontam para a existência de clivagens na América Latina (BOAS; SMITH, 2015; MAINWARING; TORCAL; SOMMA, 2015). Mainwaring; Torcal; Somma (2015) apontam para clivagens de classe, marcada pelo voto dos mais pobres em partidos de esquerda (e centro-esquerda). Esse padrão é muito forte nos anos 2000 em países como Brasil, Argentina, Bolívia, Guatemala, Peru e Venezuela, e fraco no Chile, República Dominicana, Equador, Honduras, Panamá e Uruguai. Boas; Smith (2015) encontraram que em alguns países da América Latina há clivagens marcadas por divisões entre grupos seculares e religiosos, em que o primeiro apresenta mais chance de votar em partidos de esquerda e o segundo em partidos de direita.

É importante ressaltar que o momento em que Dix escreve seu trabalho não é o mesmo do de Mainwaring e colaboradores e Boas e Smith. Contudo, há uma diferença teórica entre eles. Ao passo que Dix (1989) compreende as clivagens como fenômenos políticos espontâneos, Torcal e Mainwaring (2003) e Mainwaring, Torcal e Somma (2015) defendem que clivagens são flutuantes e que dependem da agência de partidos políticos. Logo, apesar de haver diferenças estruturadas na sociedade, para que isso se converta em conteúdo político é preciso haver oferta de candidatos ou partidos que politizam essas diferenças.

Dessa forma, as clivagens passam a orbitar questões (issues) políticas (TORCAL; MAINWARING, 2003) e não mais identidades de grupo. O caso chileno é exemplar no contexto latino-americano. Antes da ditadura de Pinochet (1973-1990), a abordagem societal, que utiliza as diferenças sociais como marcadoras das diferenças eleitorais, era uma das principais fontes explicativas do voto. Contudo, o voto no Chile pós-autoritário (1990-2001), não reflete mais essas diferenças sociais, mas passa a ser explicado pela diferença entre apoiadores e opositores da ditadura de Pinochet (TORCAL; MAINWARING, 2003). A nova clivagem eleitoral chilena passa a ser a diferença entre democratas e autoritários.

Mesmo mobilizando pautas identitárias em campanhas eleitorais, Valenzuela e Michelson (2016) demonstraram como essas estratégias de micro-targeting afetam diferentemente eleitores que possuem uma identidade social (classe, raça, gênero, religiosa, etc.) mais enraizada (identity strenght). Para esta abordagem, as mensagens religiosas de candidatos só teriam efeito para aqueles que se identificam com o grupo e não meramente pertencem a ele. No Brasil, essa questão é notável quando comparamos católicos e evangélicos. Ao passo que, na média, católicos declaram pertencer a essa religião devido ao batismo, sem serem praticantes, entre os evangélicos a identidade religiosa é um elemento muito importante na vida do fiel.

Mais do que um ato racional de escolher um candidato que melhor defenda os interesses do grupo, essa abordagem considera o voto como um elemento de expressão e afirmação da identidade, os quais transmitem benefícios psicológicos (VALENZUELA; MICHELSON, 2016, p. 618). Adicionalmente, os autores destacam estudos anteriores, que enfatizam que o voto identitário ocorre em situações em que os membros se veem diante de uma ameaça.

Para o caso brasileiro, Soares (1982) e Soares e Valle Silva (1987) identificam padrões de classe<sup>5</sup>, raça<sup>6</sup> e urbano/rural<sup>7</sup> como fatores determinantes do voto mesmo no período do regime militar (1964-1985) e mesmo diante das mudanças nas regras eleitorais promovidas por esse regime para interferir no resultado das eleições (SOARES, 1982). Tal fato vai na contramão do que Dix (1989) afirmou sobre as interrupções democráticas afetarem as identidades partidárias. É importante destacar que eleições continuaram ocorrendo nos níveis municipal e estadual.

Soares (1982) chama atenção, ainda, para o fato de que os modelos interativos, que analisam os efeitos combinados de cor/raça (pardos) e urbanização, explicam melhor o voto do que um modelo aditivo. Esse tipo de análise não é comum nas pesquisas eleitorais brasileiras, que se inclinam a pensar as características sociais e demográficas mais como controles estatísticos nos

---

<sup>5</sup> Esse padrão esteve presente na disputa entre Movimento Democrático Brasileiro (MDB) e Aliança Renovadora Nacional (Arena). Ao passo que o MDB era o partido dos mais pobres, a ARENA era dos mais ricos. Ainda, Soares (1982) aponta para clivagens de gênero, sendo as mulheres as principais eleitoras do MDB.

<sup>6</sup> O voto das pessoas negras nas eleições de 1960 esteve alinhado ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), mesmo após controlar seu efeito por classe social e os pardos alinhados a Leonel Brizola (PDT) nas eleições de 1982 no Rio de Janeiro.

<sup>7</sup> Sendo o MDB o mais votado nos centros urbanos e a Arena nas áreas rurais.

modelos do que variáveis explicativas ou moderadoras. Outra crítica é apresentada por Zingher (2021) aos estudos de comportamento político, que tendem a considerar os efeitos do pertencimento a grupos de forma aditiva, ou seja, como se o efeito de raça, gênero, religião e classe fossem independentes um dos outros. O autor demonstra em seu artigo como a intersecção entre essas identidades afetam diferentemente as atitudes políticas e o comportamento dos eleitores.

Singer (2009), ao analisar os desempenhos de Lula em eleições desde 1989 (após a redemocratização), mostra que divisões eleitorais podem ser produzidas não só pela politização de diferenças sociais, mas por meio de políticas públicas. O autor mostra que, quando Lula mobilizou as diferenças sociais como desigualdade em pleitos eleitorais, seu eleitorado consistia em pessoas escolarizadas de centros urbanos. Para o autor, os mais pobres não aderiram à campanha de Lula por causa do conservadorismo popular, marcado por valores associados à ordem (hostilidade às greves, por exemplo) e pelo discurso da ameaça comunista (mobilizado por Collor, em 1989). A conquista do “subproletariado” por Lula só ocorreu em 2006, explicado em grande parte pelo efeito do programa Bolsa Família, crescimento econômico, controle dos preços, aumento real no salário-mínimo e o crédito consignado. Por outro lado, Singer (2009) mostra que esse é um fenômeno associado ao Lulismo, e que os votos do Partido dos Trabalhadores (PT) em eleições proporcionais mantiveram seu padrão.

Tal divisão não se mantém nas análises das eleições posteriores, quando Lula não concorreu e Dilma Rousseff se torna candidata, o que não nos permite falar em clivagens eleitorais. Segundo Peixoto e Rennó (2011, p. 319), “não é a classe social que importa para o voto, mas sim a percepção de ascendência social”.

Ainda para o caso brasileiro, estudos apontam que algumas características sociais surgem como boas preditoras do voto em mais de uma eleição. Entre elas, região, escolaridade (Nicolau, 2014) e pertencimento de classe (HOLZHACKER; BALBACHEVSKY, 2007; SINGER, 2009). Outros estudos apontam para a importância da identidade religiosa para o voto em 2018 (FERREIRA; FUKS, 2021) e em eleições anteriores (NICOLAU, 2014; SILVA, 2019). Mas, em que medida elas configuram clivagens? Com relação a clivagens religiosas, o trabalho de Silva (2019) mostra que desde 2002 há uma rejeição do eleitorado pentecostal aos candidatos do PT.

Apesar dessa rejeição entre os pentecostais, não houve um partido que concentrasse o voto desse grupo. Tal constatação é importante ao levarmos em conta países cujo sistema partidário permite a oferta de muitos partidos e em que as identidades partidárias não enraizadas na opinião pública. No Brasil, apenas o petismo e o antipetismo (e o antipartidarismo) se apresentam como uma forte identidade política (SAMUELS; ZUCCO, 2018). Portanto, devemos pensar, para o contexto brasileiro, divisões no eleitorado que tem apenas um partido como referência.

Porém, apesar de haver diferenças marcadas por identidades sociais, que aparecem como predictoras do voto, não é possível afirmar que, após a redemocratização, houve a politização, por parte da elite política, dessas identidades. Mesmo Lula e o PT, que conquistaram a maioria do eleitorado de baixa renda, optaram por não politizar as diferenças de classe durante as eleições e em seus mandatos. A agenda conciliadora era a marca da política lulo-petista. Soma-se a isso o achado de Oliveira e Turgeon (2015), que concluem pela não diferença significativa entre eleitores que se consideram de direita e esquerda (medida simbólica de ideologia) quando analisadas suas posições em relações a issues (medida operacional de ideologia). No nível das elites, Zucco (2011) conclui há uma convergência ao centro ideológico por parte do PT e PSDB, dos dois partidos que disputaram a presidência entre 1994 e 2014.

Por que então trazer o debate sobre clivagens para examinar as eleições de 2018? Meu argumento é que a polarização, um processo eleitoral marcado por fortes posicionamentos em relação à issues políticos e o discurso de guerra cultural (SMITH, 2019) de lideranças evangélicas – que cria um imaginário de ameaça aos cristãos – favorecem o surgimento de divisões entre grupos sociais. Nessa nova clivagem, Bolsonaro surge como um candidato que consegue reunir o eleitorado mais conservador, principalmente entre os evangélicos.

Nas eleições 2018 no Brasil, as pesquisas convergem ao afirmar que a identidade evangélica<sup>8</sup> prediz o voto em Bolsonaro (ALMEIDA; GUARNIERI, 2020; AMARAL, 2020; NICOLAU, 2020; RENNÓ, 2020; FERREIRA; FUKS, 2021; GUEDES-NETO, 2021; LAYTON *et al.*, 2021),

---

<sup>8</sup> Algumas pesquisas utilizam a categoria evangélica ou protestante para tratar dos evangélicos de maneira geral. Outras utilizam apenas os Pentecostal, subgrupo evangélico.

assim como gênero, raça, renda, idade e escolaridade (ALMEIDA; GUARNIERI, 2020; NICOLAU, 2020; LAYTON ET AL., 2021).

O trabalho de Layton et al. (2021) aponta para o (re) surgimento de clivagens demográficas no eleitorado em 2018, principalmente marcadas por diferenças religiosas, de gênero e étnicas. De acordo com os autores, ser mulher ou não branco afeta negativamente a probabilidade de votar em Bolsonaro, ao passo que ser evangélico (protestante e pentecostal) aumenta significativamente a chance de votar no candidato. Se por um lado o elo entre os evangélicos e Bolsonaro é explicado por uma “afinidade conservadora” (NICOLAU, 2020; GUEDES-NETO, 2021; LAYTON *et al.*, 2021), por outro, há maior rejeição de mulheres e não brancos ao candidato. Portanto, nos questionamos sobre como seria o comportamento eleitoral de evangélicas, evangélicas não brancas e evangélicos não brancos.

Pesquisas de opinião pública que foram a campo em 2022 (ano de disputa presidencial) vêm mostrando como a principal base de apoio de Bolsonaro se dá entre os evangélicos e que, entre as mulheres é que esse candidato recebe menos votos.<sup>9</sup> Tal quadro é um indício de que clivagens eleitorais vem se consolidando no eleitorado brasileiro desde 2018.

O fato de ser mulher estar associado negativamente ao voto em Bolsonaro pode ser explicado pela rejeição à retórica misógina que o candidato apresentou ao longo de sua carreira parlamentar e principalmente durante sua campanha, sendo esse tema explorado pelos partidos de oposição.<sup>10</sup> Nessa direção, é importante destacar que Matos; Pinheiro (2010), analisando dados de 2010, encontraram que mulheres são menos conservadoras e mais destradicionalizadas do que os homens.

Antes e durante as eleições, Bolsonaro foi um candidato apoiado majoritariamente por homens, sendo tal público quem o acompanhava em aeroportos e nas manifestações (NICOLAU,

---

<sup>9</sup> O relatório da pesquisa Geial/Quaest pode ser acessado pelo link: <http://blog.quaest.com.br/9a-rodada-da-pesquisa-genial-quaest-aponta-tendencia-de-melhora-nas-condicoes-politicas-de-bolsonaro/>.

<sup>10</sup> Em vários momentos Bolsonaro se mostrou misógino. A agressão à deputada Maria do Rosário (PT-RS) é um entre vários episódios misóginos do atual presidente. Outros episódios polêmicos de Bolsonaro podem ser encontrados em Bachi (2020).

2020).<sup>11</sup> A tabela abaixo apresenta alguns trechos que retratam a misoginia dos discursos de Bolsonaro ao longo de sua carreira política.

Quadro 1 - Trechos dos discursos de Bolsonaro

Fonte	Trecho
Entrevista de Bolsonaro ao Zero Hora, em dezembro de 2014	Eu tenho pena do empresário no Brasil, porque é uma desgraça você ser patrão no nosso país, com tantos direitos trabalhistas. Entre um homem e uma mulher jovem, o que o empresário pensa? “Poxa, essa mulher tá com aliança no dedo, daqui a pouco engravida, seis meses de licença-maternidade...” Bonito pra c..., pra c...! Quem que vai pagar a conta? O empregador. No final, ele abate no INSS, mas quebrou o ritmo de trabalho. Quando ela voltar, vai ter mais um mês de férias, ou seja, ela trabalhou cinco meses em um ano
Bolsonaro em palestra no Clube Hebraica, em 2018	Eu tenho cinco filhos. Foram 4 homens, a quinta eu dei uma fraquejada e veio uma mulher
Bolsonaro em discurso na Câmara, em 2003	Fica aí, Maria do Rosário, fica. Há poucos dias, tu me chamou de estuprador, no Salão Verde, e eu falei que não ia estuprar você porque você não merece. Fica aqui pra ouvir. (...) Ela não merece (ser estuprada) porque ela é muito ruim, porque ela é muito feia, não faz meu gênero, jamais a estupraria. Eu não sou estuprador, mas, se fosse, não iria estuprar porque não merece

Fonte: Bachi(2020)

Além disso, ao final do período de campanha do primeiro turno de 2018, houve forte mobilização de movimentos feministas contra Bolsonaro, sendo a marcha do dia 30 de setembro de 2018 um marco da oposição de mulheres contra o candidato. Porém, não se sabe ao certo como esses movimentos ressoaram entre as mulheres evangélicas. Uma vez que pautas sobre gênero e sexualidade são as mais criticadas pelos segmentos evangélicos e católicos, é preciso questionar se tais movimentos foram recebidos negativamente entre as mulheres evangélicas, aumentando a chance de vitória de Bolsonaro dentro desse grupo. Diante desse contexto, será que as evangélicas apresentam menor probabilidade de votar em Bolsonaro do que os evangélicos (questão 1)?

Atinente ao efeito negativo de ser negro (preto ou pardo) sobre o voto em Bolsonaro, destaco que, nas eleições, também houve várias falas do Bolsonaro consideradas racistas. Segundo Bachi (2020), a fala do então candidato no Clube Hebraica é um elemento chave para essa associação. Destaco também a fala do candidato no programa Roda Viva, em 2018.

<sup>11</sup> Nicolau (2020) chama atenção para o atentado que Bolsonaro sofreu em Juiz de Fora, apontando que sua caminhada pela rua Halfeld contava com a presença majoritariamente masculina.

Quadro 2 – Trechos dos discursos de Bolsonaro

Fonte	Trecho
Bolsonaro em palestra no Clube Hebraica, abril de 2017	‘Eu fui num quilombola em Eldorado Paulista. Olha, o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada! Eu acho que nem para procriador ele serve mais. Mais de R\$ 1 bilhão por ano é gastado com eles’
Bolsonaro em debate no Programa Roda Viva em 2018	‘Que dívida? Eu nunca escravizei ninguém na minha vida [...]É justo a minha filha ser cotista? O negro não é melhor do que eu, e nem eu sou melhor do que o negro. Na Academia Militar das Agulhas Negras, vários negros se formaram comigo. Alguns abaixo de mim, alguns acima de mim, sem problema nenhum. Por que cotas? [...] se for ver a história realmente, os portugueses nem pisavam na África, eram os próprios negros que entregavam os escravos’

**Fonte:** Bachi(2020)

Embora haja movimentos negros entre os evangélicos, Reina (2017) expõe as dificuldades de se trabalhar a identidade negra dentro de grupos pentecostais, uma vez que reclamar essa identidade ou sua etnicidade e historicidade significa tocar em uma ancestralidade não evangélica. Oro (1997), ao analisar as violências<sup>12</sup> cometidas por grupos neopentecostais<sup>13</sup> contra religiões de matriz africana, mostra que não há uma negação das entidades afro-brasileiras, mas uma ressignificação destas, sendo representadas como manifestações do “diabo”. Tal lógica não apaga o passado, segundo Oro (1997), mas o “demoniza”. Nesse sentido, o autor conclui que o afro-brasileiro representa a “alteridade radical”, que contribui para a construção da identidade religiosa neopentecostal. Dessa forma, a problemática do racismo nos discursos de Bolsonaro pode ter efeito reduzido entre os evangélicos, devido a essa dificuldade de se promover uma maior conscientização política com base em temas raciais.

Outro ponto explorado por Reina (2017) é o fato de que entre os evangélicos brasileiros é comum uma “liturgia universalista”, que reivindica uma unidade identitária sobre a pluralidade de identidades sociais. A autora enfatiza que essa é uma característica do protestantismo no Brasil e

<sup>12</sup> Alguns autores, como Mariano (1995), trabalham com a expressão “guerra espiritual” (MARIANO, Ricardo. Neopentecostalismo: os pentecostais estão mudando. 1995. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo).

<sup>13</sup> Segundo Oro (1997, p. 10), neopentecostalismo refere-se ao pentecostalismo de segunda e terceira onda, representado no Brasil principalmente pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e Igreja Deus é Amor.

cita o caso dos black evangelicals nos Estados Unidos para mostrar uma outra história dessa relação entre negritude e evangélicos.

Por outro lado, Reina (2017) identifica possibilidades de se construir uma identidade negra entre os evangélicos, fora da esfera eclesial, como é o caso da black music gospel, que contraria a ideia de construir uma “negritude sem etnicidade”. Por “negritude sem etnicidade” a autora recorre ao trabalho de Santos (2012), que identifica uma construção identitária possível que não toca na aparência ou em determinadas características étnicas, mas em temas como discriminação histórica dos negros, por exemplo. Diante desse contexto, teriam os evangélicos negros (pretos ou pardos) menor probabilidade de votar em Bolsonaro do que os evangélicos brancos (questão 2)?

A terceira questão, que combina as duas anteriores, é se é menor a probabilidade das evangélicas negras votarem em Bolsonaro do que os demais grupos. Ao fazer isso, adicionamos maior complexidade à análise, uma vez que exploramos três camadas de identidades e o efeito sobre o voto. Ansolabehere e Hersh (2011) demonstraram como a literatura sobre participação política, a qual mobiliza a teoria dos recursos para explicar porque alguns grupos participam mais do que outros, se equivocou em suas conclusões. Segundo os autores, uma das conclusões clássicas era que homens participavam mais do que as mulheres. Ao analisar o efeito do gênero sobre a participação, mas condicionado pela cor/raça, encontraram que, em alguns grupos raciais, são as mulheres quem participam mais.

Ao pensar esse tipo de análise para a eleição brasileira de 2018, as conclusões encontradas pela literatura foram que evangélicos e homens têm mais chance de votar em Bolsonaro, enquanto mulheres e os não brancos apresentaram menores probabilidades. Mas, o que acontece quando interagimos essas características? Como se dá o voto em Bolsonaro entre os evangélicos considerando suas variações de cor/raça e gênero?

Sustento a hipótese de que entre os evangélicos, ser mulher e/ou se considerar negro/a não afeta a probabilidade predita de ter votado em Bolsonaro.<sup>14</sup> Por trás dessa expectativa reside o fato

---

<sup>14</sup> Em suma, trabalho com três hipóteses: H1) ser negro (preto ou pardo) não afeta negativamente o efeito de ser evangélico sobre o voto em Bolsonaro; H2) ser mulher não afeta negativamente o efeito da identidade evangélica em Bolsonaro e; H3) ser mulher negra não afeta negativamente o efeito da identidade evangélica sobre o voto em Bolsonaro.

de que os evangélicos frequentam mais os cultos e reuniões de sua Igreja do que os demais grupos religiosos, portanto, estão mais expostos às mensagens políticas de suas lideranças religiosas e às pressões do grupo (BOHN, 2004; DJUPE; GILBERT, 2009; MCLAUGHLIN; WISE, 2014). Dessa forma, a identidade evangélica seria resistente a fontes de “pressões cruzadas”.

Além disso, Conover (1984, p. 762) defende que pertencimento objetivo a um grupo não afeta as atitudes políticas da mesma forma do que o senso psicológico de pertencimento. Ser uma eleitora de baixa renda não garante que ela tenha consciência de classe e vote conforme os interesses da classe trabalhadora. Da mesma forma, ser negro no Brasil ou ser mulher não é garantia de que os indivíduos participem de grupo feministas ou do movimento negro. Por outro lado, ser evangélico está associado a um forte comprometimento com a religião e engajamento nas atividades da Igreja, o que favorece este senso psicológico de pertencimento a identidade evangélica.

Bohn (2004, p. 249) destaca que as “diferentes denominações evangélicas se homogeneizam em torno da exigência de dedicação exclusiva aos cultos”. Segundo a autora, a participação das autoridades religiosas evangélicas nas demais esferas da vida dos fiéis (para além dos espaços das igrejas) é algo marcante entre as diversas denominações evangélicas. Soma-se a essa quase onipresença o poder que as igrejas têm de criar laços de dependência, tecidos por redes de solidariedade, que se estruturam por meio de obras sociais e de caridade desse segmento religioso (ROSAS; MUNIZ, 2014).

### **1.3 Dados**

Para a análise, utilizo os dados do CESOP. O banco representa a quinta onda de pesquisa eleitoral, tendo início em 2002. Os surveys foram conduzidos em 2018 no Brasil, logo após as eleições, de maneira domiciliar e face-a-face. Contabilizam 2.506 respondentes, cuja idade mínima é 16 anos, de 172 municípios e de 27 estados. É importante destacar que a amostra é representativa da população e das cinco regiões: Norte; Centro-Oeste; Nordeste; Sudeste e Sul. As cotas foram distribuídas conforme “sexo”, “escolaridade”, “número de banheiros no domicílio”, “ramo de

atividade feminino” e “ramo de atividade masculino”. A margem de erro amostral é de 2,2% e 95% de intervalo de confiança.<sup>15</sup>

A variável dependente será o voto em Bolsonaro. Opto por construir uma variável binária para o voto, sendo 1 o valor referente ao voto em Bolsonaro e 0 o não voto naquele candidato. Embora eleições de primeiro turno no Brasil ofertem muitos candidatos, sugerindo o uso de uma variável multinomial, optei pelo recorte binário uma vez que: i) a literatura apresenta resultados de uma forte associação entre a identidade evangélica e o voto em Bolsonaro e; ii) mesmo tendo a oferta de muitos candidatos, há uma grande concentração de votos em apenas dois candidatos (Bolsonaro e Haddad).

Com relação a variável explicativa chave (identidade religiosa), utilizo a identidade evangélica para concentrar, em uma categoria, toda a diversidade existente nesse campo religioso (marcada por diferentes denominações). Compreendo que isso restringe as diferenças dos efeitos para cada grupo evangélico (pentecostais, neopentecostais, tradicionais, etc.). Com isso, o objetivo não é explorar as diversidades associadas a características religiosas, mas compreender a relação entre elementos religiosos e não religiosos (como sexo e cor/raça).

Por outro lado, para testar as hipóteses de efeitos heterogêneos (interação entre as variáveis), agrupar tais denominações em uma única categoria ajuda a melhorar a precisão do efeito dessa variável, uma vez que categorias com números amostrais pequenos tendem a gerar erros padrões maiores. Teoricamente, também não é esperado que haja denominações evangélicas que tenham optado por outro candidato que não Bolsonaro. Na literatura, não há um histórico de votos (no primeiro turno) desse grupo religioso em algum candidato de partidos tradicionais, como PT e PSDB.

As variáveis moderadoras dos modelos serão sexo e/ou cor/raça. Sexo é uma variável binária, sendo o sexo feminino a categoria de referência. Cor é uma variável multinomial, cujas categorias são: brancos, pretos, pardos e outras. Raça é uma variável binária que tem como categorias brancos e não brancos (referência). Como controles estatísticos, utilizo variáveis como idade, escolaridade,

---

<sup>15</sup> Retirado do site oficial do CSES: <https://cses.org/>. Para acessar a metodologia do processo de coleta de dados, acesse [https://www.cesop.unicamp.br/vw/1IMr0S60wNQ\\_MDA\\_1c51c\\_/met\\_04622.pdf](https://www.cesop.unicamp.br/vw/1IMr0S60wNQ_MDA_1c51c_/met_04622.pdf).

região e faixa de renda. Ao controlar por variáveis econômicas, meu objetivo é analisar o efeito da interação entre religião, cor/raça e sexo mantendo constante essas demais variáveis. Ao fazer isso, será possível observar se cor/raça ou sexo ponderam o efeito do voto evangélico em Bolsonaro de forma independente das variáveis econômicas.

Uma vez que, tanto raça/cor e sexo estão correlacionados com a situação econômica das pessoas e sua participação no PBF (CAMARGO *et al.*, 2013), pode ser que a existência de heterogeneidades marcadas por raça/cor e sexo se devam a questões econômicas e não a questões de identidade de gênero e cor/raça.

#### 1.4 Metodologia

Para testar a hipótese de que não há heterogeneidade no efeito da identidade religiosa sobre o voto em Bolsonaro, moderado por sexo e cor/raça, estimo modelos de regressão logística binomial (glm). O primeiro modelo estima o efeito direto da identidade religiosa (IR) sobre o voto em Bolsonaro, controlado por um conjunto de covariáveis sociodemográficas que estão associadas tanto à variável independente chave (IR) quanto à variável dependente (voto).

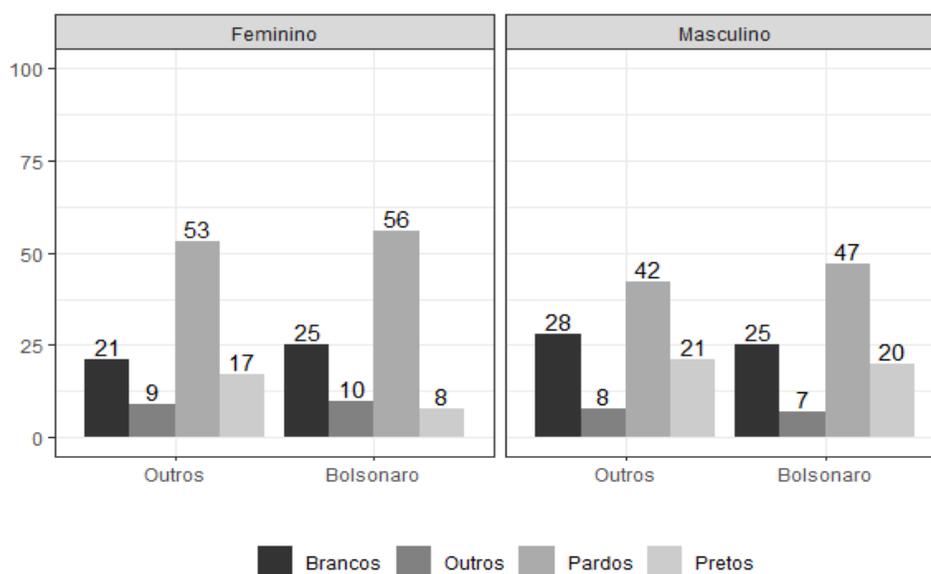
O segundo, o terceiro e o quarto modelo estimam os efeitos de IR sobre o voto interagindo com sexo, cor/raça e sexo juntamente com cor/raça. A formalização dos modelos se encontra no Anexo. Como teste de robustez, apresento no anexo um modelo de regressão multinomial, em que estimo as chances de votar em algum outro candidato (ou ter votado branco ou nulo) tendo o voto em Bolsonaro como categoria de referência.

Para interpretar os resultados, opto por apresentar graficamente as probabilidades previstas dos modelos de interação e os coeficientes para o modelo sem interação e multinomial. Essa forma de apresentação dos dados evita compreensões equivocadas acerca da significância estatística dos estimadores das variáveis interagidas. Além disso, identificar a magnitude do efeito de estimadores por meio da tabela de regressão clássica não é algo simples quando se trata de modelos com termos interativos. Para se calcular o efeito de uma interação é preciso considerar mais de um resultado na tabela de regressão. Outro problema associado as interpretações de tabelas de regressão clássicas para modelos de efeitos heterogêneos são os resultados “falsos-positivos” (ESAREY; SUMNER, 2018). Em suma, os testes de significância estatística para modelos de efeitos heterogêneos não são “conservadores”.

## 1.5 Pré-teste

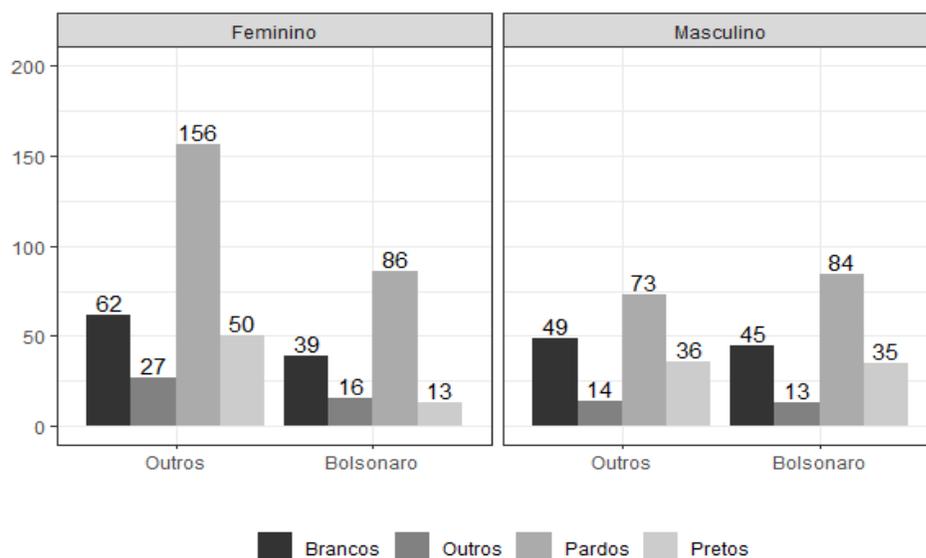
Modelos de regressão com efeitos heterogêneos é uma outra forma de representarmos regressões com técnica de subamostragem. Quando interagimos uma variável independente chave com uma variável moderadora binária ( $Z$ ), o que estamos fazendo é aplicar um modelo de regressão quando  $Z=0$  e depois para  $Z=1$  (ESAREY; SUMNER, 2018). Em uma interação tripla essa subamostragem é maior, podendo afetar o suposto do suporte comum (*common support*). Segundo Hainmueller, Mummolo e Xu (2019, p. 169), é preciso que haja uma quantidade suficiente de dados em todos os grupos para que seja possível estimar os efeitos marginais, embora não se defina que quantidade seja essa. Com relação aos dados utilizados neste capítulo, esse problema pode ocorrer uma vez que trabalho com uma interação tripla, ou seja, um nível mais complexo de subamostragem. Portanto, antes de aplicar os modelos, apresento os dados das figuras abaixo, a fim de assegurar que não viole o suposto do suporte comum. Os dados se comportam de forma bem distribuída entre as categorias de interesse deste estudo. Na primeira figura apresento as probabilidades de ocorrência para cada categoria e na segunda, apresento as quantidades absolutas de casos.

Figura 1 – Porcentagem de votos em Bolsonaro por sexo e cor



Fonte: Eseb, 2019

Figura 2 – Quantidade de votos em Bolsonaro por sexo e cor

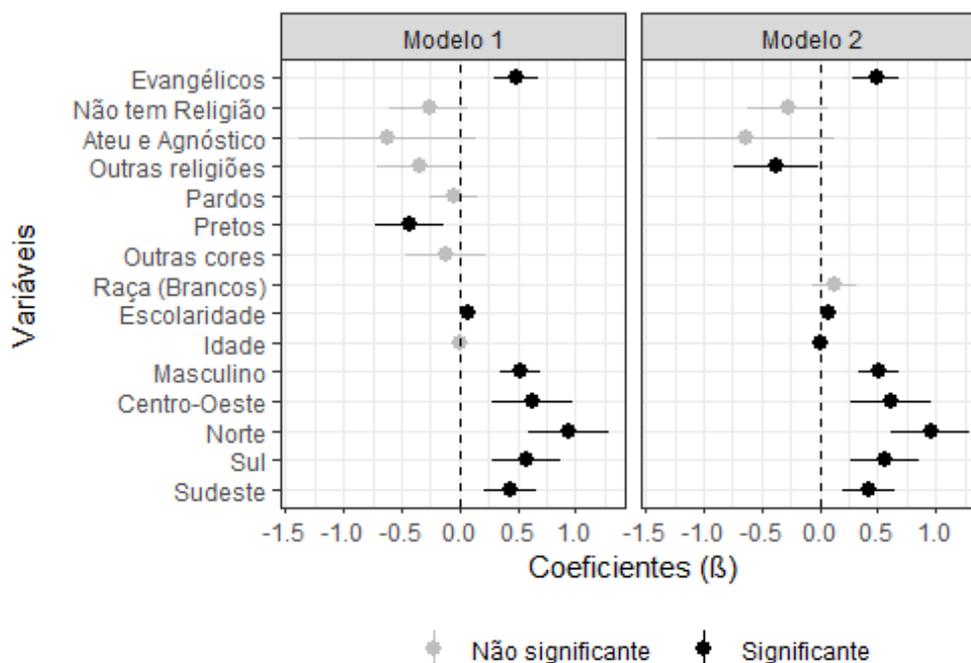


Fonte: Eseb, 2019

## 1.6 Resultados e discussão

Antes de apresentar os modelos com efeitos heterogêneos, analiso uma regressão logística binomial multivariada para entender como a identidade religiosa e suas moderadoras se relacionam, de forma independente, com o voto em Bolsonaro. Em anexo, apresento um modelo que considera o efeito da identidade evangélica desagregado por denominações. Os resultados mostram que as diferentes denominações (com exceção dos neopentecostais), em relação aos Católicos, têm maior chance de ter declarado voto em Bolsonaro. Tal resultado é um teste de validação para utilizarmos a identidade evangélica de forma agregada.

Figura 3 – Efeito de religião, cor e sexo sobre o voto em Bolsonaro (glm)



Fonte: Eseb, 2019

Os resultados da Figura 3 apontam para uma associação positiva e significativa entre evangélicos e voto em Bolsonaro. Também há uma associação positiva entre ser do sexo masculino e ter votado em Bolsonaro. Por outro lado, a variável de raça (binária) não apresentou resultados estatisticamente significantes, ao passo que, quando analisamos a variável cor, encontramos uma associação negativa e significativa entre se declarar preto e votar em Bolsonaro. Portanto, é possível concluir que os evangélicos, em relação aos católicos, têm mais chance de ter votado em Bolsonaro do que ter optado por qualquer outra alternativa eleitoral. Também, os homens, em relação as mulheres, têm mais chance de terem votado naquele candidato. Por outro lado, as pessoas que se autodeclararam como pretos, em relação aos brancos, têm menos chances de terem votado em Bolsonaro.

Para testar a robustez desse modelo binomial, opto por trazer um modelo multinomial (em anexo, figura 20) para comparar os resultados. Com isso consigo verificar se os resultados não são frutos de uma “dependência de modelo” (*model dependence*). No modelo multinomial, ser evangélico aumenta a probabilidade de votar em Bolsonaro em relação a Haddad e Ciro, que são os dois candidatos mais votados depois de Bolsonaro. Isso corrobora com o efeito encontrado com

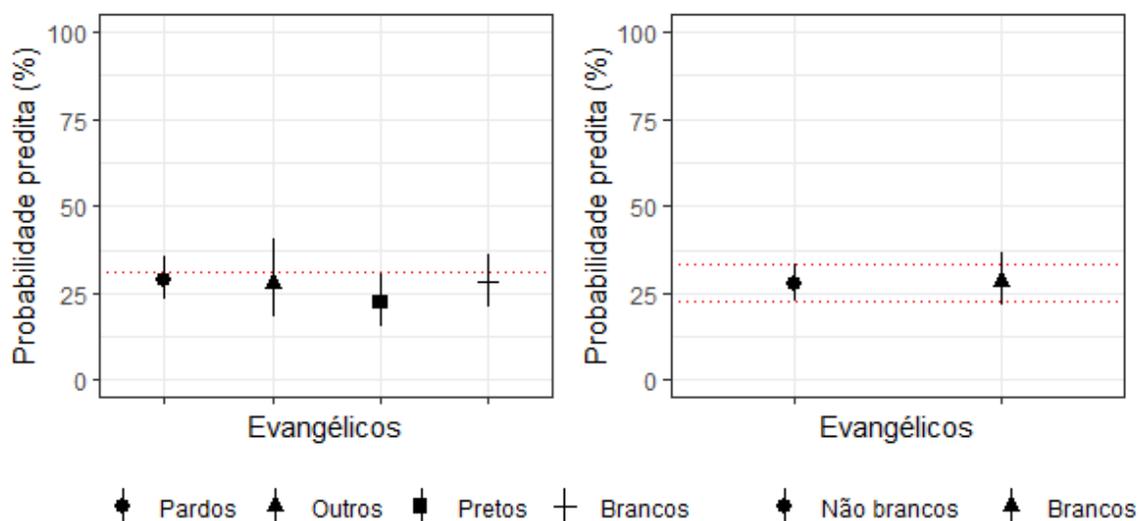
o modelo binomial. Por outro lado, se autodeclarar preto é um diferencial apenas entre as chances de votar em Haddad e Bolsonaro. Haddad (em relação a) possui maior probabilidade de votos entre os que se autodeclararam pretos. Por fim, corroborando com o modelo binomial, ser do sexo masculino possui uma probabilidade maior de votar em Bolsonaro do que em qualquer outra categoria.

Com relação as variáveis regionais, elas mantêm seus efeitos quando analisamos o voto em Haddad e Ciro. Haddad e Ciro são candidatos com maior probabilidade de voto na região Nordeste. Quando consideramos a relação entre Outros Candidatos e Bolsonaro, apenas as regiões Norte e Sudeste importam. A primeira está negativamente associada ao voto em Outros candidatos, enquanto a segunda está positivamente associada. Isso mostra como um candidato de terceira via, que não seja Ciro, tem mais espaço na região Sudeste. Outra variável que apresentou resultados distintos foi a escolaridade. Pessoas com maior escolaridade possuem menor probabilidade de votar em Haddad e em Outros candidatos do que em Bolsonaro e maior probabilidade de votar em Ciro do que em Bolsonaro. Porém, os coeficientes negativos e positivos da escolaridade são muito próximos de 0.

Passo agora a análise dos resultados do modelo com interação. Optei por apresentar as probabilidades preditas pela simplicidade interpretativa e por evitar equívocos analíticos que podem decorrer da leitura da tabela de regressão que apresenta os coeficientes da interação, como já destacado anteriormente na sessão metodológica do trabalho.

Os resultados da figura 4 não nos permitem afirmar que há um efeito heterogêneo de religião evangélica e cor/raça para o voto em Bolsonaro. A probabilidade de votar em Bolsonaro entre evangélicos (e evangélicas) brancos e não brancos não são estatisticamente distintas. Por meio desse resultado seria possível confirmar a hipótese de que o efeito da identidade evangélica sobre o voto em Bolsonaro é forte o suficiente para não ser afetada por outra variável (raça ou cor) que está mais associada ao voto em Haddad.

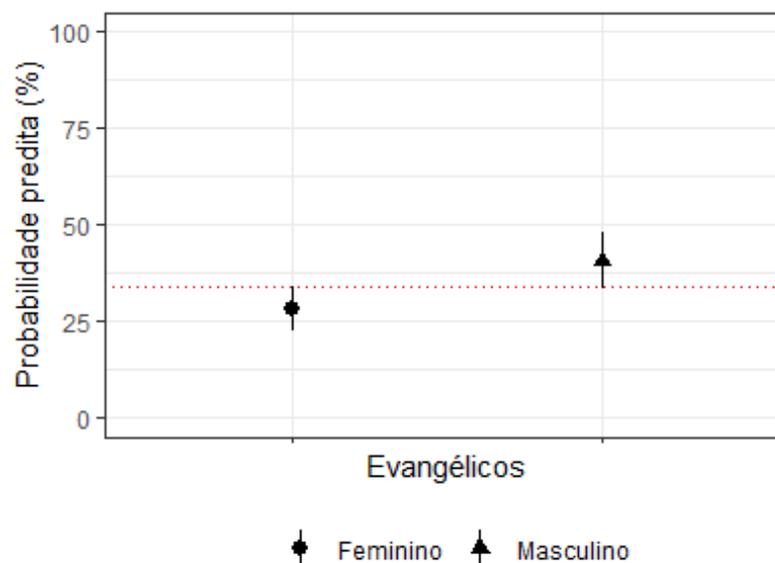
Figura 4 – Probabilidades previstas de votar em Bolsonaro por religião e raça e religião e cor



Fonte: Eseb, 2019

Diferentemente dos resultados encontrados para a relação entre identidade evangélica e raça ou cor, o resultado da Figura 5 nos permite afirmar que há um efeito heterogêneo de religião evangélica e sexo para o voto em Bolsonaro. Evangélicas possuem uma probabilidade prevista de votar em Bolsonaro menor do que os evangélicos. Esse achado corrobora com trabalhos que destacam que ser evangélico não significa pertencer a um grupo totalmente fechado, com capacidade de produzir consenso político, mas que também sofre pressões cruzadas vindas de outras fontes identitárias. Portanto, é possível pensar que, em uma eleição marcada por debates que discutiam o caráter misógino de Bolsonaro, mensagens políticas dessa natureza podem ter chegado a grupos de mulheres evangélicas, afetando negativamente o voto neste candidato. Estudos revelam que mulheres, em relação aos homens, são menos conservadoras em questões como aborto, igualdade de gênero, entre outras. Em seu livro, Nicolau (2020) estabelece o elo entre evangélicos e Bolsonaro por meio do conservadorismo. Os resultados aqui encontrados colocam essa conexão em suspeição quando nos referimos as mulheres evangélicas.

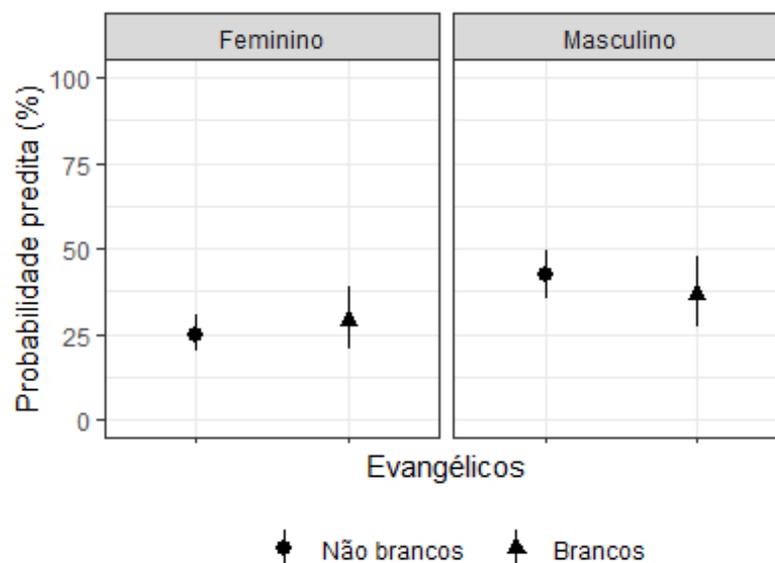
Figura 5 – Probabilidades previstas de votar em Bolsonaro por religião e sexo



**Fonte:** Eseb, 2019

Considerando agora a intersecção entre identidade religiosa, sexo e cor (e outro modelo com raça), os dados revelam nuances distintas sobre a probabilidade de votar em Bolsonaro. O modelo que tem como condicionante do voto evangélico o sexo e a raça (brancos e não brancos), apresenta uma diferença estatisticamente significativa quando se compara as evangélicas não brancas com os evangélicos não brancos e brancos e quando se compara as evangélicas brancas com os evangélicos não brancos. Tal resultado merece destaque uma vez que, quando ponderamos o efeito da religião pela raça, não foram encontrados resultados estatisticamente significantes. Por outro lado, ao adicionar mais uma camada (sexo), é possível encontrar outras nuances do efeito da religião sobre o voto em Bolsonaro. Tal tipo de resultado se aproxima daqueles encontrados por Ansolabehere e Hersh (2011), que demonstraram como o efeito condicionado por outras variáveis podem modificar o efeito da variável analisada de forma isolada. Dessa forma, deve-se concluir que, o efeito condicionado da raça (brancos e não brancos) depende da condição de sexo (masculino e feminino) dos eleitores evangélicos.

Figura 6 – Probabilidades previstas de votar em Bolsonaro por religião, sexo e raça

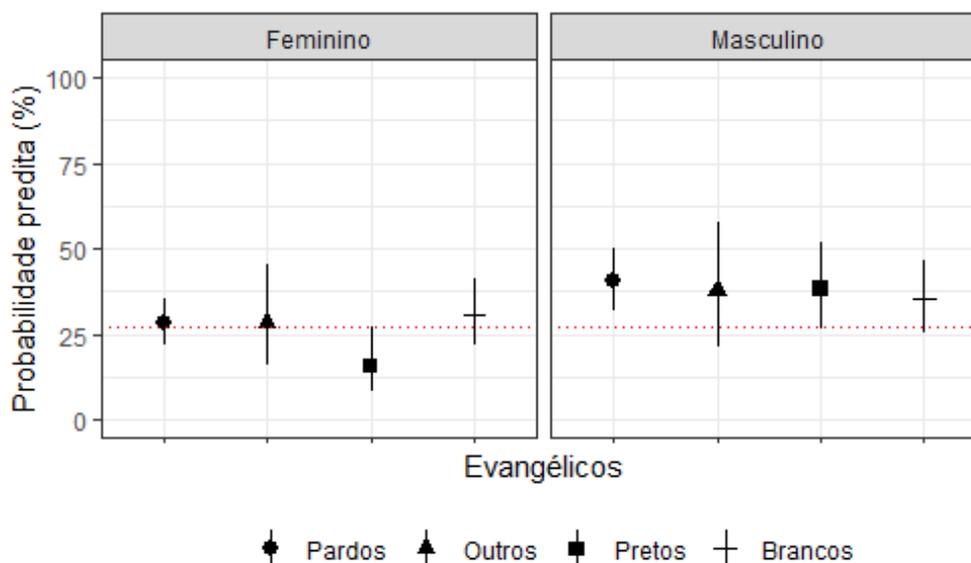


**Fonte:** Eseb, 2019

Os resultados acima nos permitem afirmar que há efeitos heterogêneos da combinação entre religião evangélica, raça e sexo para o voto em Bolsonaro, porém, esse efeito é muito específico. As evangélicas não brancas possuem uma probabilidade prevista de votar em Bolsonaro menor apenas do que os evangélicos não brancos. Por outro lado, não há uma diferença entre uma evangélica não branca e um evangélico branco. Porém, quando substituímos a variável de raça pela de cor, encontramos outro resultado.

Desagregando a variável de raça em cores, os resultados da figura 7 nos permitem afirmar que há efeitos heterogêneos da combinação entre religião evangélica, cor e sexo para o voto em Bolsonaro. As evangélicas que se autodeclaram pretas possuem a menor probabilidade de votar em Bolsonaro quando comparamos com os evangélicos pardos, pretos e brancos. Também há uma diferença entre as probabilidades previstas das evangélicas pardas e dos evangélicos pardos, sendo elas as que apresentam menor probabilidade prevista de votar em Bolsonaro. Entre as pessoas do sexo feminino, não há diferença de probabilidade prevista de voto em Bolsonaro quando consideramos as variações de cor. O mesmo pode ser dito para o grupo do sexo masculino. A diferença reside apenas quando comparamos as diferenças cruzadas de sexo e cor para a religião evangélica.

Figura 7 – Probabilidades previstas de votar em Bolsonaro por religião, sexo e cor



Fonte: Eseb, 2019

Em suma, pode-se dizer que os resultados encontrados contrariam nossa hipótese de que a identidade evangélica não apresentaria heterogeneidade em seu efeito sobre o voto em Bolsonaro quando se considera características sociais como sexo, cor e raça. Isso nos leva a questionar a tese da identidade “fechada” dos evangélicos. Além disso, é importante ressaltar que esses efeitos foram encontrados utilizando variáveis econômicas como controles estatísticos. Ao fazer isso, asseguramos que o efeito dessas características que estão associadas a elementos identitários, possuem algum efeito negativo sobre o voto em Bolsonaro cuja chave explicativa não é a condição econômica dos eleitores.

Portanto, os achados desse trabalho revelam uma dimensão interessante sobre o comportamento eleitoral de evangélicos e evangélicas, destacando a importância de se considerar as “pressões cruzadas” que identidades sociais distintas e extra religiosas podem apresentar sobre o comportamento eleitoral no Brasil. Dessa forma, concluo que a identidade evangélica não é hegemônica na produção de homogeneidade eleitoral. Esse estudo abre espaço para novas pesquisas que considerem esses efeitos heterogêneos para analisar variáveis como atitudes políticas, valores e ideologia entre os/as evangélicos/as.

## 1.7 Conclusão

As eleições de 2018 no Brasil representaram a vitória do primeiro candidato de extrema direita, saudoso da Ditadura civil-militar no Brasil. Nesse contexto, marcado por uma “guerra cultural” (SMITH, 2019), apologia do cristianismo, escândalos de corrupção, sentimento antipartidários (especialmente direcionados ao PT), polarização afetiva e ideológica, crise econômica, baixa confiança nas instituições e partidos políticos, a religião evangélica surge como um dos fatores que competem pela explicação do voto em Bolsonaro, algo que não esteve presente em eleições anteriores.

Nesse contexto, variáveis como cor, sexo e religião surgiram como fatores explicativos, levantando o debate sobre possíveis novas clivagens eleitorais. Contribuindo com esse debate, esse estudo lançou luz sobre diferentes padrões de comportamento eleitoral dentro da própria identidade evangélica, mostrando a complexidade eleitoral subjacente desse grupo social.

Bolsonaro foi o candidato que mais teceu laços com líderes religiosos católicos e evangélicos. Jogando de forma evasiva com seu próprio pertencimento religioso, o candidato se colocou como o defensor dos “autênticos” interesses dos cristãos. Porém, essa aproximação das lideranças religiosas não pode ser interpretada como uma adesão automática dos fiéis à sua candidatura. Os resultados encontrados nesse trabalho revelam que a identidade evangélica não passa por cima de outras identidades dos eleitores.

Por fim, é importante ressaltar que as variáveis utilizadas como condicionantes do efeito da identidade evangélica nos permitem afirmar apenas indiretamente que questões de identidade de gênero e cor/raça importam para o voto desse grupo. Não é porque uma evangélica se considera uma mulher ou preta, parda ou não branca que essas características se traduziram em comportamento político ou consciência política. Porém, busquei controlar por outras variáveis que poderiam ser chaves explicativas para esse fenômeno. Dado a permanência do efeito, o argumento de que essas características produziram efeitos sobre o voto por meio de uma chave identitária sai fortalecido.

Nos próximos capítulos, aprofundarei a análise para tentar descobrir os mecanismos por trás desse vínculo entre evangélicos e Bolsonaro. Para isso, examino o papel desempenhado pelos

valores conservadores e pelas mensagens políticas das lideranças evangélicas no processo de escolha eleitoral desse grupo.

## 2 O EFEITO DO CONSERVADORISMO SOBRE O VOTO

### Resumo

Neste capítulo, aprofundo em um dos caminhos por meio dos quais os evangélicos optaram por Bolsonaro em 2018. Para isso, examino os valores morais que esse grupo possui e seu efeito sobre o voto. Diferente dos demais trabalhos, que buscam compreender se ser evangélico importa para o voto (BOHN, 2007; BOHN, 2014; NICOLAU, 2014; ALMEIDA; GUARNIERI, 2020; AMARAL, 2020; RENNÓ, 2020), a questão central deste capítulo é: parte do voto evangélico em Bolsonaro é explicada pelos valores (crenças ou atitudes) desse grupo religioso? A hipótese a ser testada é que tais valores e crenças importam, mas não respondem pela totalidade do efeito. Por meio de regressões logísticas e multinomiais, argumento que precisamos ter cautela sobre a afirmação de que os evangélicos votaram em Bolsonaro por causa dos valores conservadores. Primeiro porque os evangélicos não são mais conservadores que os Católicos em relação à questão do aborto. Porém, existe uma diferença entre esses grupos quando observo a questão da rejeição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo. Segundo porque modelos distintos levam a resultados distintos, não garantindo a robustez do efeito do conservadorismo sobre voto. Esse achado contribui com a literatura no sentido de provocar maior ceticismo sobre a explicação da “afinidade conservadora” entre Bolsonaro e evangélicos.

## 2.1 Introdução

Durante a campanha eleitoral de 2018, Bolsonaro assumiu ser católico, mesmo tendo sido batizado no rio Jordão pelo pastor e político Everaldo em 2016.<sup>16</sup> Sua aproximação com o campo religioso evangélico se deu tanto por intermédio das lideranças religiosas (de forma indireta) – algo que também ocorreu em outros pleitos com candidatos do PT e PSDB – quanto por meio do seu discurso ultra conservador (de forma direta). Ainda, sua esposa, Michelle Bolsonaro, pertence a esse segmento religioso (Igreja Batista), assim como alguns de seus filhos, Eduardo e Carlos Bolsonaro, que também estão na vida política, como deputado e senador, respectivamente.

Embora não seja possível considerá-lo um “membro do grupo” (*insider*), o candidato defendeu veementemente pautas políticas que são de interesse desse segmento religioso, tais como a criminalização do aborto, o ensino religioso nas escolas, a rejeição do casamento civil para pessoas do mesmo sexo, a rejeição da então chamada “ideologia de gênero” e políticas públicas a ela associadas, como o ensino de educação sexual nas escolas. Segundo Layman (2001, p. 251), “quanto mais as elites partidárias e os ativistas estão polarizadas em torno de temas religiosos e culturais, maior deve ser o impacto do tradicionalismo religioso sobre o comportamento político”.

Neste capítulo, aprofundo em um dos caminhos por meio dos quais os evangélicos optaram por Bolsonaro em 2018. Para isso, examino os valores morais que esse grupo possui e seu efeito sobre o voto. Diferente dos demais trabalhos, que buscam compreender se ser evangélico importa para o voto (BOHN, 2007; BOHN, 2014; NICOLAU, 2014; ALMEIDA; GUARNIERI, 2020; AMARAL, 2020; RENNÓ, 2020), a questão central deste capítulo é: parte do voto evangélico em Bolsonaro é explicada pelos valores (crenças ou atitudes) desse grupo religioso? A hipótese a ser testada é que tais valores e crenças importam, mas não respondem pela totalidade do efeito.

Portanto, tento diferenciar, mas sem contrapor, a parte do voto evangélico que é explicada pelo próprio fato de ser evangélico (*belonging*) da que é explicada pelos valores, crenças ou atitudes (*beliefs*). Para alcançar esse objetivo, o capítulo segue a seguinte estrutura: apresentação da questão

---

<sup>16</sup> Pastor Everaldo é um líder religioso e ex-senador pelo Partido Social Cristão (PSC). Em 2014, foi candidato a presidência da República. Sua campanha foi marcada por discursos que enfatizavam elementos religiosos, conservadorismo de costumes e liberalismo econômico.

de pesquisa e das hipóteses teoricamente fundamentadas, descrição dos dados, metodologia e modelos de análise, resultados, discussão e a conclusão.

Por meio de regressões logísticas e multinomiais, argumento que precisamos ter cautela sobre a afirmação de que os evangélicos votaram em Bolsonaro por causa dos valores conservadores. Primeiro porque os evangélicos não são mais conservadores que os Católicos em relação à questão do aborto. Porém, existe uma diferença entre esses grupos quando observo a questão da rejeição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo. Segundo porque modelos distintos levam a resultados distintos, não garantindo a robustez do efeito sobre conservadorismo sobre voto. Esse achado contribui com a literatura no sentido de provocar maior ceticismo sobre a explicação da “afinidade conservadora” entre Bolsonaro e evangélicos.

## 2.2 Debate teórico: religião crenças e voto

O debate sobre clivagens religiosas nas democracias diz tanto sobre o alinhamento em torno das identidades (*belonging*) quanto de crenças e valores (*beliefs*). Há grupos que votam em um candidato porque ele é um *insider* (membro de um mesmo grupo) ou deixam de votar em outros por ele ser um *outsider* (membro de uma religião que não a do eleitor). Porém, essa é apenas uma parte da narrativa. Identidades religiosas estão associadas a valores religiosos e morais, que se formam no decorrer da vida em comunidade.

Pessoas podem se tornar (mais ou menos) conservadoras (ou progressistas) a partir do momento em que passam a pertencer a novos grupos religiosos. No Brasil, uma parcela dos evangélicos é composta de “convertidos”, ou seja, que passaram a se identificar como evangélicos, mas antes pertenciam à outras religiões. Como esse segmento religioso é reconhecido como sendo mais conservador e ativo nas disputas da esfera pública (MARIANO; GERARDI, 2019; SILVA, 2019; NICOLAU, 2020), espera-se que esse processo de conversão também afete seus valores e atitudes, no sentido de torna-los mais conservadores. Por outro lado, Almeida e Guarnieri (2020) problematizam essa relação entre evangélicos e conservadorismo, destacando a complexidade de se mensurar uma variável multidimensional como o conservadorismo.

Outro problema relacionado à conversão religiosa e o fato das pessoas se tornarem mais conservadoras é um possível problema de endogeneidade. Nem sempre é possível saber se as pessoas se tornaram mais conservadoras porque passaram a pertencer a algum grupo religioso

evangélico ou se decidiram migrar para alguma denominação evangélica exatamente porque já eram mais conservadoras, logo, se identificam mais com essa nova identidade religiosa.

Dessa forma, devemos nos questionar se o voto religioso em algum candidato ocorre por meio da identidade ou dos valores. Para responder essa questão, não será preciso resolver o problema de endogeneidade. O objetivo deste capítulo é examinar em que medida os valores conservadores desse grupo serviu para potencializar o voto evangélico em Bolsonaro. Portanto, estou interessado em descobrir se, entre os evangélicos, eleitores mais ou menos conservadores tem chances distintas de ter votado no então candidato.

Nesse capítulo, aprofundo no estudo sobre a relação entre a identidade evangélica, compreendida em sua dimensão do pertencimento (*belonging*), e a dimensão dos valores morais dos fiéis (*beliefs*). Para além da abordagem que analisa essas variáveis em modelos não aninhados, proponho uma compreensão em que os valores representam um caminho por meio dos quais podemos compreender melhor o voto evangélico em Bolsonaro. Portanto, não se trata de compreender o voto evangélico mantendo tudo o mais constante, ou seja, independente das demais variáveis que representam crenças e valores.

Corroborando com esse debate, alguns estudos sobre as eleições estadunidenses mostram que o voto do grupo conhecido como *white evangelicals* está historicamente alinhado ao partido Republicano, ao passo que outros grupos, como *black evangelicals* e os judeus, ao partido Democrata (LAYMAN, 1997; WILCOX; SIGELMAN, 2001; DECANIO, 2007; ABRAMOWITZ; SAUNDERS, 2008). Essa diferença entre evangélicos brancos e pretos revela uma outra camada do impacto da religião sobre o voto. Ao passo que os evangélicos pretos estão mais comprometidos com pautas progressistas, como defesa dos direitos humanos e luta antirracista, tendo Martin Luther King como uma de suas referências históricas, os evangélicos brancos possuem inclinações mais conservadoras.

Segundo Putnam, Campbell e Garrett (2012), as eleições de 2014 mostraram como valores podem reduzir a importância da variável de pertencimento religioso na hora de votar. Na época, o candidato democrata John (Forbes) Kerry, que era católico, discordava publicamente da sua igreja com relação ao aborto. Essa discordância dividiu o eleitorado católico. Muitos destes eleitores, principalmente aqueles que frequentemente iam às missas, optaram por votar em Bush, um

candidato Republicano e protestante. Bush se apresentou como um candidato conservador, se posicionando contra o aborto. Essa diferença entre posicionamento dos candidatos em relação a um tema social foi forte o suficiente para fazer os católicos não votarem em um candidato *insider*.

Para o caso brasileiro, essa distinção entre grupos religiosos progressistas e conservadores não ocorre entre as identidades evangélicas. Não há uma denominação específica que esteja mais associada a posições progressistas no campo dos valores, embora alguns trabalhos (ALMEIDA, 2017; ALENCAR, 2020; CUNHA, 2021) tenham destacado uma ala progressista entre os evangélicos. A figura do pastor Henrique Vieira, líder religioso da Igreja Batista do Caminho, e alguns outros movimentos, como a Frente Evangélica pelo Estado de Direito, que surge em 2016, no contexto de impedimento da presidenta Dilma (PT), representam esse setor minoritário. Interessante notar que a Igreja Batista, ao mesmo tempo que possui um grupo progressista, também apresenta uma ala de apoio à Bolsonaro, como a Igreja Batista Atitude, a qual faz parte Michelle Bolsonaro.

No Brasil, tanto Bohn (2014) quanto Rennó e Ames (2014) argumentam que questões de conteúdo moral, como aborto e a união civil homossexual, são elementos chaves para mobilização de eleitores religiosos. Para Rennó e Ames (2014, p. 12) a importância de temas como aborto durante a campanha pode ter ativado o efeito da religião sobre o voto. Interessante observar que, para Rennó e Ames, é o aborto que ativa a importância da religião e não o contrário. Ainda, ao propor esse entendimento, os autores assumem que apenas essa variável, associada a um valor (*belief*), é responsável por mobilizar um eleitorado religioso, indo na contramão da complexidade do fenômeno, exposta por Almeida (2017). Dada a diversidade do campo evangélico e a própria multidimensionalidade do conservadorismo, é preciso pensar que diferentes denominações evangélicas podem ser mobilizadas por meio de diferentes valores.

Diferentemente de Rennó e Ames (2014), considero que a dimensão das crenças, valores ou atitudes (*beliefs*) representa apenas uma parte constitutiva dos motivos por meio dos quais grupos religiosos, em especial os evangélicos, optam por determinados candidatos em eleições presidenciais. Outra parte pode ser explicada pelas mensagens das lideranças religiosas, pela persuasão horizontal, que ocorre entre membros da mesma Igreja e pela própria campanha do candidato.

### 2.2.1 Valores (*beliefs*) como “pistas” eleitorais

Segundo Layman (1997), os estudos sobre voto e religião nos Estados Unidos perpassam o debate sobre quais tipos de valores estão mais associadas às escolhas dos eleitores. Entre elas, o autor enfatiza as doutrinas religiosas, os sentimentos com relação a religião e valores associados à religião. A primeira diz sobre a compreensão do texto sagrado (teologia). A segunda, sobre o comprometimento com a religião e a importância dela para a vida dos fiéis (entre outras medidas). Por fim, a terceira, diz sobre variáveis que retratam a tradição cultural e moral (relacionada aos costumes) das sociedades. Neste capítulo opto por analisar a última, como será apresentado posteriormente.

Com relação ao primeiro ponto, uma vez que religiões distintas possuem doutrinas distintas, a mobilização dessa como recurso informacional para escolha de representantes pode gerar clivagens políticas. Diferentes doutrinas também podem existir dentro de um mesmo grupo religioso, como é o caso da diferença entre protestantes histórico e (neo) pentecostais no Brasil, assim como é a diferença entre os católicos ligados à teologia da libertação e àqueles vinculados à Canção Nova. Importante destacar que as lideranças religiosas e os membros das igrejas possuem papel central na conversão das doutrinas religiosas em voto, tendo os cultos como espaços propícios para essas atividades (LAYMAN, 1997). Raymond (2018) destaca que alguns pesquisadores investigam a relação entre crenças sobre a vida após a morte ou sobre passagens bíblicas e as escolhas eleitorais. Um exemplo de voto orientado por doutrina religiosa é o caso da eleição do ex-presidente do Paraguai, Fernando Lugo. Segundo Bohn (2014, p. 158), o candidato pelo Partido Democrata Cristão soube articular a doutrina da Teologia da Libertação durante sua campanha, mobilizando o público que compartilhava essa teologia. Outros estudos apontam que há uma associação positiva entre ortodoxia religiosa e tradicionalismo moral (DE KOSTER; VAN DER WAAL, 2007), o que dá base para pesquisas que utilizam ou uma (teologia) ou outra (costumes) como uma medida de conservadorismo.

Atinente ao segundo ponto, quanto mais importante é a religião para a vida de um eleitor, mais chance ele tem de recorrer à doutrina e às lideranças religiosas na hora de fazer suas escolhas eleitorais. Dito de outra forma, o efeito das doutrinas e da moral religiosa pode ocorrer apenas (ou ser mais forte) para os eleitores mais comprometidos com a religião e sua comunidade religiosa. Ainda, candidatos publicamente comprometidos com suas religiões podem atrair eleitores com o

mesmo perfil, mas, ao mesmo tempo, pode gerar rejeição de membros de outras religiões (BOAS, 2014). Essa leitura ajuda a compreender porque, a cada período eleitoral, é comum observar candidatos procurando lideranças religiosas e divulgando sua imagem como alguém religioso. Para um país como o Brasil, em que a religiosidade é algo marcante na formação das identidades, a ausência desse comprometimento pode ser levada em conta pelos eleitores.<sup>17</sup>

Por fim, a religião está intimamente associada com a forma como as pessoas enxergam o mundo e às regras impostas aos comportamentos, atitudes e escolhas dos indivíduos. Portanto, pessoas mais religiosas possuem maior chance de apresentarem valores tradicionais com relação a sexualidade, matrimônio e autoridade do que as pessoas seculares (NORRIS; INGLEHART, 2011, 2019; INGLEHART, 2015; STORM, 2016; INGLEHART, 2020). Adicionando uma camada de complexidade a essa relação entre religião e moralidade, Storm (2016, p. 116) identifica estudos que demonstram que essa relação ocorre em países com altos níveis de religiosidade. Portanto, nesses estudos, o fator contextual é um moderador dessa relação.

Layman (2001, p. 264), investigando a relação entre religião, ideologia e partidarismo nos Estados Unidos, encontra que o elo entre a ortodoxia religiosa e o conservadorismo ideológico ou o partido Republicano é mediado principalmente pelos valores tradicionalistas e não pelas atitudes com relação ao estado de bem-estar social (*welfare state*). Indo na contramão de uma abordagem estritamente econômica do voto, a obra de Layman (2001) revela algo mais abrangente do que Abramowitz (1995) havia defendido antes. Abramowitz (1995) apontava para a centralidade do aborto como fator chave para compreender o voto (“É o aborto, estúpido”).<sup>18</sup> Tal evidência, com base na análise dos padrões de crenças e comportamentos religiosos dos eleitores, é utilizada por Layman (2001) para argumentar como conflitos culturais mais amplos são centrais para entender o comportamento político no nível das elites e da opinião pública.

Estes conflitos culturais mais amplos, identificados por Layman (2001), também podem ser encontrados no caso brasileiro. Para além de uma única variável associada ao conservadorismo, tal

---

<sup>17</sup> A ida de lideranças políticas de diversos partidos, como PT e PSDB, na inauguração do Templo de Salomão, principal monumento religioso da Igreja Universal do Reino de Deus, é um exemplo desse tipo de “estratégia” política.

<sup>18</sup> It’s the Abortion, Stupid (É o aborto, estúpido) é o título da obra de Alan Abramowitz (1995), que aponta para a importância do tradicionalismo moral para o voto nas eleições de 1992 nos Estados Unidos.

qual o aborto, alguns autores vêm chamando atenção para outros elementos, como ameaça à própria religião, à família, às crianças e à nação. Porém, isso pode variar de eleição para eleição. Em alguns anos eleitorais, questões mais ou menos abrangentes, envolvendo a dimensão dos costumes, ganham destaque no debate eleitoral.

Antes mesmo de Bolsonaro surgir como principal candidato em 2018, desde 1989 é possível observar disputas no campo político relacionados a moralidade.<sup>19</sup> Mariano e Pierucci (1992), analisando as eleições de 1989 no Brasil, que teve Fernando Collor eleito presidente da República, apontam para o papel que valores religiosos e morais tiveram durante a campanha. Na época, Lula era o candidato pelo PT, sendo apresentado como uma ameaça aos valores tradicionais brasileiros e contra a religião. Nas eleições de 2010, (BOHN, 2014, p. 174) destaca que “algumas candidaturas sistematicamente buscaram trazer para o debate público o tema de grande saliência religiosa, como a questão do aborto”. Peixoto e Rennó (2011) destacam a questão do aborto na reta final do primeiro turno nas eleições de 2010, embora os autores não tenham conseguido testar se essa variável teve efeito sobre o voto, por causa da ausência de uma pergunta relacionada a essa questão no banco de dados utilizado. Como *proxy*, os autores utilizaram a identidade religiosa evangélica. Ao optar por essa estratégia, os autores presumem que boa parte do efeito de ser evangélico sobre o voto contrário a Dilma Rousseff (PT) se daria por meio dessa questão política. Segundo Smith (2019, p. 3), “gênero” e “sexualidade” se tornaram, talvez, o principal motivo de conflito na democracia brasileira, evocando a ideia de uma “guerra cultural”.

Dois casos retratam muito bem a relevância dessas questões no Brasil. O primeiro diz respeito aos protestos e a violência praticada contra Judith Butler, no Brasil (CYFER, 2018; MISKOLCI, 2018A; MISKOLCI; PEREIRA, 2018; NEVES, 2018). Butler é vista, por ativistas religiosos conservadores, como a personificação da “ideologia de gênero”, percebida como uma ameaça aos valores tradicionais e associada à práticas de pedofilia (MISKOLCI; PEREIRA, 2018). O segundo evento diz respeito ao caso da criança que precisou passar por um aborto legal, após ser sexualmente violentada por um familiar. Neste caso, a então ministra da Mulher, Família e Direitos

---

<sup>19</sup> Por moralidade, seguimos a definição de Ingrid Storm (2015, p. 113), que a define como uma orientação padrão normativa para regular comportamentos apropriados e não apropriados, além de definir o que é bem e mal (bom e mau), certo e errado, valioso e não valioso tanto para grupos quanto para indivíduos.

Humanos do Brasil, Damares Alves, foi citada como uma das incentivadoras da mobilização que tentou invadir o hospital para impedir o procedimento.

Apesar da saliência dessas questões, para que crenças religiosas e valores morais afetem a decisão dos eleitores, é preciso que um candidato se posicione publicamente e repetidamente como alguém que irá defender essa agenda de valores conservadores. Com relação ao primeiro item (crenças religiosas), Tamaki, Mendonça e Ferreira (2021) demonstram como Bolsonaro naturalizou o uso de símbolos religiosos tanto durante sua campanha quanto no primeiro ano de governo. Essa estratégia permitiu com que o candidato fornecesse “pistas”, para os eleitores evangélicos, de que ele era um candidato que defendia os mesmos valores que o grupo, principalmente, suas lideranças religiosas. Pedidos de orações e jejum pelo Brasil em suas transmissões ao vivo pelo seu canal no site *YouTube* demonstram como o atual presidente misturava as fronteiras entre a religião e a política. Em 2017, quando esteve na Paraíba (PB), discursou dizendo que “nós somos um país cristão” e “o Estado é cristão” (TAMAKI; MENDONÇA; FERREIRA, 2021, P. 87).

Estudos sobre a relação entre religião e voto exploram pouco essa dimensão das crenças e valores estritamente religiosos (RAYMOND, 2018). Como alternativa, alguns trabalhos destacam que é comum na literatura usar variáveis comportamentais, como frequência nos cultos, como uma *proxy* de intensidade das crenças religiosas, apesar dos problemas associados a essa estratégia (LAYMAN, 2001; AARTS *et al.*, 2008; STORM, 2016). Para esses autores, a frequência com que os fiéis comparecem nos cultos indicaria o quão importante a religião é para a vida deles, ou o grau em que acreditam na doutrina religiosa. Essa perspectiva é trabalhada por autores da teoria da secularização, que associam a redução nas taxas de comparecimento aos cultos com a perda de importância da religião e de seus valores na sociedade. Segundo Aarts e colaboradores (2008, p. 26), nem sempre essas dimensões seguem a mesma direção, havendo casos classificados pelos autores como *believing without belonging* (acreditar sem pertencer).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Tradução livre. Ainda, segundo os autores, também é possível observar casos em que a tendência de pertencimento a algum grupo religioso permanece constante enquanto a tendência de acreditar na teologia diminui. O caso do catolicismo no Brasil pode ser um exemplo para esse fenômeno, uma vez que há muitas pessoas que se dizem católicas, mas não participam das atividades da Igreja e não possuem um sistema de crenças orientado pela religião.

Porém, Aarts e colaboradores analisam apenas o contexto Europeu e da América do Norte, que possui um campo religioso diferente do da América Latina e especialmente do Brasil. Esse fenômeno de acreditar sem pertencer seria mais comum entre os católicos do que entre os evangélicos no caso brasileiro. Ser católico no Brasil nem sempre está associado ao compromisso religioso com as crenças e comportamentos vinculados a essa identidade. Por uma questão histórica, ser católico no Brasil, para alguns, é mais uma questão de tradição do que de identidade. Por outro lado, ser evangélico está muito mais relacionado a manter crenças religiosas e comparecer com mais frequência aos cultos (ROSAS; MUNIZ, 2014). Mesmo assim, no Brasil há o fenômeno dos evangélicos “desigrejados”. Segundo o IBGE (2010), o percentual de evangélicos que não estão associados à nenhuma Igreja, mas que continuam se considerando cristãos, chega a aproximadamente 20% desse grupo religioso.

Em países em que partidos possuem vínculos religiosos bem definidos, como na Alemanha e no Chile, tais valores ou crenças funcionam como atalhos eleitorais. Por outro lado, em países como o Brasil, onde a religião não influenciou a estruturação do sistema partidário e cuja rubrica personalista é forte, Ferreira e Fuks (2021), Rodrigues e Fuks (2015) e Bohn (2014) chamam atenção para o papel que as lideranças religiosas e políticas têm em fornecer essas pistas eleitorais para seu público.

### **2.2.2 Valores (*beliefs*) como componentes ideológicos**

Outra forma de compreender o papel dos valores sobre o voto para presidente, no Brasil, é analisando-os como componentes ideológicos. Na contramão dos estudos nacionais que examinam a ideologia em uma escala de autopoicionamento, Silva (2017) destaca que essa medida não dá conta da complexidade do fenômeno da ideologia. Por exemplo: eleitores que se consideram de direita podem ser conservadores em alguns tópicos, mas progressistas em outros. Essa questão já havia sido identificada no clássico *Political Man*, de Lipset e Man (1960). Ao estudar a relação entre a classe mais pobre e a democracia, o autor (1960, p. 101–102) destacava que, em relação a questões econômicas essa classe apoiava o estado de bem-estar social, taxaço progressiva, maiores salários, etc. Por outro lado, quando perguntados sobre questões não econômicas, como apoio as liberdades civis e “internacionalismo”, os mais pobres apresentavam um perfil mais intolerante.

Almeida (2017) chama atenção para essa multidimensionalidade ao analisar o que vem sendo classificado como “onda conservadora” no Brasil. Para o autor, embora aos evangélicos seja atribuído o protagonismo nessa “onda”, outros grupos religiosos também a constituem. Além disso, esse conservadorismo é de viés moral, sendo mais comum as atitudes progressistas em relação ao estado de bem-estar social.

Desse modo, tratei aqui os evangélicos não sendo causa e nem resultante, mas como estão articulados ao processo social mais geral. Assim como nem todos os evangélicos são conservadores, a pauta conservadora vai além da pauta dos evangélicos conservadores. Dela participam também católicos, outras religiões e não religiosos. O que se configura como a chamada “onda” é, portanto, um emaranhado de vários jogadores em diferentes tabuleiros. Daí pensá-la quebrada em linhas de força que resultam dos processos sociais, e que por sua definição são desiguais, assimétricos e com temporalidades distintas (ALMEIDA, 2017, s.p.).

Diante dessa diferença, em vez de usar a medida simbólica de ideologia, por meio da variável de auto localização, é recomendada uma abordagem operacional, em que se destaca tópicos distintos (*issues*). Tais tópicos dizem respeito ao posicionamento dos eleitores em relação a temas de esferas econômicas, políticas, sociais e culturais.

Segundo Jost et al. (2018, p. 342), o tradicionalismo compõe uma das dimensões utilizadas por pesquisadores para analisar a ideologia conservadora. Dado que essa ideologia não pode ser observada de forma direta, por meio da mensuração de apenas uma variável, sua análise decorre do processo de junção de variáveis associadas a diferentes dimensões políticas, sociais, culturais e econômicas. É sobre essa subdimensão do conservadorismo que esse capítulo se ocupa. Trata-se, portanto, de verificar se o tradicionalismo (parte da ideologia conservadora), foi um fator chave para que os evangélicos tivessem optado por Bolsonaro. Para este capítulo, trato esse tradicionalismo como um conservadorismo moral. Na seção de dados, apresento como lido com a necessidade de se trabalhar com uma variável latente de conservadorismo.

Por conservadorismo, compreende-se aquilo que Teitelbaum (2020) define como atributos de pessoas que preferem fazer as coisas à moda antiga, se aproximando de uma definição mais simples do fenômeno. Por outro lado, existe o tradicionalismo que é objeto de estudo desse autor, que diz sobre algo mais abrangente e “bizarro” (sic), que não se esgota na definição anterior. Esse tradicionalismo mais abrangente, de que se ocupa Teitelbaum, é um fenômeno associado, entre outros aspectos, a rejeição da modernidade, e esteve muito presente na campanha para a presidência

de Donald Trump, em 2016, nos Estados Unidos, a quem teve Steve Bannon seu mentor. Bannon também foi figura presente nas eleições de 2018 no Brasil, pois manteve relação com Eduardo Bolsonaro, filho do então candidato à presidência.

Em sua campanha, Jair Bolsonaro fez uso, repetidamente, de vocábulos religiosos e colocou a agenda moral acima de pautas econômicas. O auge desse momento foi durante sua participação no programa Jornal Nacional, da TV Globo, onde tentou mostrar aos espectadores um livro infantil em que, segundo o candidato, representava uma tentativa da esquerda e dos defensores da “ideologia de gênero” de tentar espalhar o “kit gay” nas escolas brasileiras. Essa, entre outras estratégias, evidencia a tentativa do candidato de espalhar um “pânico moral” no eleitorado e se posicionar como um “cruzado moral”. O próprio *slogan* da campanha de Bolsonaro, “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, informa o quão importante para sua campanha foi destacar o cristianismo e seus valores e crenças como sendo os mais autênticos, legítimos e oficiais do Brasil. Por fim, Bolsonaro ainda propagou a ideia de “crisofobia”, que diz sobre a perseguição que cristãos sofrem por preservarem suas crenças tradicionais e defendê-las em público.

Embora o campo de estudos do voto no Brasil venha dando destaque para o efeito de atitudes, valores e crenças conservadoras sobre o voto em eleições presidenciais, pouco se avançou em tentar compreender em que medida essas dimensões são os mecanismos que explicam o voto evangélico. Ao pensar essa lógica de mecanismos, é preciso examinar quais variáveis conectam esse grupo religioso a Bolsonaro em 2018. Ao fazer isso, passo a investigar os determinantes do voto evangélico naquele candidato.

Portanto, a contribuição deste capítulo para a literatura ocorre no sentido de tentar explicar como os evangélicos, em sua maioria, optaram por Bolsonaro em 2018. Nossa hipótese é de que os valores (*beliefs*) conservadores desempenharam papel de destaque nesse processo.

### **2.3 Dados**

Ao analisar o comportamento eleitoral dos evangélicos por meio da abordagem das crenças (*beliefs*) é importante definirmos o que se está chamando de “crenças”. Na Ciência Política e na Psicologia Política há trabalhos que se dedicam a diferenciar os conceitos de crença do de valores e atitudes (OSKAMP; SCHULTZ, 2005). Neste capítulo, a dimensão religiosa das *beliefs* será o tradicionalismo.

Dessa forma, é importante que o banco de dados utilizado para a análise contenha o máximo de informações possíveis sobre essa dimensão do conservadorismo moral, assim como variáveis sobre identidades religiosas e voto nas eleições de 2018. Com relação à variável de voto, opto por um banco que possua informações sobre o comportamento eleitoral no primeiro turno das eleições. A escolha do primeiro turno é justificada pelo fato de que o voto representa uma escolha mais “fiel” dos eleitores, tendo em vista seus interesses e valores. Como o segundo turno possui apenas dois candidatos, o voto, para muitos eleitores, seria uma estratégia de escolha subótima.

Existem dois repositórios que armazenam bancos de dados que são tradicionalmente utilizados para pesquisas eleitorais no Brasil e na América Latina. O primeiro deles é o repositório do Latin American Public Opinion Project (LAPOP), vinculado a Universidade de Vanderbilt (Estados Unidos). O outro é o repositório do Centro de Estudos de Opinião Pública, que elabora o Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB), vinculado a Universidade Federal de Campinas (UNICAMP). O LAPOP será o banco utilizado neste capítulo, pois possui as informações que precisamos para explorar a dimensão do conservadorismo moral.

O Barômetro das Américas do LAPOP ocorreu no Brasil entre os dias 29 de janeiro e 3 de março de 2019. Ao todo, foram entrevistadas 1.498 pessoas face-a-face, usando um desenho amostral com base na população de eleitores do país. Segundo o relatório técnico, o questionário usa um desenho de amostragem complexa (*complex sample design*), incluindo estratificação e clusterização. A estratificação foi feita para as cinco macrorregiões (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste). Cada estrato foi sub-estratificado pelo tamanho dos municípios e pelas áreas (urbana e rural). Portanto, as análises estatísticas devem ser ajustadas pelo efeito do desenho provocado pelo desenho de amostragem complexa.

Com relação ao tratamento dado às variáveis, opto por trabalhar o voto como uma variável binária, em que separo quem votou em Bolsonaro (voto = 1) dos que votaram em qualquer outra opção (voto = 0). A variável de religião foi operacionalizada mantendo a distinção entre evangélicos tradicionais e pentecostais. O LAPOP utiliza essas duas categorias para tratar dos evangélicos, sendo que os tradicionais abrangem denominações como Protestante Batista, Calvinista, Luterano, Metodista, Presbiteriano, Discípulo de Cristo, Anglicano, Episcopal, Igreja Cristã Reformada, Igreja Morava, Menonita, Irmãos em Cristo e Igreja do Nazareno. Como pentecostais, são consideradas a Igreja de Deus, Assembleias de Deus, Igreja Universal do Reino

de Deus, Igreja Quadrangular, Igreja de Cristo, Congregação Cristã, Adventista, Adventista de Sétimo Dia, Sara Nossa Terra, Carismático não Católico, Bola de Neve, etc. Como variáveis para controle estatístico, utilizo escolaridade, idade, sexo, raça e região.

Entre as variáveis de conservadorismo, opto por trabalhar com duas temáticas: aborto e casamento entre pessoas do mesmo sexo. A questão sobre aborto propõe aos respondentes um posicionamento em uma situação de escolha conflitante (*trade off*). A pergunta é feita da seguinte maneira: “E agora, pensando em outros assuntos. O(A) sr./sra acredita que se justifica a interrupção da gravidez, ou seja, um aborto, quando a saúde da mãe está em perigo”? Como respostas, os eleitores podem se posicionar como favoráveis ou contrários ao aborto (variável binária). Como a saúde da mulher está em risco na consideração das respostas, não espero que as taxas de rejeição ao aborto sejam tão altas como encontraríamos em uma pergunta que pede as pessoas para se posicionarem favoráveis ou contrárias ao aborto em uma situação de ausência de *trade off*. Opto por considerar a aprovação ao aborto como categoria de referência (0 = aprova; 1 = desaprova).

Por outro lado, a variável sobre casamento entre pessoas do mesmo sexo apresenta a seguinte questão para os respondentes: “O quanto o(a) sr./sra. aprova ou desaprova que casais homossexuais tenham o direito de se casar”? Os respondentes precisam se posicionar em uma escala de 1 (desaprova fortemente) a 10 (aprova fortemente). Opto por inverter essa escala e analisar o efeito do aumento da rejeição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo sobre o voto.

Ao contrário das possibilidades de análise proporcionadas pelo Barômetro das Américas, o banco do ESEB 2018 não traz questões que nos permitam mensurar a ideologia conservadora por uma abordagem operacional. Além da questão de autoposicionamento ideológico, há uma questão sobre minorias, que mede o posicionamento dos eleitores numa escala discordância e concordância com a seguinte afirmação: “As minorias deveriam se adaptar aos costumes e tradições do Brasil”. O problema de trabalhar com essa questão é que ela não especifica quem são as minorias, podendo ser, para os respondentes, indígenas, imigrantes, quilombolas, pessoas lgbtqi+, pobres, etc. Com isso, não seria possível definir que essa variável captasse o conservadorismo moral.

### **2.3.1 Medindo conservadorismo**

Como o objetivo é analisar o papel desempenhado pelo conservadorismo no voto evangélico em Bolsonaro, é preciso definir como tal variável será operacionalizada. Uma alternativa é verificar

se as variáveis de aborto e rejeição ao casamento homossexual podem ser agrupadas em um indicador. Para isso, calculei o *alpha* de Crombach. Por meio desse teste acessamos a consistência interna desse indicador.

A mesma técnica foi utilizada por Aarts e colaboradores (2018), para calcular o que eles chamaram de “escala geral de crença Cristã” (*overall Christian belief scale*). Para essa escala, os autores usaram variáveis que mensuram a crença em Deus, vida após a morte, céu e inferno.

A definição de quantos itens (k) farão parte do composto deve ser primeiramente orientada pela teoria. Em consonância com o que a teoria prescreve, analisa-se o resultado final ( $\alpha$ ) da equação. Para assegurar uma confiabilidade interna não há uma receita definida, embora alguns autores estabeleçam que o *alpha* seja maior que 0,65.

O resultado do teste rejeita a consistência interna do indicador de tradicionalismo (*alpha* de Crombach = 0,184). Tal resultado pode estar associado às diferenças de escalas entre as variáveis. Enquanto na questão sobre aborto os entrevistados precisam dizer se concordam ou não que a mulher interrompa a gravidez em caso de risco de vida, a questão sobre casamento entre pessoas do mesmo sexo é uma escala que varia de 1 a 10.

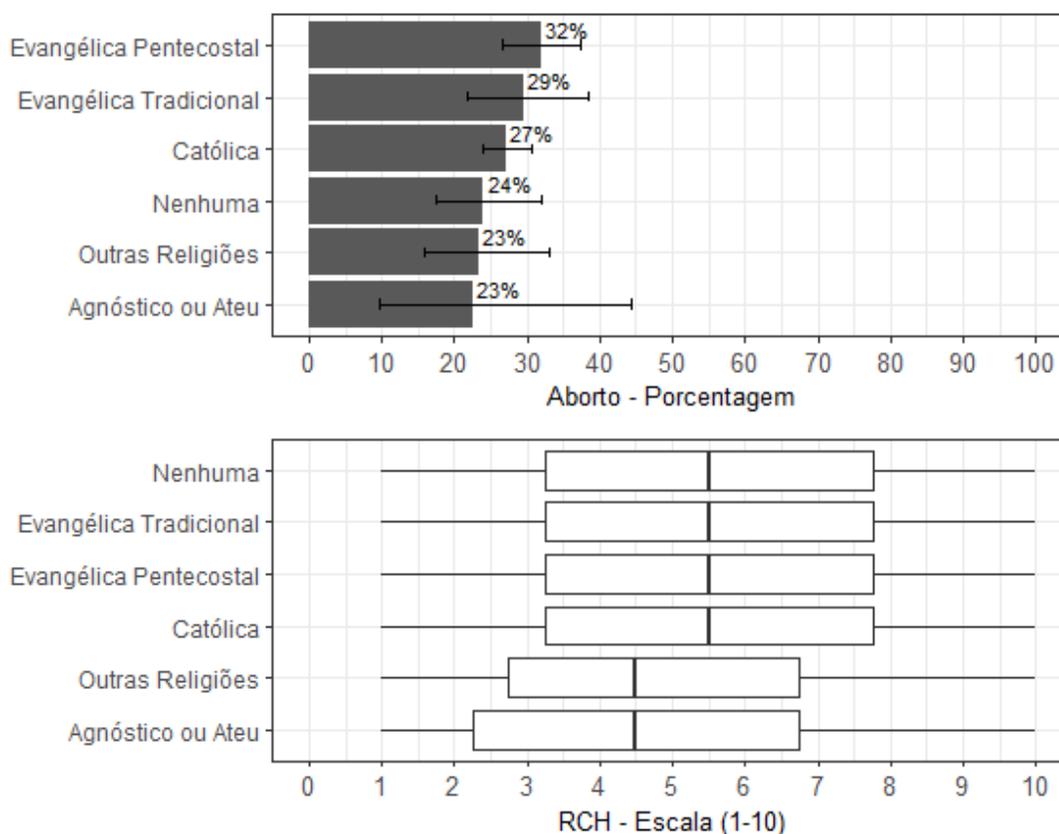
Diante da inviabilidade de trabalhar com um indicador de conservadorismo, opto por usar cada uma das variáveis separadamente. Um aspecto positivo associado a esse caminho é que será possível descobrir se o voto evangélico em Bolsonaro é explicado por ambas variáveis ou por apenas uma delas. Ainda, será possível descobrir se essas variáveis operam como mediadoras do voto tanto para evangélicos pentecostais quanto para os tradicionais.

Considerando que o ativismo religioso evangélico no Brasil vem se posicionando contrário ao avanço da conquista de direitos por parte da comunidade LGBTQIA+, travando aquilo que alguns autores chamam de “guerra cultural” (SMITH, 2019), enquanto outros utilizam o termo “ativismo religioso” (MARIANO, 2016; BURITY, 2020), é esperado que essas variáveis operem como mecanismos de ambas denominações evangélicas.

Importante destacar que é entre os evangélicos pentecostais e tradicionais que há maior rejeição do aborto entre mulheres cuja gravidez representa um risco de vida (Figura 8), embora não seja tão maior do que entre os católicos. Por outro lado, não parece haver uma diferença

significativa para as atitudes em relação ao casamento entre pessoas do mesmo sexo (Figura 8). Os gráficos de caixa mostram que pentecostais, tradicionais, católicos e pessoas sem nenhuma religião possuem atitudes parecidas em relação a RCH.

Figura 8 – Atitudes em relação ao aborto e ao casamento entre pessoas do mesmo sexo para cada grupo religioso



**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados do LAPOP 2019.

**Notas:** Os pesos foram aplicados para ambas as variáveis. Para isso, utilizei o pacote `srvyr`, da linguagem de programação R.

Na próxima seção serão apresentadas as estratégias de análise utilizadas para verificar em que medida essa dimensão é um caminho por meio dos quais os evangélicos votaram em Bolsonaro em 2018.

## 2.4 Metodologia

Para testar a hipótese de que a dimensão dos *beliefs* é um caminho por meio dos quais o voto evangélico em Bolsonaro é explicado, utilizo três modelos de regressão logísticos. Trata-se,

portanto, de uma análise de modelos aninhados (*nested models*). Esse tipo de análise permite compreender o que ocorre com o efeito da variável de identidade religiosa evangélica (pentecostais e tradicionais) quando se insere variáveis associadas a ela. Ainda, é possível observar se o efeito do conservadorismo ocorre devido a um efeito de supressão ou não (LENZ; SAHN, 2021), ou seja, se ocorre apenas quando considerado os controles estatísticos do modelo.

Dessa forma, o primeiro modelo possui como variável independente apenas a variável de identidade religiosa. O segundo modelo apresenta apenas a identidade religiosa e as variáveis que representam o conservadorismo. O terceiro modelo apresenta todas essas variáveis junto com os controles. Em anexo formalizo tais modelos.

Para que se possa considerar, segundo Pandey e Elliott (2010, p. 30), que uma variável é mediadora de outra é preciso que o coeficiente das variáveis mediadoras seja absolutamente menor do que sua precedente (identidade religiosa evangélica), que ambas apresentem significância estatística e a mesma direção (positiva ou negativa). Ainda, quando uma variável mediadora é inserida no modelo, é esperado que o coeficiente da variável base (identidade religiosa evangélica) reduza seu poder explicativo (efeito direto) sobre a variável dependente em questão.

No primeiro modelo, estimo o efeito direto da identidade religiosa evangélica sobre o voto em Bolsonaro. No segundo, estimo tanto o efeito direto que parte da identidade religiosa evangélica sobre o voto em Bolsonaro, quanto parte desse efeito que é explicada por meio das crenças (efeito indireto). O terceiro modelo é igual ao segundo, mas com inserção dos controles estatísticos. A inserção dos controles estatísticos servirá para avaliar se o efeito do conservadorismo sobre o voto em Bolsonaro é estável. Caso haja alguma alteração significativa no coeficiente entre os modelos 2 e 3, isso indica que as variáveis de conservadorismo possuem efeito sobre o voto em uma condição de supressão (LENZ; SAHN, 2021).

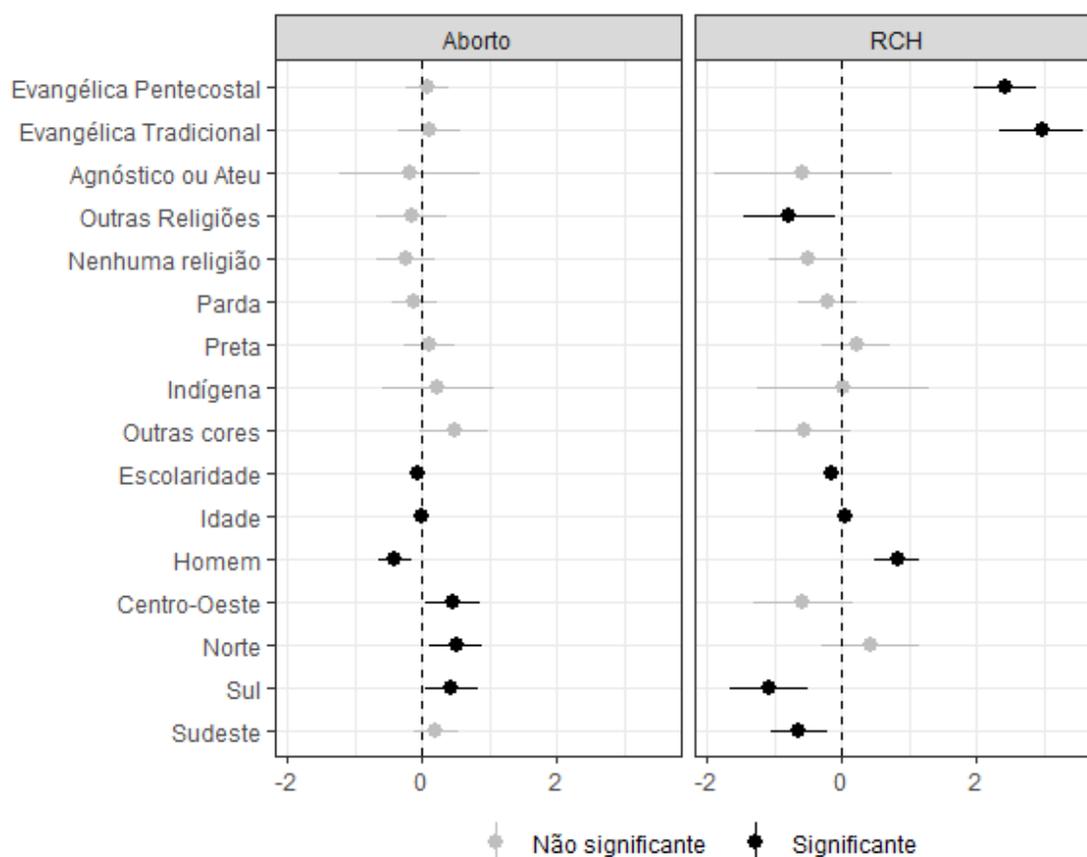
Como teste de robustez, operacionalizo uma regressão multinomial, em que a variável dependente passa a ser categórica não binária. Também, utilizo três modelos logísticos generalizados, sendo que para cada uma delas filtro o banco para i) evangélicos pentecostais; ii) evangélicos tradicionais e; iii) evangélicos tradicionais e pentecostais. Ao fazer isso, será possível analisar se há distinção do voto, dentro de cada grupo religioso, considerando as diferenças nas variáveis de conservadorismo. Por meio deste último teste, verifico se evangélicos mais

conservadores tem maior chance de ter votado em Bolsonaro em relação aos seus pares menos conservadores (ou não conservadores).

## 2.5 Resultados e Discussão

Antes de analisar os resultados dos modelos que predizem o voto, é importante compreender em que medida a identidade religiosa evangélica (pentecostal e tradicional) é um dos determinantes do conservadorismo. Para isso, estimei dois modelos em que aborto e rejeição ao casamento homossexual (RCH) são variáveis dependentes e a identidade religiosa a variável independente, além de incluir os controles estatísticos.

Figura 9 – Determinantes do Conservadorismo



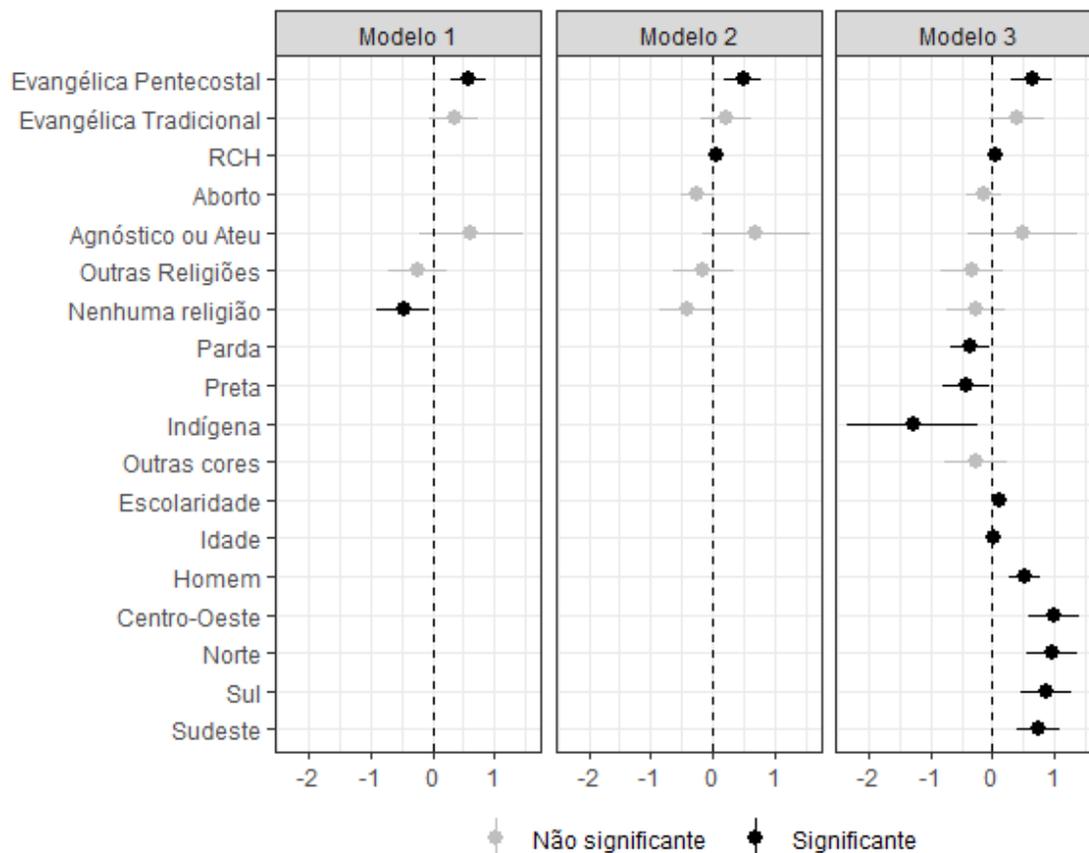
**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados do LAPOP 2019.

**Notas:** No anexo apresento a tabela de regressão em seu formato tradicional e os gráficos que mostram a qualidade do ajuste do modelo de regressão linear. Os pesos foram aplicados para ambas as variáveis. Para isso, utilizei o pacote `svyr`, da linguagem de programação R.

O resultado da regressão revela que tanto os evangélicos tradicionais quanto os pentecostais, em relação aos católicos, estão associados aos maiores níveis de rejeição ao casamento de pessoas do mesmo sexo. Por outro lado, nenhum grupo religioso, em relação aos católicos, apresentou diferenças estatisticamente significantes para a rejeição ao aborto, mesmo quando a gravidez representa um risco a vida da mãe. Essa ausência de diferença entre grupos religiosos pode indicar o peso moral do aborto no Brasil, fazendo com que sua rejeição seja o padrão para todos os grupos religiosos e não religiosos. Embora os tradicionais e pentecostais não tenham apresentado diferença estatisticamente significantes em relação ao aborto, isso não significa que essa questão não tenha sido importante para esse grupo na hora de votar em Bolsonaro.

Por mais que os evangélicos tradicionais e católicos não se diferenciem em torno dessa questão, é possível considerar que, durante o período eleitoral, o aborto tenha sido objeto de informação política (“pistas”) para apenas um desses grupos, influenciados por suas lideranças religiosas. Para examinar essa questão é preciso analisar os modelos que estimam o efeito dessas variáveis sobre o voto. Por outro lado, caso a campanha política nas igrejas não seja algo muito presente entre os evangélicos, é esperado que o aborto não seja algo que explique o voto desse grupo em Bolsonaro. Na ausência de mensagens emitidas pelas lideranças, resta computar o efeito de campanha. Por efeito de campanha me refiro às mensagens do próprio Bolsonaro e da sua campanha que tocam nesse tema, com o objetivo de captar esse eleitorado. O banco do LAPOP não possui informações sobre esse fenômeno.

Figura 10 – Determinantes do voto em Bolsonaro em 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados do LAPOP 2019.

**Notas:** No anexo apresento a tabela de regressão em seu formato tradicional e os gráficos que mostram a qualidade do ajuste do modelo de regressão linear. Os pesos foram aplicados para ambas as variáveis. Para isso, utilizei o pacote `srvyr`, da linguagem de programação R.

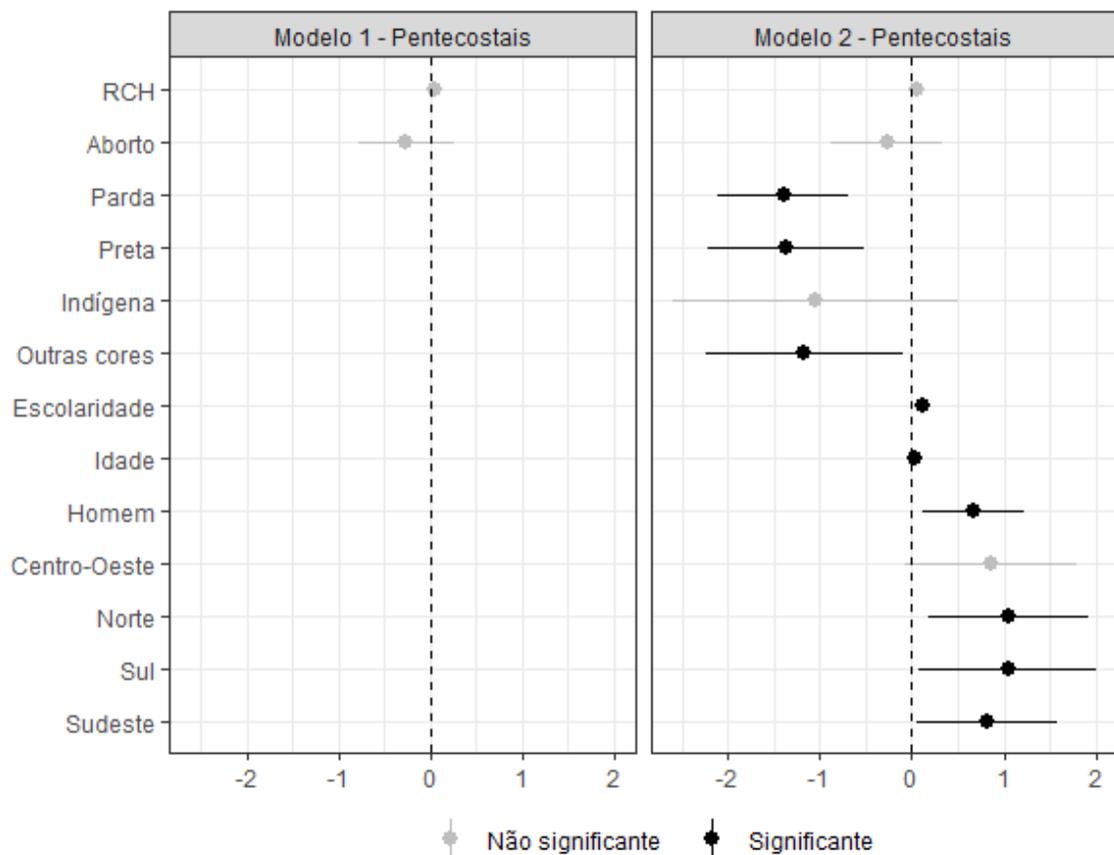
Seguindo a lógica Pandey e Elliott (2010), a primeira coisa que é preciso observar é se a identidade religiosa e as variáveis de conservadorismo apresentam significância estatística e a mesma direção. A Figura 10 mostra que tais critérios são atendidos quando analisamos os evangélicos pentecostais e a variável RCH. Outro critério, da perda de magnitude da identidade religiosa, também é atendido quando comparamos os coeficientes da identidade pentecostal entre os modelos 1 e 2 (Tabela 5 do Anexo B), passando de 0,59 para 0,49 (uma redução de 17%).<sup>21</sup> Porém, quando os controles estatísticos são incluídos no modelo 3, há um aumento do coeficiente

<sup>21</sup> Isso não significa que 17% do efeito da identidade religiosa sobre o voto é explicado por RCH.

para pentecostais, passando a ser de 0,63. Esse aumento é explicado por Lenz e Sahn (2021), como sendo parte do efeito de supressão, o que não impede a conclusão de que RCH seja uma variável mediadora do voto pentecostal em Bolsonaro.

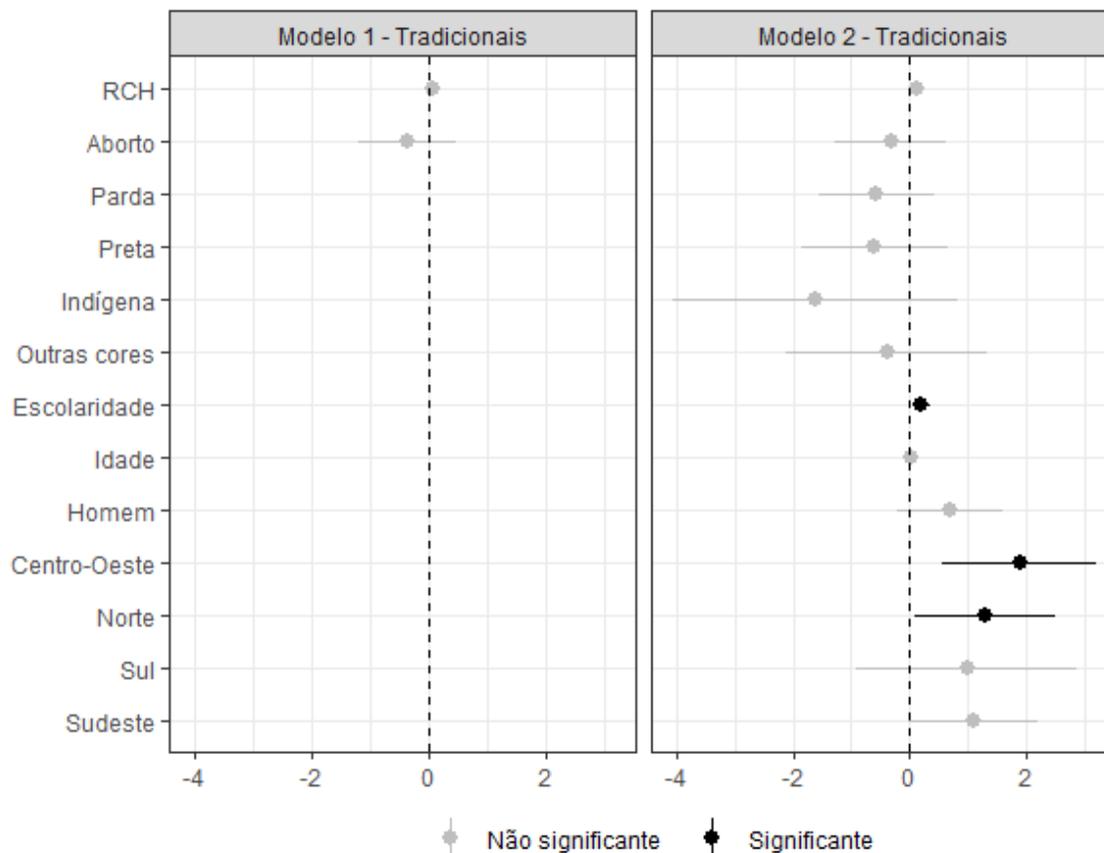
Passo agora a analisar o efeito dessas variáveis de conservadorismo em cada grupo religioso. Isso nos permitirá observar se, entre os pentecostais e entre os tradicionais, existe alguma diferença de voto entre aqueles que possuem posições diferentes em relação as variáveis de conservadorismo.

Figura 11 – Determinantes do voto em Bolsonaro em 2018 entre os Pentecostais



**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados do LAPOP 2019.

Figura 12 – Determinantes do voto em Bolsonaro em 2018 entre os Tradicionais



**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos dados do LAPOP 2019.

Os dados revelam que nem RCH e nem aborto são responsáveis por explicar as diferenças de voto entre pentecostais e tradicionais, contrariando o que Mariano e Pierucci (1992) e Bohn (2014) encontraram para eleições anteriores. Tal resultado nos leva a questionar as conclusões obtidas por meio do modelo proposto por Pandey e Elliott (2010). Tais resultados precisam ser analisados com cuidado. O primeiro cuidado diz respeito à crítica de Ansolabehere e Hersh (2011) aos trabalhos que analisam os efeitos de variáveis em desenhos com subamostragem. O tamanho amostral, após a separação em grupos, pode afetar negativamente a significância estatística dos coeficientes. Com isso, amostras maiores podem revelar casos de falso negativo produzidos por análise com amostras pequenas. O segundo cuidado diz respeito ao próprio desenho de pesquisa utilizado para identificar efeitos de mediação. Desenhos mais sofisticados foram elaborados por Imai et al. (2011), porém, os dados do LAPOP 2018/19 não permitem atender o suposto da ignorabilidade sequencial (*sequential ignorability assumption*), necessário para estimar os efeitos de mediação. Para isso,

seria preciso trabalhar com dados experimentais. Por outro lado, os resultados aqui encontrados rejeitam a hipótese deste capítulo e questionam o pressuposto estabelecido pela literatura de que os evangélicos teriam votado em Bolsonaro por causa de uma afinidade conservadora (Nicolau, 2020), mostrando que precisamos ser mais céticos em relação a essa explicação.

Se o voto evangélico em Bolsonaro era explicado, por parte da literatura, pela lógica da “afinidade conservadora”, como explicar que evangélicos mais conservadores, em relação aos menos conservadores) não apresentaram maior chance de votar naquele candidato? Uma resposta pode ser elaborada pelo fracasso da ativação dessas questões por parte das lideranças religiosas ou pela própria campanha de Bolsonaro. O fato de os eleitores possuírem crenças conservadoras não significa que eles automaticamente as convertam em voto. Essa “conversão” precisa ser feita por líderes de opinião, que traduzem tais valores em orientações de voto. Esse debate é seminal na Ciência Política, tendo os trabalhos de Lazarsfeld e colaboradores (1968) como ponto de partida. Para que os eleitores, por si só, possam converter valores em votos, a literatura aponta que isso depende do grau de sofisticação política dos eleitores ou do interesse por política. Afirmar isso não significa que as lideranças não tiveram êxito em convencer seus fiéis de votarem em Bolsonaro por causa de questões como o casamento entre pessoas do mesmo sexo ou pelo aborto. Talvez essa “conversão” se deu por meio da ativação de um conservadorismo mais abrangente, que não pode ser captado pela análise individualizada de cada variável associada ao conservadorismo.

Ainda, tendo em vista as descobertas do primeiro capítulo, entre os pentecostais há uma diferença no voto de cor e sexo sobre o voto que não se fazem presentes no voto dos tradicionais. Pentecostais do sexo feminino tem menor chance de ter votado em Bolsonaro do que os homens pentecostais. Ainda, pentecostais pretos, pardos e de outras cores apresentaram menor chance de ter votado naquele candidato em relação aos pentecostais brancos. Isso revela uma outra camada de complexidade do fenômeno do voto evangélico: os efeitos de pressão cruzada gerados por marcadores sociais como cor/raça e sexo afetam apenas os pentecostais. Essa dimensão das denominações não havia sido explorada no primeiro capítulo e corrobora com os achados que apontam para uma polarização demográfica (LAYTON *et al.*, 2021).

## 2.6 Conclusão

Desde 2013 é possível observar, com mais destaque nas mídias, movimentos conservadores no campo religioso evangélico, tanto na esfera do Estado quanto na esfera pública. Na primeira, é importante demarcar as disputas na Comissão de Direitos Humanos e Minorias, que teve o pastor Marco Feliciano como presidente em 2013. Na época, a questão da chamada “ideologia de gênero” era uma das principais pautas da agenda, mobilizando grandes figuras religiosas do país. Além disso, o pastor, além de outros deputados evangélicos, era acusado por apresentar posições discriminatórias. Essa mudança na Comissão de Direitos Humanos representou um grande retrocesso em termos de conquista e expansão de direitos para grupos minoritários. Por outro lado, na esfera pública, alguns fatos são centrais para entendermos o nível de radicalismo de alguns atores desse campo. As agressões sofridas por Judith Butler em sua passagem pelo Brasil e a tentativa de invasão de um hospital em que seria feito um procedimento de aborto em uma menina que havia sofrido violência sexual por um familiar mostram a face mais autoritária e fundamentalista desse ativismo. No segundo caso, a tentativa de invasão do hospital estava relacionada ao posicionamento da atual ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos do governo Jair Bolsonaro, uma das poucas ministras que continuam no cargo desde o início do mandato, em 2019. Outro momento chave foi a disputa de evangélicos pela presidência do Conselho Federal de Psicologia. Na época havia um debate em torno da chamada “cura gay”, que propunha que psicólogos poderiam “tratar” pessoas homossexuais.

Neste capítulo foi mostrado que i) os evangélicos nem sempre são mais conservadores que outros grupos religiosos (como a questão do aborto); e ii) o conservadorismo em relação ao casamento entre pessoas do mesmo sexo, presente nesses movimentos das elites políticas e de grupos organizados, se mostrou (parcialmente) um determinante do voto pentecostal em Bolsonaro em 2018, um candidato ultraconservador de direita e com inclinações autoritárias. Tal resultado reforça a necessidade de separar aqueles que reagem ao ativismo religioso daqueles que “criaram o fantasma que alimentam” (MISKOLCI, 2018b). Para isso, é preciso analisar o papel desempenhado pelas lideranças religiosas sobre o voto.

Segundo Layman (2001, p. 59), o efeito das crenças (*beliefs*) está associada ao contexto das Igrejas. As lideranças religiosas atuam, segundo o autor, como fontes primárias de informação sobre a política e são responsáveis por traduzir valores e crenças religiosas em comportamento

político. Crenças e valores religiosos são, em grande parte, moldados e reforçados durante os cultos. O próximo capítulo se dedica a testar se as mensagens políticas de líderes religiosos constituem outro mecanismo por meio do qual é possível explicar o voto evangélico em Bolsonaro.

### 3 O EFEITO DAS LIDERANÇAS SOBRE O VOTO

#### Resumo

Este capítulo tem como objetivo compreender a relação entre comunicação política nas Igrejas e escolhas eleitorais dos fiéis. Especificamente, examino i) qual o grau de exposição dos fiéis às mensagens pró-Bolsonaro durante os cultos, ii) quais características estão por trás da atenção dos fiéis à essas mensagens; v) qual a atitude dos fiéis em relação ao envolvimento político das lideranças religiosas e; vi) mensurar o efeito dessas mensagens sobre o voto. Para isso, utilizo dados do *Democracy on the Ballot Panel Study: Brazil 2018* (COHEN *et al.*, 2021) e estimo regressões logísticas lineares e generalizadas. Os resultados deste capítulo apontam que evangélicos pentecostais e tradicionais estiveram mais expostos às propagandas políticas pró-Bolsonaro em 2018, mas o hábito de frequentar cultos não é um determinante para que estejam mais expostos do que seus pares da mesma religião. Por outro lado, o eleitor pentecostal mais interessado por política está mais exposto à essas mensagens, embora não haja diferença entre os evangélicos tradicionais. Com relação à atitude dos fiéis em relação ao envolvimento político pelas lideranças religiosas, os pentecostais mais interessados por política se posicionam de forma mais favorável, ao passo que os tradicionais que costumam frequentar mais os cultos se opõem a essa prática. Por fim, as mensagens religiosas apresentaram efeito apenas para os pentecostais, mas não para os evangélicos tradicionais.

### 3.1 Introdução

Este capítulo tem como objetivo compreender a relação entre comunicação política nas Igrejas e escolhas eleitorais dos fiéis. Especificamente, examino i) qual o grau de exposição dos fiéis às mensagens pró-Bolsonaro durante os cultos, ii) quais características estão por trás da atenção dos fiéis a essas mensagens; v) qual a atitude dos fiéis em relação ao envolvimento político das lideranças religiosas e; vi) mensurar o efeito dessas mensagens sobre o voto. Com isso, pretendo preencher uma lacuna apontada por Lacerda (2020), de que não há estudos que apontam como se deu o alinhamento entre evangélicos e Bolsonaro e qual o papel das lideranças evangélicas. Até aqui, esta tese revelou que o efeito da identidade religiosa evangélica é mitigado por atributos sociais como sexo e cor e que os valores realmente operaram como mecanismos desse voto, configurando aquilo que Nicolau (2020) chama de “afinidade conservadora”, embora essa relação seja mais complexa do que a literatura aponta.

Até então, a compreensão sobre o envolvimento de lideranças religiosas evangélicas na campanha de Bolsonaro era que isto ocorreu apenas ao final do primeiro turno e, após a consolidação da disputa entre Bolsonaro e Fernando Haddad (PT). Dado que em eleições presidenciais anteriores o apoio de lideranças evangélicas nunca esteve alinhado à alguma ideologia ou partido, entendeu-se que o fato de Bolsonaro se colocar como o candidato mais a direita não significa que mobilizaria as Igrejas evangélicas a seu favor. Isso pode ser explicado pelo fato de que grupos religiosos possuem interesses materiais em jogo, tais como concessões para operar canais midiáticos, que dependem da aprovação presidencial.

Porém, essa lógica é eficaz para explicar a relação entre as grandes Igrejas (e suas lideranças) e os candidatos à presidência. Porém, a diversidade do campo religioso evangélico e até mesmo a estrutura horizontalizada de algumas grandes Igrejas permitem que pastores façam campanha para algum candidato ou demonstrem preferências eleitorais durante os cultos. É este fenômeno que ainda não foi dimensionado pela literatura nacional: o apoio das pequenas lideranças evangélicas à Jair Bolsonaro.

Importante destacar que, quando se fala em apoio à algum candidato, este não precisa ocorrer de forma explícita, ou até mesmo intencional. Basta que pastores elogiem um candidato e ao mesmo tempo critiquem os demais, ou que afirme, durante o sermão, que aquele candidato específico se importa com os valores da sua comunidade religiosa. Essa complexidade do

fenômeno reflete na sua mensuração. Fiéis que foram expostos às mesmas mensagens podem discordar que aquilo seja uma mensagem política em favor de algum candidato. Apesar disso, mais importante do que o conteúdo das mensagens, importa saber se quem as recebeu as entendeu como sendo campanha política e se isso está associada ao voto em Bolsonaro.

Para examinar esse fenômeno, entender seus determinantes e seu efeito sobre o voto, este capítulo utiliza dados representativos para a população brasileira, que mensuram esse tipo de comunicação religiosa pela ótica do fiel, além de trazer outras informações sobre atributos individuais, pertencentes ao campo religioso e político dos eleitores, que são chaves para compreender a relação entre os evangélicos e Bolsonaro em 2018.

Os resultados deste capítulo apontam que evangélicos pentecostais e tradicionais estiveram mais expostos às propagandas políticas pró-Bolsonaro em 2018, mas o hábito de frequentar cultos não é um determinante para que estejam mais expostos do que seus pares da mesma religião. Por outro lado, o eleitor pentecostal mais interessado por política está mais exposto a essas mensagens, embora não haja diferença entre os evangélicos tradicionais. Além disso, as mensagens religiosas apresentaram efeito apenas para os pentecostais, mas não para os evangélicos tradicionais.

### 3.2 Bases teóricas

Um ponto importante discutido na literatura sobre o poder de influência política dos pastores evangélicos sobre seus fiéis é o clientelismo (LACERDA, 2016). Essa agenda de pesquisa, como destacado por Lacerda (2016), ganha força com o crescimento dos pentecostais na América Latina e seu potencial efeito sobre a política. Apesar desse avanço, o próprio autor (2016, p. 12) critica o fato de que a expectativa de que as lideranças evangélicas atuariam em uma rede clientelista não esteja bem fundamentada nesses trabalhos, mas assentadas apenas no fato de que o clientelismo é uma marca da política brasileira e de que os pentecostais eram, na média, pertencentes às camadas de renda mais baixas. Na contramão dessa perspectiva de que os pentecostais seriam “rebanhos eleitorais”, Lacerda (2016) afirma que as práticas descritas pela literatura se aproximam mais de um tipo de *pork-barrel* (políticas paroquiais).<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Segundo Stokes et al. (2013, p. 7), políticas de tipo *pork-barrel* se configuram quando: i) as regras de distribuição dos benefícios não são públicas; ii) quando são públicas, elas não moldam a distribuição atual do benefício; iii) o benefício não depende do apoio político dos indivíduos e; iv) quando os indivíduos não são o alvo direto do benefício.

Tal compreensão de que lideranças evangélicas, em especial as Pentecostais, atuam como *brokers* eleitorais é consolidada na literatura (NETTO; SPECK, 2017; PRANDI; DOS SANTOS; BONATO, 2019; RODRIGUES-SILVEIRA; CERVI, 2019). Porém, o escopo de tais pesquisas é restrito a análise de eleições proporcionais e não majoritárias. Como muitas Igrejas lançam candidaturas próprias, tais candidatos se apresentam como representantes legítimos dos interesses de sua comunidade religiosa, mobilizando os recursos (humano e material) de suas Igrejas para conseguir votos (NETTO; SPECK, 2017). Uma vez eleito, um deputado ou senador da chamada “bancada evangélica” atuaria em prol dos interesses da sua Igreja, seja reagindo às mudanças de valores e costumes no ambiente social brasileiro, assuntos relacionados a concessões de emissoras de rádio e televisão, dívidas das Igrejas entre outros.

Entretanto, essa lógica não tem o mesmo poder explicativo para se compreender o voto evangélico em eleições majoritárias, principalmente no nível federal. Isso porque não há um partido evangélico que congregue os interesses das diferentes denominações desse campo religioso, ou uma “candidatura oficial” evangélica. Apesar disso, é comum que candidatos à presidência percorram, durante o período de campanha, as principais Igrejas e Templos religiosos – como o Templo de Salomão<sup>23</sup> – em busca de apoio desse segmento.

A ideia de que existe um “voto evangélico” em eleições presidenciais é algo presente desde as eleições de 1989, quando Collor foi eleito. Naquela época, Mariano e Pierucci (1992) explicam o maior apoio dos evangélicos a Collor, motivado por um temor a Lula, que era visto como um candidato radical, comunista e apoiado pela Igreja Católica. Estudos posteriores (BOHN, 2007; CARREIRÃO, 2007) mostram como a identidade evangélica foi um forte preditor do voto em Anthony Garotinho, que se apresentou como um evangélico na eleição presidencial de 2006 e em Marina Silva (2010 e 2014) (PEIXOTO; RENNÓ, 2011), que também se declara como evangélica.

---

Nesse caso, as trocas políticas dentro do campo evangélico não seriam marcadas pela distribuição de benefícios individuais aos fiéis, mas por políticas que fortaleçam e protejam a religião evangélica e suas instituições.

<sup>23</sup> O Templo de Salomão é uma réplica do Templo de Salomão, citado na Bíblia e a sede mundial da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), localizada em São Paulo.

Tais trabalhos contribuíram para o avanço do campo de estudo sobre religião e voto na Ciência Política. Porém, ainda não se avançou muito em compreender como os evangélicos são mobilizados eleitoralmente e qual o papel das lideranças religiosas nesse processo. De maneira geral, a tese do voto evangélico é explicada pelo argumento da “identidade” (*belonging*) e dos “valores” (*beliefs*). Ou seja, os evangélicos teriam optado por um candidato evangélico (como Anthony Garotinho, em 2002, e Marina Silva, em 2010 e 2014) pela razão de que eles pertenciam ao mesmo grupo religioso (*in-group identity*) ou por compartilharem os mesmos valores religiosos e posições com relação a questões morais (como aborto, casamento, gênero, etc.).

Poucos estudos se debruçaram sobre o papel que as lideranças religiosas (aqui compreendidas por pastores, bispos, etc.) têm sobre o voto dos fiéis (SILVA, 2019; FERREIRA; FUKS, 2021). Apesar de haver poucas contribuições para o contexto brasileiro, essas não acompanham a complexidade do debate que foi estabelecido nos Estados Unidos. Lá, o debate é marcado pela heterogeneidade dos efeitos da prática de *politicking* (HOFSTETTER; AYERS; PERRY, 2008; DJUPE; GILBERT, 2009) e pelo ceticismo (KROSNICK, 1989; HUCKFELDT; SPRAGUE, 1995; DJUPE; GILBERT, 2002, 2009; DJUPE; CALFANO, 2013, 2013; SCHEITL; CORNELL, 2015). Além disso, outra limitação do campo nacional é que as variáveis independentes utilizadas por estes autores nem sempre capturam o fenômeno das campanhas políticas dentro das igrejas. Ao passo que o trabalho de Silva (2019) explora a relação entre presença (geográfica) de Igrejas e voto, Ferreira e Fuks (2021) utilizam a frequência nos cultos. O problema dessas variáveis é que elas não revelam se realmente as lideranças religiosas fizeram campanha durante os cultos, e, caso fizeram, não é possível saber se todos ouviram ou entenderam essa mensagem.

Segundo Knoll e Bolin (2019), a comunicação religiosa pode ocorrer por dois canais: i) mensagens emitidas pelas lideranças religiosas aos fiéis (*religious source*) e; ii) mensagens religiosas emitidas pela campanha dos candidatos (*political source*). Essas mensagens, segundo os autores, podem mudar ou não a opinião ou voto dos fiéis, a depender de outras variáveis. Como destacado pela literatura (KROSNICK, 1989; HUCKFELDT; SPRAGUE, 1995; DJUPE; GILBERT, 2002, 2009; DJUPE; CALFANO, 2013, 2013; SCHEITL; CORNELL, 2015), eleitores podem ouvir apenas o que querem ouvir (caso a questão seja considerada importante para ele/a), ignorar o que contradiz suas crenças prévias e projetar suas próprias visões sobre o que as lideranças religiosas dizem. Além disso, mensagens políticas podem ter mais efeito em pessoas

que possuem maior interesse e conhecimento sobre o assunto abordado pela liderança religiosa (SCHEITL; CORNELL, 2015). Outro ponto importante, levantado por Scheitle e Cornell (2015, p. 149) é a dissonância entre emissor e receptor: ao passo que fiéis podem alegar ter escutado as lideranças falarem sobre política, essas mesmas lideranças podem não considerar essas falas “políticas”. O mesmo ocorre ao contrário, quando as próprias lideranças têm a intenção de transmitir mensagens políticas, mas os fiéis não as compreendem dessa forma. É por essas razões que ainda há um certo ceticismo em torno da eficácia das mensagens políticas emitidas pelas lideranças religiosas. Características organizacionais das Igrejas também atuam como fatores que impactam esse efeito (DJUPE; GILBERT, 2009).

Para além desse ceticismo, nem sempre o efeito das mensagens políticas é positivo sobre o comportamento dos fiéis. Segundo Hofstetter, Ayers e Perry (2008), campanhas políticas dentro das Igrejas podem ter como resultado um efeito reverso (*boomerang effect*). Os autores encontraram que Católicos mais liberais apresentaram maior chance de votar no candidato liberal (John Kerry, do partido Democrata) quando foram expostos à campanha política favorável ao candidato conservador (George W. Bush, do partido Republicano). Por outro lado, Católicos mais conservadores, que foram expostos às mesmas mensagens, apresentaram um aumento na chance de votar em Bush. Nesse estudo, os valores, ideologia e posição em relação a assuntos políticos (*issues*) aparecem como moderadores do efeito das mensagens das lideranças religiosas sobre o voto. Seguindo essa linha de estudo, McClendon (2019) analisa não só se essas mensagens possuem efeitos políticos, mas em quais condições esse efeito ocorre.

Além disso, McClendon (2019) destaca que a relação entre as mensagens e o comportamento político dos fiéis pode ser espúria, sendo explicada por variáveis correlacionadas com a primeira. Margolis (2018) encontrou, para o caso dos Estados Unidos, que o ambiente político partidário afeta a religiosidade das pessoas. Para Margolis (2018), a formação política é anterior a formação religiosa, o que faz com que pessoas escolham suas comunidades religiosas com base na afinidade política. Como resultado, é de se esperar que comunidades religiosas sejam mais homogêneas politicamente. Na contramão da tese de Margolis, McClendon (2019, p. 5) aponta estudos que mostram que dentro das congregações há diversidade política.

Tal contexto em que identidades políticas se formam antes de identidades religiosas não é representativo da realidade brasileira, em que as identidades partidárias não são muito difundidas no eleitorado (SAMUELS; ZUCCO, 2018).

Reforçando tal ceticismo, outro fator importante a se pensar seriam as sanções legais impostas pelo Estado às Igrejas que forem palco de campanhas políticas. No Brasil são proibidas campanhas políticas dentro das Igrejas, como previsto no artigo 37, §4º, da Lei 9.504/97. Porém, Smith (2019, p. 83) mostrou que quase metade das lideranças evangélicas tradicionais e pentecostais afirmaram que apoiaram candidaturas em processos eleitorais, diferentemente das lideranças católicas, com aproximadamente 10%. Por quais motivos essas lideranças religiosas se envolveriam em casos que poderiam configurar ilícitos eleitorais? Para responder a essa pergunta, é preciso voltar ao processo da Constituinte.

O marco do envolvimento evangélico com a democracia brasileira é o processo de transição democrático em 1985 e a Constituinte de 1988. Contudo, nem todas as denominações evangélicas estiveram envolvidas. Uma das agendas centrais era a relação entre religião, Estado e sociedade. Havia um receio, entre as lideranças evangélicas, de que o catolicismo fosse instituído como religião oficial. Outra pauta importante para esse grupo era o marco regulatório dos meios de comunicação. Algumas Igrejas, como a Universal do Reino de Deus, possuíam um projeto televangelista e precisavam que concessões de meios de comunicação fossem aprovadas. Soma-se a esses fatos as necessidades de expansão das Igrejas por parte dos líderes do protestantismo popular (FREESTON, 1999, p. 334).

Essa participação dos evangélicos na política não ocorre de forma integrada. Não há oferta de um partido evangélico, como na Costa Rica (Partido Restauração Nacional – PRN), e nenhum partido de orientação cristã, como na Alemanha e Holanda, que unifique o interesse desse grupo. Contudo, houve tentativas fracassadas de construir uma frente política evangélica por meio da Confederação evangélica do Brasil (1987), Associação evangélica brasileira (1991) e o Conselho nacional dos pastores do Brasil (1993). Atualmente, há uma frente parlamentar evangélica atuante no Legislativo nacional, contando com aproximadamente 195 congressistas (aproximadamente 40% da Câmara, distribuídos em 19 partidos) e 8 senadores (10% do Senado). Nesse contexto, Bolsonaro talvez seja o primeiro candidato que teve êxito unificar uma frente evangélica.

Além desses interesses ligados ao poder econômico das Igrejas, há uma disputa simbólica e no campo de políticas públicas. Segundo Smith (2019, p. 4), essa “guerra cultural” é um “conflito democrático generalizado e prolongado dentro da política entre grupos sociais que percebem suas visões de mundo como sendo fundamentalmente e mutuamente incompatíveis”.

Nesse contexto, o ativismo religioso, principalmente das lideranças religiosas, é fundamental para a consolidação de uma religião pública. Por ativismo religioso compreendo a ação de grupos religiosos que se articulam em arenas democráticas e em espaços públicos com o objetivo tornar seus valores uma religião pública.

Nesse processo, é importante destacar que, a constituição de uma religião pública não precisa representar a sobreposição de uma religião sobre as outras, mas pode ser visto como um novo quadro de referência, que reúne e mobiliza atores com pensamentos e valores próximos, mesmo que de diferentes grupos religiosos (BURITY, 2016). Dessa forma, seguimos Burity (2020, p. 84), que compreende a religião pública como os resultados de um processo multidimensional por meio de esforço para manter a influência tradicional sobre a cultura pública, ou algumas esferas do Estado ou para impulsionar o perfil de religiões emergentes.

Ainda, segundo Knoll e Bolin (2019), a literatura tem demonstrado que o engajamento político por parte das lideranças religiosas é mais provável de ocorrer quando há congruência política entre lideranças e fiéis. Isso evitaria uma reação contrária pelos fiéis que tivessem opiniões e crenças distintas das suas lideranças. Dessa forma, é possível pensar que o voto em Bolsonaro não foi algo forjado pelas lideranças, mas estas tiveram o papel de apontar o candidato “correto”.

O voto correto ocorre quando há congruência entre o eleitor e seu candidato considerando, de um lado, os valores e crenças do eleitor e do outro, as políticas e propostas do candidato (LAU; REDLAWSK, 1997). Portanto, essa congruência é medida pelas preferências políticas e valorativas de ambos (LAU; REDLAWSK, 1997; BELLO, 2016). Apesar do voto correto ser utilizado como uma medida de qualidade da democracia, pois reforçaria a responsividade dos governantes e representaria um certo grau de interesse na política pelos eleitores (LAU; REDLAWSK, 1997; BELLO, 2016), as eleições de 2018 no Brasil mostram como um voto correto pode levar ao cargo da presidência um ator político considerado autoritário e antidemocrático. Se

a opinião pública não possui valores democráticos, o voto correto deve ser pensado como um indicador ambivalente de qualidade da democracia.

Para Bello (2016, p. 471), “[a]s eleições seguem por uma lógica social, visto que é o espaço de trocas de informações e das deliberações públicas, bem como da persuasão política”. Ainda, segundo o autor (2016, p. 471), “[a] regra é que indivíduos mais interessados exerçam uma grande influência sobre outras pessoas menos interessadas”. Essa lógica social foi identificada na obra seminal de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1968). Os autores encontraram que líderes de opinião desempenham papel central de intermediários entre as fontes de informação (mídias tradicionais) e os eleitores. É nesse sentido que este capítulo aborda a atuação das lideranças religiosas durante as eleições de 2018. As lideranças religiosas evangélicas atuaram como líderes de opinião, fornecendo informações e direcionamentos para o voto, sendo de forma explícita ou implícita.

Tendo em vista o dispositivo legal que impede essa atuação das lideranças religiosas, as punições, como a cassação de mandatos, não são comuns. Em 2020, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) rejeitou a tese de “abuso de poder religioso”, elaborada pelo ministro Edson Fachin. A tese foi desenvolvida no caso da cassação do mandato da vereadora de Luziânia (GO), Valdirene Tavares dos Santos, pelo Tribunal Regional Eleitoral de Goiás (TRE-GO). Segundo o entendimento do TRE-GO, a vereadora teria cometido ilícito eleitoral ao pedir votos durante um evento da Assembleia de Deus em Luziânia. Na reunião estavam presentes pastores de outras filiais, tendo sido convocada pelo pai da candidata, Sebastião Tavares, pastor e dirigente da igreja no município.

Outro episódio, que envolve um líder religioso da Igreja Batista Atitude e o então deputado Jair Bolsonaro, nas eleições de 2018, representa bem as dificuldades de se traçar o limiar entre o lícito e o ilícito eleitoral. Em um culto, o pastor Josué Valandro Jr. convida Bolsonaro e, em um momento de sua fala, proclama:

“Senhor, eu te louvo, porque esse homem tem valores cristãos. Que nem os hackers, Senhor, consigam mudar aqueles votos da urna. Que ninguém consiga, ó Deus, de alguma maneira, desfazer o propósito melhor para nossa nação. Capacita Jair Bolsonaro, dá palavras sábias, dá saúde. Blinda o teu

filho até de uma gripe. Querendo o Senhor, que, no dia 1º de janeiro, esse homem possa subir a rampa do Planalto.” (SILANO; FONSECA, 2019)<sup>24</sup>

O ponto chave envolvendo esse episódio é que em nenhum momento o pastor pede que os fiéis votem em Bolsonaro, sendo que o mesmo chega a afirmar “aqui não tem voto de cabresto”. Por outro lado, pede que, mesmo aqueles que votem em outro candidato, orem por Bolsonaro e pela sua campanha, e que ele “suba a rampa no 1º de janeiro”. Além desse pedido de oração, o pastor enalteceu o candidato, atribuindo a ele atributos como coragem e credibilidade, dizendo que não viu isso em nenhum outro candidato. Esse caso não é o único referente a essa Igreja. Segundo levantamento da Agência Pública, quase metade dos casos de denúncia envolvendo o candidato Jairo Bolsonaro, estão associados a Batista Atitude. Tal dado soma-se a outros, que reforçam a tese de que Bolsonaro foi o candidato dos evangélicos, e isso teria ocorrido não apenas na reta final da eleição de primeiro turno.

Esse tipo de propaganda política (implícita para uns e explícita para outros) retrata como lideranças religiosas podem abordar assuntos políticos e eleições sem necessariamente fazer campanha política explícita (MCCLENDON, 2019; MCCLENDON; RIEDL, 2019). Segundo Leege e Kellstedt (2016, p. 1000), elites políticas e religiosas são peças-chaves para estabelecer a conexão entre valores religiosos e comportamento político. Isso poderia ser feito ao associar um candidato específico à alguma crença contrária a da comunidade religiosa (associação negativa) e apresentando outro candidato como defensor de valores comuns àquela comunidade (associação positiva). Tal prática pode ser classificada como *priming* (IYENGAR; PETERS; KINDER, 1982; KROSNICK; KINDER, 1990; MCCLENDON, 2019). 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 determinados assuntos (MCCLENDON, 2019).

---

<sup>24</sup> (Silano, A. K; Fonseca, B. Justiça recebeu mais de 200 denúncias de propaganda religiosa irregular nas últimas eleições. Agência Pública, 12 de junho de 2019. Dados. Disponível em: <https://apublica.org/2019/06/justica-recebeu-mais-de-200-denuncias-de-propaganda-religiosa-irregular-nas-ultimas-eleicoes/>. Acesso em: 20 julho de 2022.). O vídeo, datado a 28 de agosto de 2018, pode ser assistido na íntegra acessando o canal do YouTube, pelo link: <https://www.YouTube.com/watch?v=VxaMa2oamI0>

Dessa forma, é possível pensar que os efeitos da identidade (*belonging*) e das crenças (*beliefs*) só teriam efeito sobre o voto após o agenciamento destas pelas lideranças religiosas (ou por outras fontes, como a própria campanha do candidato).

Os sermões, segundo McClendon e Riedl (2019), podem fornecer respostas para as principais questões sobre as fontes dos problemas mundanos ou sobre a agência humana. Por outro lado, durante os sermões pode haver apoio explícito a certos candidatos políticos ou enfatizar clivagens sociais. Ao fazer isso, elas podem influenciar os fiéis a escolherem os candidatos a partir de critérios religiosos elaborados pelas próprias lideranças, como pode ser observado em estudos cujos resultados contestam o ceticismo.

Estudos nos Estados Unidos (GLAZIER, 2015) e Quênia (MCCLENDON; RIEDL, 2015) apontaram para o efeito positivo que as mensagens religiosas (*priming*) possuem sobre a participação política dos fiéis. Para além da participação política, Bloom, Arikan e Courtemanche (2015) encontraram, a partir de um experimento nos Estados Unidos e na Turquia, que enfatizar certos valores presentes no imaginário religioso dos fiéis afeta às atitudes em relação aos imigrantes. Tais trabalhos, segundo McClendon (2019), contribuem para derrubar o ceticismo da literatura acerca do efeito das mensagens das lideranças religiosas sobre um conjunto de variáveis políticas. É neste debate, acerca do ceticismo em relação à persuasão política pelas lideranças religiosas, que o presente capítulo se insere. Para isso, analisarei o caso das eleições presidenciais de 2018 no Brasil, utilizando dados que permitem mensurar diretamente o efeito das mensagens políticas dessas lideranças sobre o voto.

Outro aspecto importante sobre o efeito das mensagens dos pastores sobre o voto dos fiéis diz respeito ao grau de exposição à essas mensagens (MCCLENDON, 2019). Os evangélicos, por estarem mais expostos às suas lideranças, dada a grande assiduidade desse público aos cultos (SILVA, 2019; FERREIRA; FUKS, 2021), podem apresentar maior chance de fazerem suas escolhas eleitorais com base nas mensagens dos pastores. Isso ocorre, porque as mensagens políticas (e religiosas) não possuem efeito duradouro (GERBER *et al.*, 2011; HILL *et al.*, 2013; MCCLENDON; RIEDL, 2019), precisando ser reforçadas. Ainda, contrapondo a ideia de que a diversidade política poderia constranger a propaganda política nas Igrejas, Huckfeldt, Ikeda e Pappi (2005, p. 498) destacam um conjunto de trabalhos que apontam para o potencial que a influência

social (podendo ser exercidas pelas lideranças religiosas) tem em eliminar as dissonâncias do grupo.

Dado esse avanço no campo, McClendon (2019) sugere que, mais do que questionar se realmente há efeito das mensagens das lideranças religiosas (dado que estudos já apontaram para isso), devemos também questionar em quais condições essas mensagens têm efeito, uma vez que não são todos os fiéis que são influenciados pelas lideranças. Por condições a autora se refere aos atributos individuais, como as atitudes e crenças dos fiéis, como também às características socioeconômicas. Smith (2017) encontrou, para o caso brasileiro, que fiéis de classes sociais mais baixas têm mais chance de serem influenciados pela comunicação religiosa. Segundo a autora isso ocorre porque, nesse estrato, há menos acesso a outras fontes de informação e comunicação política, fazendo com que as lideranças religiosas sejam as principais fontes. Além disso, é importante examinar se essas mensagens têm efeito entre os fiéis que se opõem a essa relação entre religião e política. Ao se opor a esse envolvimento entre religião e política, essas mensagens podem ter efeito nulo sobre o voto desses fiéis.

Essa abordagem enfatiza os efeitos heterogêneos da comunicação política em templos religiosos. Essa mesma heterogeneidade foi observada quando analisei, no capítulo 1, o efeito da identidade religiosa sobre o voto em Bolsonaro considerando a raça e o sexo dos fiéis.

Diante do exposto, este capítulo busca contribuir com a literatura ao responder as seguintes questões:

1. Os evangélicos apresentaram maior chance de terem sido expostos às propagandas políticas pró-Bolsonaro por parte de suas lideranças religiosas?

1.1. Quais atributos estão associados ao fato dos fiéis terem escutado suas lideranças religiosas apoiando Bolsonaro? E quais estão associados ao fato dos fiéis escutarem seus pares discutindo sobre política?

2. Quais atributos estão relacionados ao fato dos fiéis aceitarem ou reprovarem essa prática pelas lideranças religiosas?
3. Ter sido exposto às mensagens pró-Bolsonaro importou para a escolha eleitoral dos evangélicos?

Dado a limitação dos dados, que será exposta a seguir, não avançaremos sobre a análise das condições que permitem com que as mensagens das lideranças religiosas tenham efeito sobre o voto dos fiéis, como proposto por McClendon (2019). Por outro lado, será possível analisar se variáveis como frequência nos cultos e interesse por política foram relevantes para as escolhas eleitorais dos evangélicos em 2018.

### 3.3 Dados

Para responder as questões de pesquisa utilizo os dados do projeto *Democracy on the Ballot* (COHEN *et al.*, 2021). Os dados foram coletados via questionário (*survey*), por meio da plataforma *Qualtrics*, usando o *NetQuest Brazilian survey panel* (COHEN *et al.*, 2021, p. 10). Ao todo, foram realizadas 5 rodadas de perguntas com os mesmos respondentes ao longo do tempo, formando-se um painel. O desenho amostral utilizou cotas por região, sexo, idade e classe social. A primeira onda ocorreu entre os dias 06-21 de julho de 2018. A segunda, entre os dias 10-19 de setembro. A terceira, entre os dias 21 de setembro e 04 de outubro. A quarta, entre os dias 29 de outubro e 08 de novembro. Por fim, a última rodada ocorreu entre os dias 09-25 de janeiro de 2019. O tamanho da amostra varia em cada onda, algo esperado em painéis. A primeira conseguiu uma quantidade de 2.018 respondentes, enquanto a segunda 1.009, a terceira 1.224, a quarta 957 e a quinta, 817 respondentes.

Uma vez que o questionário foi aplicado de forma online, há uma preocupação em se formar uma amostra que é representativa da população. Essa tarefa é ainda mais difícil quando se considera que o Brasil possui uma população excluída digitalmente, o que poderia enviesar a amostra, coletando menos informações sobre populações de baixa renda. Como baliza para verificar a representatividade da amostra, os autores compararam seus dados com coletas do Barômetro das Américas (BA), de 2019, que possui uma estratégia de coleta de dados face-a-face. Outro parâmetro de comparação foram algumas informações populacionais do Censo demográfico e da Síntese de Indicadores Sociais (SIS) de 2018, embora os autores chamem atenção para o fato de o último censo ter ocorrido em 2010. Essa distância temporal entre o último Censo e o período da coleta de dados pode ser um problema, dado que o último Censo pode não ser mais um retrato fiel da população brasileira. Apesar disso, os resultados reportados pelos autores indicam que a coleta dos dados produziu uma amostra satisfatória.

Com relação as variáveis de interesse deste capítulo, a quantidade de evangélicos representa aproximadamente 26% da amostra, sendo que no BA essa representatividade é de aproximadamente 30%, mas o censo de 2010 aponta que 22% da população se declara evangélica. Esse dado representa todos os evangélicos, incluindo os seguintes grupos: tradicional, pentecostal, neopentecostal, entre outras. Com relação aos católicos, estes representam aproximadamente 49% da amostra, quase o mesmo valor presente no BA. Por outro lado, o Censo 2010 reporta que 64,6% da população brasileira afirma pertencer a religião católica. Apesar dessa diferença entre o Censo 2010 e as outras amostras, pesquisas recentes de outros Institutos, como Datafolha, vem trabalhando com a população católica sendo representativa de 50% do eleitorado brasileiro. Tudo indica que, dado o processo de transição religiosa em vigor no Brasil, como destacado por José Eustáquio Diniz Alves (ENCE/IBGE), o Censo 2022 apontará para uma redução no número de Católicos em comparação com o último Censo.<sup>25</sup>

Para que a amostra possibilite estimativas que possam ser generalizadas para a população brasileira, foram aplicados pesos na amostra, elaborados pelos autores, com base no BA 2019, Censo 2010 e no SIS 2018. Para ativar esses pesos na amostra, utilizo o pacote *survey* (LUMLEY, 2020), da linguagem de programação R. O pacote foi desenvolvido para lidar com questionários de amostras complexas, contendo funções que permitem análise de estatísticas descritivas e regressões lineares generalizadas (LUMLEY, 2020). Como as questões de pesquisa que apresento estão associadas ao voto em Jair Bolsonaro e ao fato do fiel ter escutado sua liderança apoiando tal candidato, estas serão operacionalizadas de forma binária. Portanto, o pacote *survey* fornece as funções necessárias para as análises dessas questões.

Com relação a variável de interesse principal (comunicação política pelas lideranças religiosas), que perpassa todas as questões deste capítulo, a pergunta foi feita da seguinte forma: “As lideranças da sua igreja apoiam algum dos seguintes candidatos?”. Entre as opções, aparecem 13 candidaturas, além da opção de não resposta, não frequentar cultos e não ter conhecimento. Opto por operacionalizar essa variável de forma binária, comparando a declaração de apoio à

---

<sup>25</sup> A variável atitude em relação aos pastores varia de uma avaliação positiva (1- aprova fortemente) à uma negativa (7- desaprova fortemente). Portanto, quando o sinal do coeficiente estiver negativo, devemos interpretar que os eleitores mais assíduos possuem maior chance de aceitar que pastores falem sobre política. Essa variável foi modificada, tendo sua escala inverida. No original ela varia de uma aprovação negativa (1) à uma positiva (7).

Bolsonaro com todas as outras opções. Opto por essa estratégia uma vez que estou analisando se as campanhas pró-Bolsonaro foram mais presentes entre os evangélicos e se teve efeito sobre o voto em Bolsonaro.<sup>26</sup>

Essa pergunta foi realizada tanto nas rodadas 3 e 4 do painel, o que possibilitaria desenhar uma pesquisa em que conseguiríamos testar se ter passado a escutar a liderança religiosa apoiando Bolsonaro foi decisivo para a mudança de voto em favor do candidato. Contudo, isso não é possível, dado que a intenção de voto na onda 4 se refere ao 2º turno das eleições, uma vez que essa rodada ocorre após o 1º turno. Há uma pergunta, na 4ª rodada, sobre em quem o eleitor votou na 1ª rodada. Porém, uma vez que a pergunta sobre apoio das lideranças religiosas se dá antes e após o 1º turno, não é possível utilizá-la para um desenho de primeira diferença, pois estaríamos estimando seu efeito sobre duas variáveis dependentes distintas (intenção de voto no 1º e 2º turno). Como o segundo turno nas eleições brasileiras possui um cenário distinto do primeiro, onde concorrem apenas dois candidatos, não seria possível saber se uma mudança nas intenções de voto ocorreu por causa dos pastores ou por causa da mudança de cenário, levando a um “voto estratégico” por parte do eleitor. Além disso, as razões por trás do voto estratégico podem ser diversas. Dessa forma, opto por testar o efeito da propaganda sobre as intenções de voto utilizando a 3ª rodada do painel.

Com relação à variável dependente de intenção de voto, esta será operacionalizada de forma binária (1 = Bolsonaro; 0 = Não Bolsonaro). Ao fazer isso, será possível comparar o voto em Bolsonaro com todas as demais opções, incluindo o não voto, brancos e nulos. A pergunta sobre intenção de voto é feita da seguinte forma: “Aqui tem uma lista de candidatos na eleição presidencial de 2018. Em qual candidato você pretende votar”?

Atinente às variáveis cuja literatura aponta como determinantes para compreender o efeito da comunicação religiosa sobre as escolhas eleitorais dos fiéis, a terceira rodada do painel traz uma pergunta sobre a atitude dos fiéis em relação aos pastores que fazem propaganda política. A pergunta é feita da seguinte forma: “Utilizando a seguinte escala, até que ponto você aprova ou

---

<sup>26</sup> A variável atitude em relação aos pastores varia de uma avaliação positiva (1- aprova fortemente) à uma negativa (7- desaprova fortemente). Portanto, quando o sinal do coeficiente estiver negativo, devemos interpretar que os eleitores mais assíduos possuem maior chance de aceitar que pastores falem sobre política. Essa variável foi modificada, tendo sua escala inverida. No original ela varia de uma aprovação negativa (1) à uma positiva (7).

desaprova das ações dos seguintes grupos? Padres e pastores que falam para os fiéis votarem em algum candidato”? Os respondentes precisam se colocar em uma escala de 7 pontos, variando entre “desaprova fortemente” e “aprova fortemente”. Opto por inverter essa escala, sendo os valores mais altos representando a desaprovação. Outras variáveis importantes para a literatura são a grau de assiduidade dos fiéis aos cultos (frequência nos cultos) e o interesse por política. Essas questões não aparecem na onda 3, mas na primeira onda, assim como outras variáveis sociodemográficas, que serão utilizadas como controles estatísticos nos modelos que apresentarei na próxima seção. Dessa forma, eu imputo essas características da primeira onda para a terceira onda, assumindo que tanto a frequência nos cultos quanto o interesse por política se mantiveram estáveis nesse intervalo temporal.

Por fim, opto por trabalhar com a variável de identidade religiosa separando os evangélicos em dois grupos, dos pentecostais e dos tradicionais. Católicos, pessoas sem religião e membros de outras religiões representam as demais categorias. Passo agora às especificações dos modelos de análise.

### 3.4 Metodologia

Para responder as questões de pesquisa que têm o voto e a comunicação política como variáveis dependentes, estimo regressões logísticas generalizadas (*GLM*). Para responder à questão sobre a atitude em relação aos pastores fazerem propaganda política, estimo uma regressão de mínimos quadrados ordinários (*OLS*). Para cada um desses modelos sigo a recomendação de Lenz e Sahn (2021), e elaboro modelos aninhados (*nested models*) para checar se a significância estatística das variáveis de interesse não foram produzidas pela presença de covariáveis utilizadas como controles estatísticos, configurando o que os autores chamam de efeito e supressão (*suppression effect*). Portanto, para cada questão de pesquisa estimo três modelos de regressão,

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x_{i1} + \hat{u}$$

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x_{i1} + \hat{\beta}_2 x_{i2} + \hat{\beta}_3 x_{i3} + \hat{u}$$

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x_{i1} + \hat{\beta}_2 x_{i2} + \hat{\beta}_3 x_{i3} + \hat{\beta}_k x_{ik} + \hat{u}$$

onde  $x_{i1}$  é a variável de interesse principal,  $x_{i2}$  e  $x_{i3}$  variáveis de interesse secundário e  $x_{ik}$  representando as covariáveis utilizadas como controles estatísticos.<sup>27</sup>

Por meio desses modelos será possível encontrar o efeito que uma variável independente  $x_i$  tem sobre uma dependente  $\hat{Y}$ , mantendo todas as demais constantes. Contudo, nossas questões de pesquisa estão direcionadas para compreender o eleitorado evangélico e saber se as mensagens dos pastores afetou suas escolhas eleitorais, se o interesse por política ou a frequência nos cultos afeta sua chance de ter sido exposto à essas mensagens e o que explica suas atitudes em relação ao fato das lideranças religiosas fazerem campanha política. Dessa forma, o interesse desse capítulo é de encontrar se há diferenças internas aos evangélicos. Pretendo comparar os evangélicos que foram expostos com os seus “irmãos” que não foram expostos, por exemplo. Para isso, filtro o banco para cada grupo religioso e estimo os modelos para cada um deles. Ao estimar um modelo para os católicos, será possível afirmar, por exemplo, se para esse grupo as mensagens das lideranças religiosas também importam (ou não).

### 3.5 Resultados e discussão

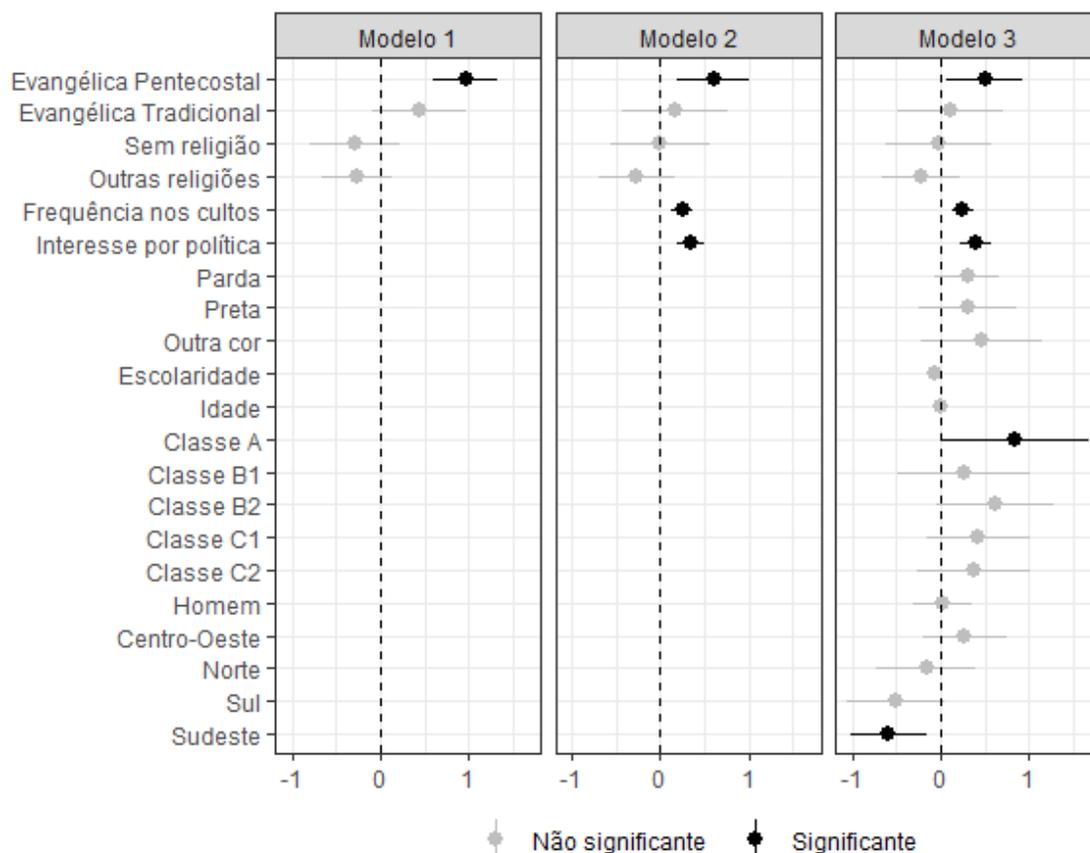
Com relação a primeira questão de pesquisa, os resultados dos modelos indicam que ser pentecostal (católicos como referência) aumenta em 65% a mais de chance de o eleitor ter escutado sua liderança ter feito propaganda política em favor de Bolsonaro. Não há nenhuma diferença estatisticamente significativa entre ser tradicional e católico atinente ao fato de estar exposto às mensagens políticas das lideranças religiosas. Esse resultado corrobora com a premissa utilizada por Silva (2019), de que os pentecostais são os grupos mais expostos a essa prática. Os resultados também corroboram com Ferreira e Fuks (2021) ao revelar que a frequência nos cultos é um determinante para estar exposto às campanhas políticas. A partir desse resultado é possível afirmar que é no espaço da Igreja que ocorrem essas práticas, embora os dados não permitam afirmar que isso se deu durante os cultos. A cada ponto na escala de assiduidade aos cultos, há um aumento de aproximadamente 29% na chance de ter sido exposto à propaganda política em favor de Bolsonaro. O caso julgado pelo TSE, referente a vereadora de uma cidade do Goiás mostra que nem sempre

---

<sup>27</sup> A variável atitude em relação aos pastores varia de uma avaliação positiva (1- aprova fortemente) à uma negativa (7- desaprova fortemente). Portanto, quando o sinal do coeficiente estiver negativo, devemos interpretar que os eleitores mais assíduos possuem maior chance de aceitar que pastores falem sobre política. Essa variável foi modificada, tendo sua escala inverida. No original ela varia de uma aprovação negativa (1) à uma positiva (7).

durante os cultos que essa propaganda ocorre, mas pode ocorrer em pequenas reuniões ou outros eventos no espaço da Igreja.

Figura 13 – Chance de ter sido exposto às mensagens políticas



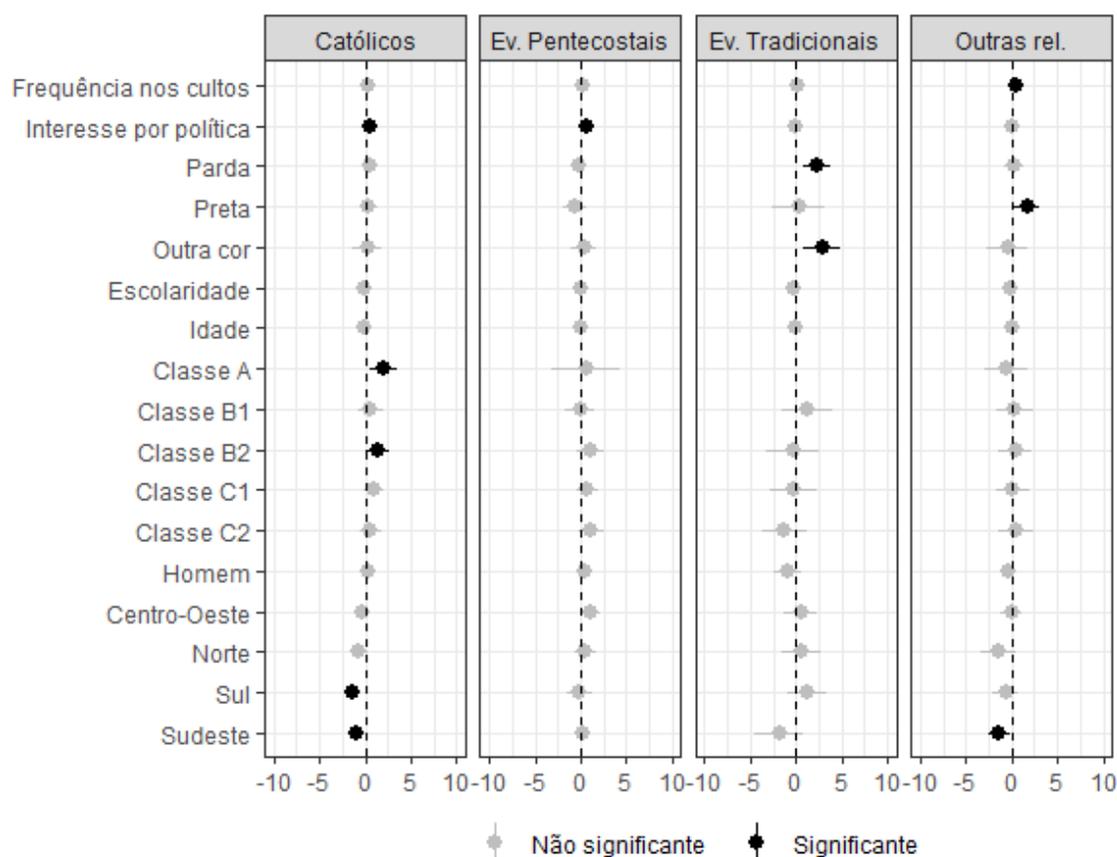
Fonte: *Democracy on the Ballot*, 2018.

Ainda, o interesse por política também se mostrou um preditor da exposição à campanha política pró-Bolsonaro. De acordo com a literatura, esse atributo de nível individual é responsável por fazer com que os eleitores consigam captar mensagens políticas implícitas nos sermões, que não sejam declarações de voto explícitas por parte das lideranças religiosas.

Uma outra forma de explorar a importância desses mecanismos que estão por trás da exposição à essas mensagens políticas é analisar como ela ocorre dentro de cada grupo religioso específico. Como o modelo acima estima o efeito médio da variável, não é possível saber se esse efeito permanece significativo quando examinamos apenas um desses grupos religiosos.

Os resultados dos modelos para cada grupo religioso apresentam um outro panorama, diferente daquele encontrado pelo modelo geral. Ao passo que a frequência nos cultos era um mecanismo que tornava os fiéis mais expostos às mensagens políticas das lideranças, agora é possível ver que esse efeito ocorre apenas entre os membros de outras religiões. Com isso, o argumento de que as mensagens políticas ocorrem geralmente dentro do espaço das Igrejas não encontra comprovação empírica para os evangélicos. Dessa forma, é preciso repensar o modelo teórico de Silva (2019) e Ferreira e Fuks (2021).<sup>28</sup>

Figura 14 – Chance de ter sido exposto às mensagens políticas em cada grupo religioso



Fonte: *Democracy on the Ballot*, 2018.

<sup>28</sup> A variável atitude em relação aos pastores varia de uma avaliação positiva (1- aprova fortemente) à uma negativa (7- desaprova fortemente). Portanto, quando o sinal do coeficiente estiver negativo, devemos interpretar que os eleitores mais assíduos possuem maior chance de aceitar que pastores falem sobre política. Essa variável foi modificada, tendo sua escala inverida. No original ela varia de uma aprovação negativa (1) à uma positiva (7).

Para Ferreira e Fuks (2021), a frequência nos cultos seria uma boa medida para captar o efeito da propaganda política pró-Bolsonaro nos templos evangélicos. O que os dados revelam é que a frequência nos cultos não está associada ao fato de um evangélico ter sido exposto a esse tipo de propaganda. Com relação ao trabalho de Silva (2019), o autor também defende que os cultos são espaços centrais de mobilização evangélica. Diferentemente de Ferreira e Fuks (2021), o autor utiliza dados espaciais para testar sua hipótese. Ao fazer isso, amplia sua medida, não captando apenas a frequência nos cultos, mas todo um arranjo institucional que pode ser mobilizado pelas lideranças para tentar influenciar a escolha eleitoral dos fiéis. Ou seja, utilizar dados espaciais sobre a presença de Igrejas não seria uma boa alternativa para mensurar a propaganda política durante os cultos, mas seria uma boa medida para captar o efeito da influência dos pastores dentro e fora das Igrejas, sendo mais robusto que o modelo de Ferreira e Fuks (2021).

Segundo alguns céticos do papel da frequência nos cultos na persuasão política, os espaços de socialização de grupos evangélicos ocorrem em muitos outros contextos que não apenas os cultos, como encontros de orações nas casas dos fiéis, obras missionárias, canais de telecomunicação (como rádio e TV) entre outros canais e eventos diversos.

Outro elemento, não explorado por esta tese, que merece aprofundamento por parte da literatura, corresponde aos efeitos das mensagens das lideranças religiosas por meio de mídias sociais, como *Whatsapp*, *Facebook* e outras. Algumas investigações (RUDNITZKI; CORREA, 2022)<sup>29</sup> mapearam que grupos evangélicos ajudaram a disseminar *fake news* propagando o pânico moral contra o PT.

Como a pergunta sobre exposição à propaganda política por parte das lideranças não especificava o local da exposição, é bem provável que evangélicos tenham sido expostos em outros contextos que não o dos cultos.

Com relação ao interesse por política, ela foi determinante apenas para católicos e pentecostais. Para ambos os grupos, quanto maior o grau de interesse por política, maior a chance

---

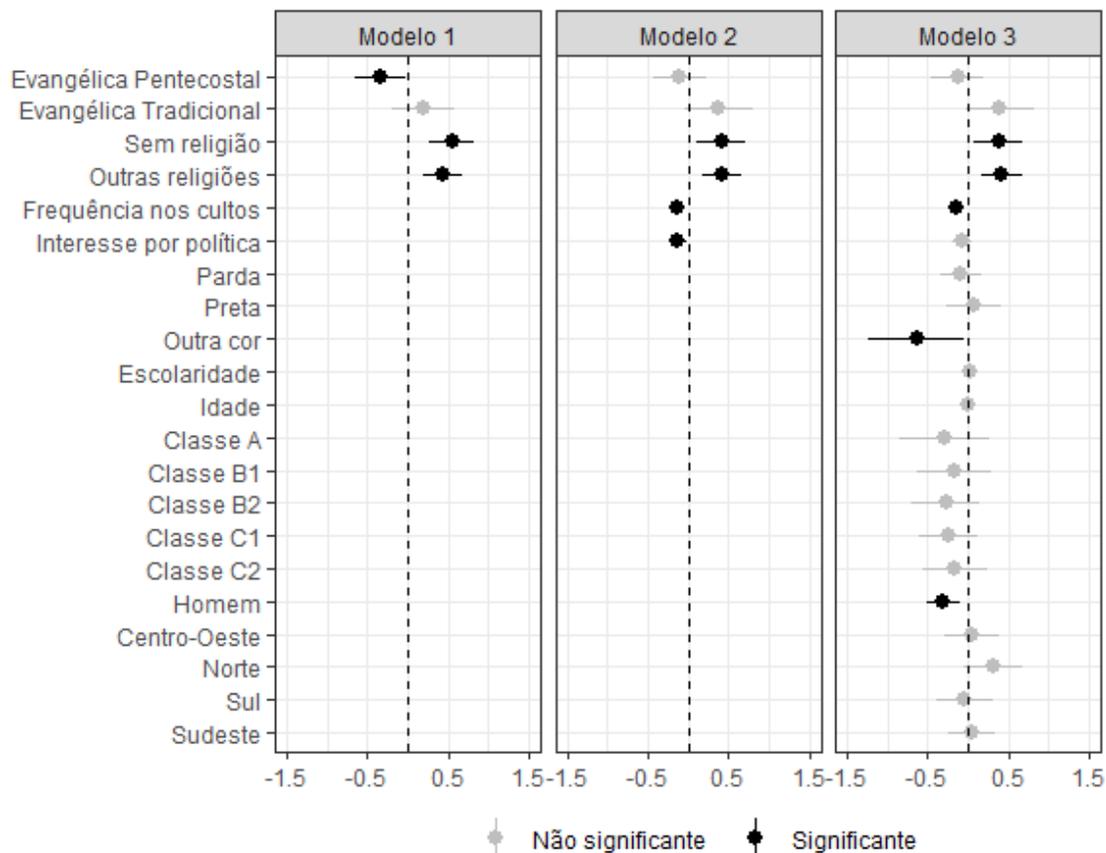
<sup>29</sup> A variável atitude em relação aos pastores varia de uma avaliação positiva (1- aprova fortemente) à uma negativa (7- desaprova fortemente). Portanto, quando o sinal do coeficiente estiver negativo, devemos interpretar que os eleitores mais assíduos possuem maior chance de aceitar que pastores falem sobre política. Essa variável foi modificada, tendo sua escala invertida. No original ela varia de uma aprovação negativa (1) à uma positiva (7).

de ter escutado os pastores fazerem propaganda pró-Bolsonaro (75% e 81% a mais de chance, respectivamente). Segundo a literatura, o interesse por política é um atributo individual que pode fazer com que fiéis tenham mais atenção as mensagens políticas das lideranças religiosas. Este capítulo revelou que essa condição não pode ser generalizada para todos os grupos religiosos, havendo especificidades. Isso pode ocorrer pela forma como as mensagens são transmitidas. Mensagens explícitas de apoio a algum candidato não requerem grandes habilidades para serem compreendidas como apoio político. A partir dos resultados, é possível pensar uma agenda de pesquisa que examine os conteúdos das propagandas políticas em cada um desses grupos religiosos.

Para testar a robustez desses achados, o Anexo C.1 traz testes para verificar se a significância estatística dessas variáveis para cada grupo religioso não foi produzida por aquilo que Lenz e Sahn (2021) chamam de efeito de supressão (*suppression effect*). Por efeito de supressão os autores compreendem que tanto a magnitude quanto a significância de um efeito podem ser produzidas por covariáveis controladas no modelo. Os resultados indicam que não é o caso dos modelos acima. Os resultados não apontam para a existência de efeito de supressão, embora tenha-se notado que o efeito da variável frequência nos cultos deixou de ser significativo para católicos após o controle por covariáveis.

Uma vez descobertas as variáveis associadas à exposição à propaganda política pró-Bolsonaro, examino agora qual a atitude dos eleitores em relação ao fato das lideranças religiosas fazerem campanha política para algum candidato. Será que evangélicos tem mais chance de aceitarem essa prática?

Figura 15 – Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas



Fonte: *Democracy on the Ballot*, 2018.

Os resultados indicam que a identidade religiosa pentecostal está positivamente associada a aprovação das campanhas políticas pelas lideranças religiosas, mas seu efeito desaparece quando se controla pelo efeito das variáveis frequência nos cultos e interesse por política. As demais identidades religiosas não apresentaram resultados significantes em nenhum dos modelos. Por outro lado, quanto mais um eleitor frequenta os cultos, maior a chance de aprovar essa prática.<sup>30</sup>

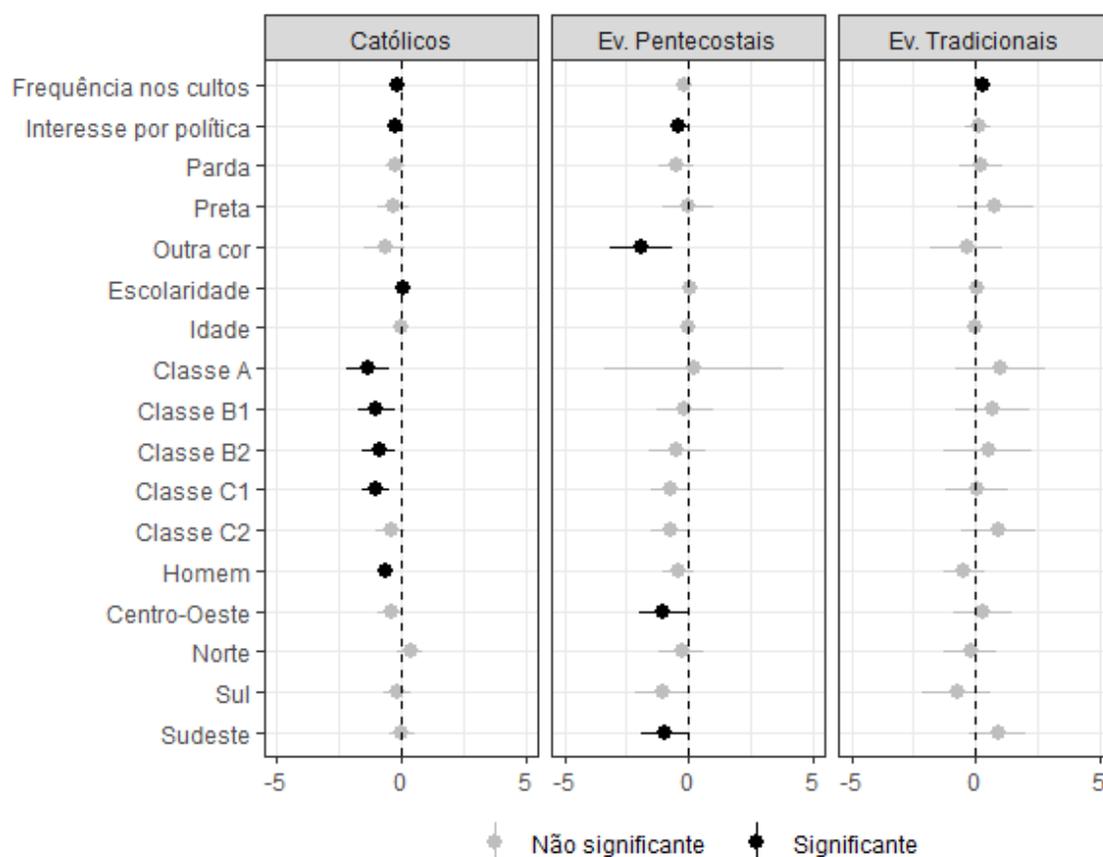
Ainda, interesse por política também parece estar associado a aceitação dessa prática (modelo 2), mas perde significância estatística quando o modelo insere outras covariáveis

<sup>30</sup> A variável atitude em relação aos pastores varia de uma avaliação positiva (1- aprova fortemente) à uma negativa (7- desaprova fortemente). Portanto, quando o sinal do coeficiente estiver negativo, devemos interpretar que os eleitores mais assíduos possuem maior chance de aceitar que pastores falem sobre política. Essa variável foi modificada, tendo sua escala inverida. No original ela varia de uma aprovação negativa (1) à uma positiva (7).

sociodemográficas. Essa perda de significância entre os modelos aninhados produz o contrário daquilo que Lenz e Sahn (2021) chamam de efeito de supressão.

Passo agora para a análise do efeito da frequência nos cultos e do interesse por política sobre as atitudes em relação aos pastores em cada grupo religioso.

Figura 16 – Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso



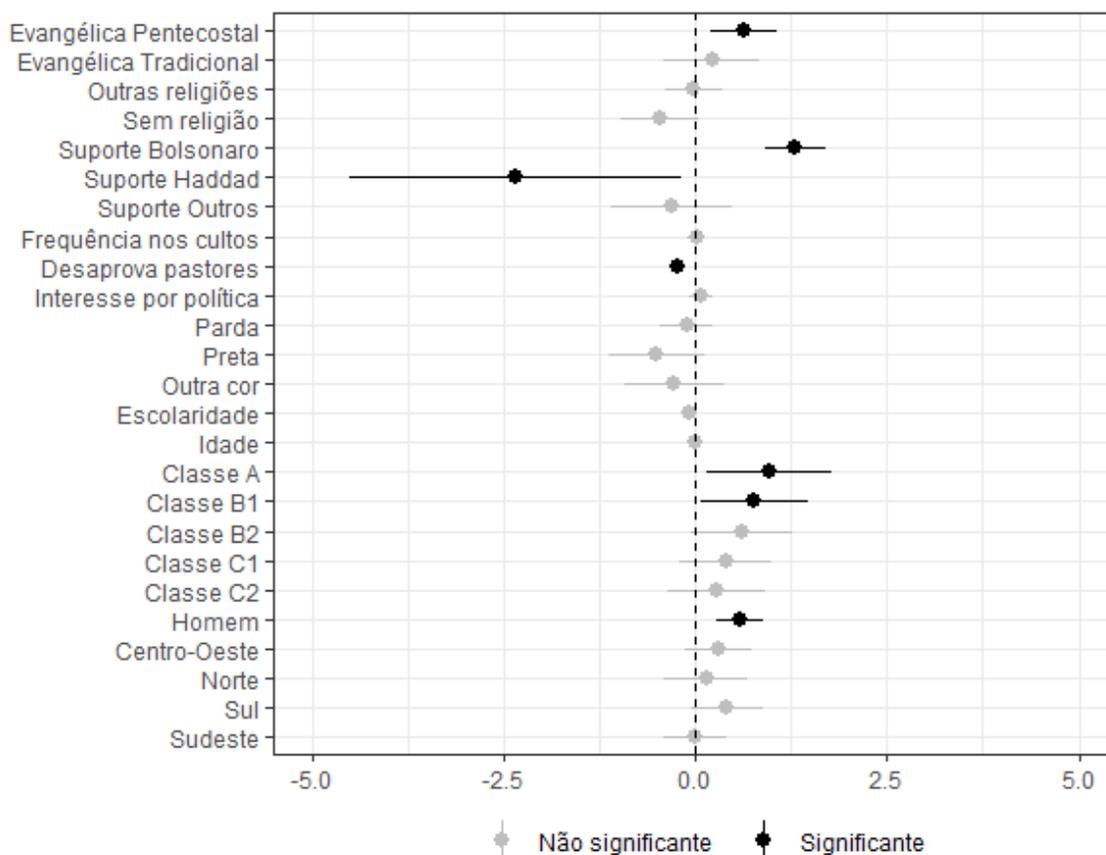
Fonte: *Democracy on the Ballot*, 2018.

Entre os pentecostais, quanto maior o interesse por política menor a chance de reprovar essa prática por parte das lideranças religiosas (18% a menos de chance a cada ponto da escala, aproximadamente). Entre os tradicionais, a maior frequência nos cultos está associada a rejeição dessa prática (39% a mais de chance a cada ponto da escala, aproximadamente). Entre os católicos, tanto a frequência nos cultos quanto o interesse por política estão negativamente relacionados com a rejeição das campanhas políticas nas Igrejas (aproximadamente 15% e 22% a menos de chance a cada ponto na escala, respectivamente). Por outro lado, a maior escolaridade entre os católicos está

associada a rejeição dessa conduta (11% a mais de chance a cada ponto na escala, aproximadamente). Os testes de robustez no Anexo C.2 não apontam para indícios de efeito de supressão.

Atinente a última questão de pesquisa, os resultados apontam que os Pentecostais (Católicos como referência) tem maior chance (90% a mais de chance, aproximadamente) de ter votado em Bolsonaro em 2018. O modelo não apontou para diferenças estatisticamente significantes entre evangélicos tradicionais e católicos. Tal resultado corrobora com algumas críticas que apontam para a impossibilidade de considerar os evangélicos como um bloco eleitoral homogêneo. Como apontado por Silva (2019), os pentecostais estão, desde 2002, associados à rejeição ao PT. Como apresentado no primeiro capítulo, além de diferenças denominacionais, há diferenças eleitorais também marcadas por gênero e cor no eleitorado evangélico.

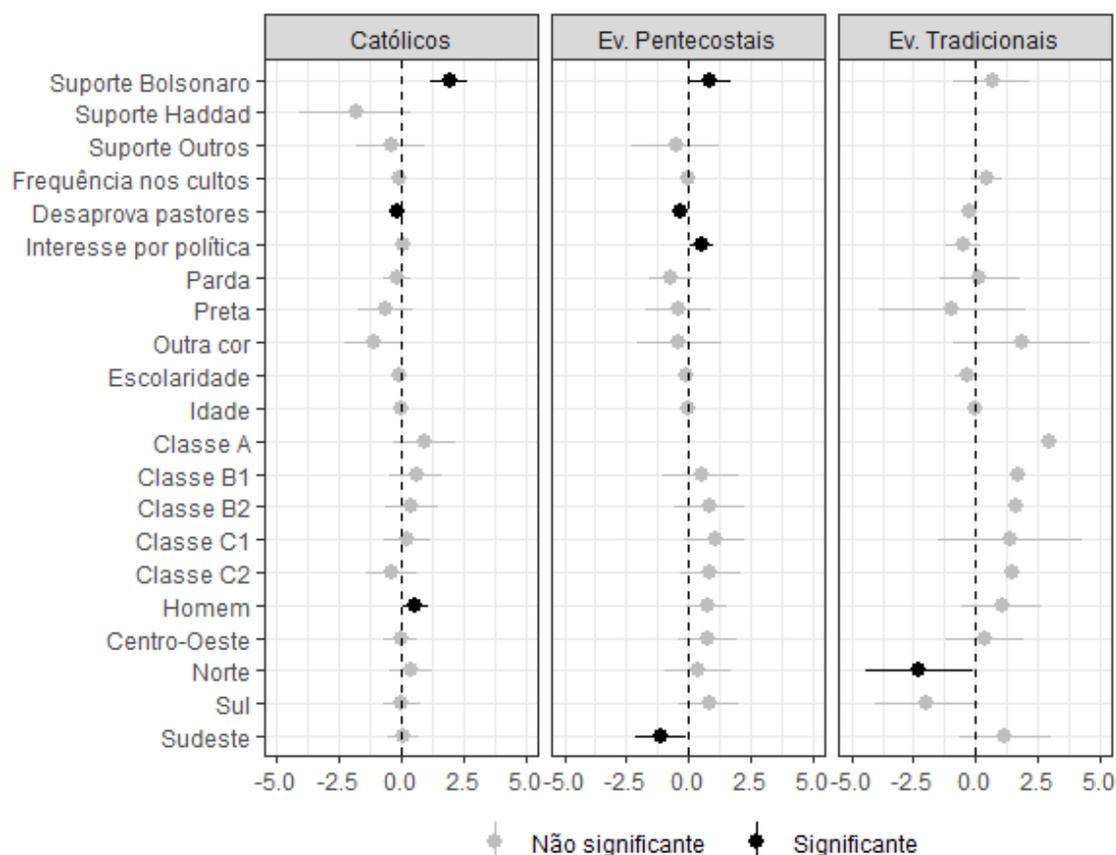
Figura 17 – Chance de votar em Bolsonaro



Fonte: *Democracy on the Ballot*, 2018.

Com relação ao fato de terem sido expostos à propaganda política pró-Bolsonaro, por parte das lideranças religiosas, o modelo aponta que esse foi sim um fator chave para explicar o voto no candidato. Quem foi exposto à campanha pró-Bolsonaro (em relação a quem não foi) tem 3,69 vezes mais chance de ter votado no candidato. Por outro lado, quem foi exposto às mensagens pró-Haddad apresentaram menor chance de ter votado em Bolsonaro (0,1 a menos de chance, aproximadamente). Por fim, quem desaprova que pastores façam campanhas em favor de algum candidato apresentou menos chance de votar em Bolsonaro (0,79 a menos de chance, aproximadamente, a cada ponto na escala). Passo agora a analisar o comportamento dessas variáveis dentro de cada grupo religioso. Para isso, basta filtrar o banco de dados e reproduzir o modelo anterior (excluindo a variável de identidade religiosa).

Figura 18 – Chance de votar em Bolsonaro em cada grupo religioso



Fonte: *Democracy on the Ballot*, 2018.

Os resultados mostram que ter escutado suas lideranças religiosas apoiando Bolsonaro foi determinante para o voto no candidato entre Católicos e Pentecostais, mas não entre os tradicionais.

Tal resultado confirma em parte a hipótese apresentada pelo capítulo e soma-se a outros trabalhos que apontam para a importância que as lideranças religiosas têm sobre a escolha eleitoral dos fiéis em eleições para presidente no Brasil. Por outro lado, os resultados indicam que as mensagens das lideranças não é um determinante para todos os grupos religiosos. Outra variável que também apresentou significância estatística foi a atitude em relação ao fato de pastores fazerem propaganda política. Entre Católicos e Pentecostais, quem tende a discordar desse envolvimento político das lideranças religiosas tendem a votar menos em Bolsonaro. Por fim, o interesse por política se mostrou determinante apenas para os pentecostais, apresentando uma relação positiva com o voto em Bolsonaro. O teste de robustez consta no Anexo C3.

Esses resultados chamam a atenção pelo fato de tanto pentecostais quanto tradicionais apresentarem mais chance de ter escutado suas lideranças fazendo propaganda pró-Bolsonaro, como foi apresentado na resposta a primeira questão de pesquisa. Apesar de terem mais chance de escutar suas lideranças fazendo propaganda política em favor de Bolsonaro, esse não se mostrou um fator decisivo para que esse grupo optasse pelo candidato em 2018. Tais descobertas contribuem com o debate sobre os mecanismos por meio dos quais os evangélicos (pentecostais e tradicionais) optaram por Bolsonaro em 2018.

### **3.6 Conclusão**

Neste capítulo apresentei a discussão sobre o efeito das mensagens das lideranças religiosas sobre o voto dos fiéis. A literatura se divide entre os céticos desse efeito e aqueles que apontam para a importância dessas lideranças de opinião para o comportamento eleitoral. No Brasil, esse debate, atinente às eleições executivas, é incipiente. Além disso, não segue a complexidade dos desenhos de pesquisa já consolidados nos Estados Unidos. Um dos empecilhos para isso é a ausência de bancos de dados de opinião pública que fornecem medidas sobre essa exposição às mensagens políticas.

Os resultados apontam que, tanto os evangélicos pentecostais quanto os tradicionais, estiveram mais expostos às mensagens políticas pró-Bolsonaro, emitidas por suas lideranças religiosas. Além disso, descobriu-se que a frequência nos cultos não é um dos mecanismos que explicam esse fato, revelando a existência de múltiplos contextos de influência política que essas lideranças religiosas podem atuar. Com relação à atitude dos fiéis em relação ao envolvimento

político pelas lideranças religiosas, os pentecostais mais interessados por política se posicionam de forma mais favorável, ao passo que os tradicionais que costumam frequentar mais os cultos se opõem a essa prática.

Ainda, descobriu-se que essas mensagens não tem a mesma eficácia em todos os grupos evangélicos, mas apenas entre os pentecostais. Porém, entre aqueles pentecostais que desaprovam o envolvimento político dos pastores, há menor chance de votar em Bolsonaro, ao passo que os mais interessados votam mais no candidato.

Por fim, o capítulo ainda revelou que entre os católicos, embora estivessem menos expostos que os evangélicos, a frequência nos cultos é um dos determinantes dessa exposição. Tal dado sugere que as missas são os principais contextos de influência política para esse grupo. Além disso, os resultados mostram que as mensagens pró-Bolsonaro dos padres tem efeito positivo sobre o voto dos católicos. Pouco se tem dito sobre os mecanismos de ativação do voto católico em Bolsonaro, mesmo eles representando a maior parcela do eleitorado.

## 4 CONCLUSÃO

Neste trabalho, me debrucei sobre três dimensões da religião (*belonging, behavior, beliefs*) e seu efeito sobre o voto dos evangélicos nas eleições de 2018. No primeiro capítulo, encontrei que a identidade evangélica não pode ser pensada como um elemento identitário fechado, capaz de homogeneizar as preferências eleitorais desse segmento religioso. A contribuição do capítulo foi revelar que identidades de gênero e cor atuam como fontes de pressão cruzada sobre o voto dos evangélicos em Bolsonaro. Na média, mulheres pretas evangélicas apresentaram a menor probabilidade de votar em Bolsonaro. Uma das razões teóricas por trás desse efeito poderiam ser atribuídas à lógica do voto econômico. Mulheres pretas evangélicas são, na média, pobres e moradoras de periferias. A partir de 2006, esse tipo de eleitor foi associado ao voto no PT. Por outro lado, o modelo controla pelo efeito de variáveis associadas ao campo econômico. Dessa forma, outras razões, que não as de ordem econômica precisam ser exploradas pela literatura para melhor compreender a lógica do voto das evangélicas pretas.

No segundo capítulo, me debrucei sobre o papel desempenhado pelos valores conservadores nos votos dos evangélicos pentecostais e tradicionais. Neste capítulo optei por separar os grupos evangélicos, uma vez que a literatura chama atenção para o fato de que os pentecostais representam a parte mais conservadora desse segmento evangélico. Minha contribuição se dá a partir da crítica ao campo de estudos eleitorais que utilizam a identidade religiosa como uma *proxy* para conservadorismo. Tais modelos não acompanham os avanços da literatura, que explicam tanto a complexidade da relação entre religião e valores quanto a própria complexidade da medida de conservadorismo. Nesse capítulo dialoguei com uma abordagem operacional de ideologia conservadora, mas os dados não permitiram contruir uma medida latente para essa variável. A alternativa utilizada foi trabalhar com medidas associadas ao conservadorismo e compreendê-las como “pistas” eleitorais. O principal desafio metodológico do capítulo foi elaborar um desenho de mediação que pudesse testar se o conservadorismo importou para o voto evangélico em Bolsonaro. Para isso, utilizamos uma abordagem de mediação teórica (PANDEY; ELLIOTT, 2010), que, embora não permita mensurar qual a porcentagem do voto evangélico que é explicada pelo conservadorismo, permite testar se o conservadorismo é uma variável mediadora. Os resultados indicam que apenas a questão do casamento entre pessoas do mesmo sexo, mas não o aborto, se mostrou como uma “pista” importante para o voto dos pentecostais em Bolsonaro. Por outro lado,

os testes de robustez colocam suspeita sobre esse resultado. Pentecostais menos favoráveis ao casamento entre pessoas do mesmo sexo não apresentaram mais chance de votar em Bolsonaro do que seus pares que apoiam esse tipo de união civil. Apesar dos resultados chamarem atenção para a necessidade de o campo ser mais cético em relação ao papel do conservadorismo, o capítulo mostra que é importante pensar outras variáveis associadas ao conservadorismo, e não só o aborto, variável superestimada pela literatura. Outra limitação, que precisa ser tratada por futuras pesquisas, é que os bancos de dados não possuem informações suficientes para lidarmos adequadamente com o conservadorismo enquanto uma ideologia.

Por fim, no terceiro capítulo, analisei se as lideranças religiosas importam para a decisão do voto dos evangélicos. Esse capítulo preenche uma lacuna na literatura ao trabalhar com variáveis que mensuram diretamente a exposição dos fiéis às mensagens políticas emitidas por suas lideranças religiosas. Antes desse estudo, a literatura trabalhava com variáveis que mensuravam indiretamente esse fenômeno de comunicação políticas nas Igrejas. Ainda, com os dados utilizados nas análises, foi possível compreender as dinâmicas de comunicação política que não estão restritas apenas às grandes Igrejas e que envolvem apenas as principais lideranças religiosas desse grupo. Os testes revelaram que os pentecostais estiveram mais expostos às propagandas políticas por parte de suas lideranças religiosas e isso afetou suas escolhas eleitorais em favor de Bolsonaro. Outro achado que amplia o campo de discussão foi sobre os condicionantes dessa exposição às mensagens políticas. O hábito de frequentar os cultos não apareceu como uma variável importante para essa exposição, mas o interesse pela política sim. Tal achado orienta a literatura a ser mais cética em relação ao papel dos cultos no processo de persuasão política e aprofundar na análise de variáveis intervenientes. É preciso explorar outros espaços de interação dos evangélicos para melhor compreender essa dinâmica de comunicação política. Reuniões fechadas, grupos de oração, reuniões de célula entre outras formas precisam receber maior atenção da Ciência Política.

Dada a importância que esse tema vem ganhando na Ciência Política e considerando o aumento no peso eleitoral desse grupo religioso no Brasil, novas agendas de pesquisa encontrarão espaço para avançar em análises que buscam compreender as razões por trás do voto dos evangélicos. Ao que tudo indica, analisando as pesquisas de intenção de voto para o ano eleitoral de 2022, há indícios de clivagens religiosas no eleitorado brasileiro. Os evangélicos têm se apresentado como um grupo de sustentação de Bolsonaro (e do bolsonarismo). Dessa forma, novas

pesquisas precisam investigar a relação desse grupo com o compromisso democrático. Será que o apoio dos evangélicos a Bolsonaro é algo superficial e do momento ou está ancorado em atitudes antidemocráticas mais enraizadas? Essa é uma agenda de pesquisa que dialoga com o debate clássico da Ciência Política, atinente à clivagem secular-religiosa.

## Referências

- AARTS, O. et al. Does belonging accompany believing? Correlations and trends in Western Europe and North America between 1981 and 2000. **Review of religious research**, p. 16–34, 2008.
- ABRAMOWITZ, A. I. It's abortion, stupid: Policy voting in the 1992 presidential election. **The Journal of Politics**, v. 57, n. 1, p. 176–186, 1995.
- ABRAMOWITZ, A. I.; SAUNDERS, K. L. Is polarization a myth? **The Journal of Politics**, v. 70, n. 2, p. 542–555, 2008.
- ALENCAR, G. de. Protestant Groups and Social Engagement: an analysis of progressive evangelical discourse and collective action. **Religião & Sociedade**, v. 39, p. 173–196, 2020.
- ALMEIDA, M. H. T. de; GUARNIERI, F. H. The unlikely president. **REVISTA EUROLATINOAMERICANA DE ANÁLISIS SOCIAL Y POLÍTICO**, v. 1, n. 1, p. 139–159, 2020.
- ALMEIDA, R. de. A onda quebrada-evangélicos e conservadorismo. **cadernos pagu**, 2017.
- AMARAL, O. E. do. The victory of Jair Bolsonaro according to the Brazilian Electoral Study of 2018. **Brazilian Political Science Review**, v. 14, 2020.
- ANSOLABEHERE, S.; HERSH, E. Gender, race, age, and voting: A research note. In: APSA 2011 Annual Meeting Paper, **Anais...**2011.
- BACHI, L. R. G. O processo de identificação da mulher com o discurso político de Jair Bolsonaro no Facebook. **Revista Interdisciplinar em Estudos de Linguagem**, v. 2, n. 2, 2020.
- BELLO, A. A lógica social do voto correto no Brasil. **Opinião Pública**, v. 22, p. 466–491, 2016.
- BLOOM, P. B.-N.; ARIKAN, G.; COURTEMANCHE, M. Religious social identity, religious belief, and anti-immigration sentiment. **American Political Science Review**, v. 109, n. 2, p. 203–221, 2015.
- BOAS, T. C. Pastor Paulo vs. Doctor Carlos: Professional titles as voting heuristics in Brazil. **Journal of Politics in Latin America**, v. 6, n. 2, p. 39–72, 2014.
- BOAS, T.; SMITH, A. E. Religion and the Latin American voter. **The Latin American Voter**, p. 99–121, 2015.
- BOHN, S. Religião e Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras. In: **O voto para presidente no Brasil: 1989 a 2010: condicionantes e fatores explicativos**. [s.l.] Edufpi, 2014.
- BOHN, S. R. Evangélicos no Brasil: perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral. **Opinião pública**, v. 10, p. 288–338, 2004.
- BOHN, S. R. Contexto político-eleitoral, minorias religiosas e voto em pleitos presidenciais (2002-2006). **Opinião pública**, v. 13, p. 366–387, 2007.

BURITY, J. Religião, Cultura e Espaço Público: Onde Estamos na Presente Conjuntura? **Religião, Cultura e Espaço Público**, p. 13–50, 2016.

BURITY, J. Conservative Wave, Religion and the Secular State in Post-impeachment Brazil. **International Journal of Latin American Religions**, v. 4, p. 83–107, 2020.

CAMARGO, C. F. et al. Perfil socioeconômico dos beneficiários do programa Bolsa Família. **IPEA. Programa Bolsa Família: uma década de inclusão e cidadania. Brasília: Governo Federal**, 2013.

CAMPBELL, A. et al. **The american voter**. [s.l.] University of Chicago Press, 1980.

CARREIRÃO, Y. de S. Relevant factors for the voting decision in the 2002 presidential election: an analysis of the ESEB (Brazilian Electoral Study) Data. **Brazilian Political Science Review (Online)**, v. 1, n. SE, p. 0–0, 2007.

COHEN, M. J. et al. **Democracy on the Ballot Panel Study: Brazil 2018 (Update 14 May 2021)** Harvard Dataverse, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.7910/DVN/4IZ11I>>.

CONOVER, P. J. The influence of group identifications on political perception and evaluation. **The Journal of Politics**, v. 46, n. 3, p. 760–785, 1984.

CUNHA, C. V. da. IRMÃOS CONTRA O IMPÉRIO: EVANGÉLICOS DE ESQUERDA NAS ELEIÇÕES 2020 NO BRASIL. **Debates do NER**, v. 1, n. 39, p. 13–80, 2021.

CYFER, I. A bruxa está solta: os protestos contra a visita de Judith Butler ao Brasil à luz de sua reflexão sobre ética, política e vulnerabilidade. **cadernos pagu**, n. 53, 2018.

DE KOSTER, W.; VAN DER WAAL, J. Cultural value orientations and Christian religiosity: On moral traditionalism, authoritarianism, and their implications for voting behavior. **International Political Science Review**, v. 28, n. 4, p. 451–467, 2007.

DECANIO, S. Religion and nineteenth-century voting behavior: a new look at some old data. **The Journal of Politics**, v. 69, n. 2, p. 339–350, 2007.

DIX, R. H. Cleavage structures and party systems in Latin America. **Comparative politics**, v. 22, n. 1, p. 23–37, 1989.

DJUPE, P. A.; CALFANO, B. R. Divine intervention? The influence of religious value communication on US intervention policy. **Political Behavior**, v. 35, n. 4, p. 643–663, 2013.

DJUPE, P. A.; GILBERT, C. P. The political voice of clergy. **Journal of Politics**, v. 64, n. 2, p. 596–609, 2002.

DJUPE, P. A.; GILBERT, C. P. **The political influence of churches**. [s.l.] Cambridge University Press, 2009.

DJUPE, P. A.; NEIHEISEL, J. R. The Religious Communication Approach and Political Behavior. **Political Psychology**, 2022.

ESAREY, J.; SUMNER, J. L. Marginal effects in interaction models: Determining and controlling the false positive rate. **Comparative Political Studies**, v. 51, n. 9, p. 1144–1176, 2018.

FERREIRA, M. G. M.; FUKS, M. O hábito de frequentar cultos como mecanismo de mobilização eleitoral: o voto evangélico em Bolsonaro em 2018. **Revista Brasileira de Ciência Política**, 2021.

FRESTON, P. Protestantismo e Democracia no Brasil. **Lusotopic**, v. 6, n. 1, p. 329–350, 1999.

GERBER, A. S. et al. How large and long-lasting are the persuasive effects of televised campaign ads? Results from a randomized field experiment. **American Political Science Review**, v. 105, n. 1, p. 135–150, 2011.

GIMENES, É. R. et al. Partidarismo no Brasil: Análise longitudinal dos condicionantes da identificação partidária (2002-2014). **Revista Debates**, v. 10, n. 2, p. 121–148, 2016.

GLAZIER, R. A. Bridging religion and politics: The impact of providential religious beliefs on political activity. **Politics and Religion**, v. 8, n. 3, p. 458–487, 2015.

GUEDES-NETO, J. V. Voto e identificação partidária em 2018: ordenação social na política brasileira. **Opinião Pública**, v. 26, p. 431–451, 2021.

HAINMUELLER, J.; MUMMOLO, J.; XU, Y. How much should we trust estimates from multiplicative interaction models? Simple tools to improve empirical practice. **Political Analysis**, v. 27, n. 2, p. 163–192, 2019.

HILL, S. J. et al. How quickly we forget: The duration of persuasion effects from mass communication. **Political Communication**, v. 30, n. 4, p. 521–547, 2013.

HOFSTETTER, C. R.; AYERS, J. W.; PERRY, R. The bishops and their flock: John Kerry and the case of Catholic voters in 2004. **Politics and Religion**, v. 1, n. 3, p. 436–455, 2008.

HOLZHACKER, D. O.; BALBACHEVSKY, E. Classe ideologia e política: uma interpretação dos resultados das eleições de 2002 e 2006. **Opinião Pública**, v. 13, p. 283–306, 2007.

HUCKFELDT, R. R.; SPRAGUE, J. **Citizens, politics and social communication: Information and influence in an election campaign**. [s.l.] Cambridge University Press, 1995.

HUCKFELDT, R.; IKEDA, K.; PAPPI, F. U. Patterns of disagreement in democratic politics: Comparing Germany, Japan, and the United States. **American Journal of Political Science**, v. 49, n. 3, p. 497–514, 2005.

IMAI, K. et al. Unpacking the black box of causality: Learning about causal mechanisms from experimental and observational studies. **American Political Science Review**, p. 765–789, 2011.

INGLEHART, R. **The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics**. [s.l.] Princeton University Press, 2015.

INGLEHART, R. F. **Religion's sudden decline: What's causing it, and what comes next?** [s.l.] Oxford University Press, 2020.

IYENGAR, S.; PETERS, M. D.; KINDER, D. R. Experimental demonstrations of the “not-so-minimal” consequences of television news programs. **American political science review**, v. 76, n. 4, p. 848–858, 1982.

JOST, J. T. et al. **Political conservatism as motivated social cognition**. [s.l.] Routledge, 2018.

KNOLL, B. R.; BOLIN, C. J. Religious communication and persuasion. In: **Oxford Research Encyclopedia of Politics**. [s.l.: s.n.]

KROSNICK, J. A. Attitude importance and attitude accessibility. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 15, n. 3, p. 297–308, 1989.

KROSNICK, J. A.; KINDER, D. R. Altering the foundations of support for the president through priming. **American Political Science Review**, v. 84, n. 2, p. 497–512, 1990.

LACERDA, F. Pentecostais, Clientelismo e Política: uma avaliação da literatura sobre América Latina e Brasil. **Leviathan (São Paulo)**, n. 12, p. 1–44, 2016.

LACERDA, F. Performances eleitorais dos evangélicos no Brasil. In: **Novo ativismo político no Brasil: os evangélicos do século XXI**. [s.l.] Konrad Adenauer Stiftung, 2020. p. 257–270.

LAU, R. R.; REDLAWSK, D. P. Voting correctly. **American Political Science Review**, v. 91, n. 3, p. 585–598, 1997.

LAYMAN, G. **The great divide: Religious and cultural conflict in American party politics**. [s.l.] Columbia University Press, 2001.

LAYMAN, G. C. Religion and political behavior in the United States: The impact of beliefs, affiliations, and commitment from 1980 to 1994. **Public Opinion Quarterly**, p. 288–316, 1997.

LAYTON, M. L. et al. Demographic polarization and the rise of the far right: Brazil's 2018 presidential election. **Research & Politics**, v. 8, n. 1, p. 2053168021990204, 2021.

LAZARSELD, P. F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. The people's choice. 1968.

LEEGE, D. C.; KELLSTEDT, L. A. **Rediscovering the religious factor in American politics**. [s.l.] Routledge, 2016.

LENZ, G. S.; SAHN, A. Achieving statistical significance with control variables and without transparency. **Political Analysis**, v. 29, n. 3, p. 356–369, 2021.

LIPSET, S. M.; MAN, P. The social bases of politics. **Baltimore: The Johns Hopkins University Press**, 1960.

LIPSET, S. M.; ROKKAN, S.; et al. Cleavage structures, party systems, and voter alignments: an introduction. 1967.

- LUMLEY, T. Package “survey”. Available at the following link: <https://cran.r-project.org>, 2020.
- MAINWARING, S.; TORCAL, M.; SOMMA, N. M. The left and the mobilization of class voting in Latin America. **The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts**, p. 69–98, 2015.
- MARGOLIS, M. F. From politics to the pews. In: **From Politics to the Pews**. [s.l.] University of Chicago Press, 2018.
- MARIANO, Ricardo. Expansão e ativismo político de grupos evangélicos conservadores: secularização e pluralismo em debate. **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, v. 16, p. 708-726, 2016.
- MARIANO, R.; GERARDI, D. A. Eleições presidenciais na América Latina em 2018 e ativismo político de evangélicos conservadores. **Revista usp**, n. 120, p. 61–76, 2019.
- MARIANO, R.; PIERUCCI, A. F. O envolvimento dos pentecostais na eleição de Collor. **Novos Estudos Cebrap**, v. 34, n. 3, p. 92–106, 1992.
- MATOS, M.; PINHEIRO, M. B. Dilemas do conservadorismo político e do tradicionalismo de gênero no processo eleitoral de 2010: o eleitorado brasileiro e suas percepções. **Mulheres nas eleições**, p. 47–89, 2010.
- MCCLENDON, G. Religious communication and the effects of priming. In: **Oxford Research Encyclopedia of Politics**. [s.l.: s.n.]
- MCCLENDON, G. H.; RIEDL, R. B. **From PEWS to politics: Religious sermons and political participation in Africa**. [s.l.] Cambridge University Press, 2019.
- MCCLENDON, G.; RIEDL, R. B. Religion as a stimulant of political participation: Experimental evidence from Nairobi, Kenya. **The Journal of Politics**, v. 77, n. 4, p. 1045–1057, 2015.
- MCLAUGHLIN, B.; WISE, D. Cueing God: Religious cues and voter support. **Politics and Religion**, v. 7, n. 2, p. 366–394, 2014.
- MISKOLCI, R. Exorcizando um fantasma: os interesses por trás do combate à “ideologia de gênero”. **cadernos pagu**, n. 53, a2018.
- MISKOLCI, R. Exorcizando um fantasma: os interesses por trás do combate à “ideologia de gênero”. **cadernos pagu**, n. 53, b2018.
- MISKOLCI, R.; PEREIRA, P. P. G. Quem tem medo de Judith Butler? A cruzada moral contra os direitos humanos no Brasil. **cadernos pagu**, n. 53, 2018.
- NETTO, G. F.; SPECK, B. W. O dinheiro importa menos para os candidatos evangélicos? **Opinião Pública**, v. 23, p. 809–836, 2017.
- NEVES, R. “Joga pedra na Judith”: discursos de ódio e populismo. **cadernos pagu**, n. 53, 2018.

- NICOLAU, J. Determinantes do voto no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2010: uma análise exploratória. **Opinião Pública**, v. 20, p. 311–325, 2014.
- NICOLAU, J. **O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. [s.l.] Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2020.
- NORRIS, P.; INGLEHART, R. **Sacred and secular: Religion and politics worldwide**. [s.l.] Cambridge University Press, 2011.
- NORRIS, P.; INGLEHART, R. **Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism**. [s.l.] Cambridge University Press, 2019.
- OLIVEIRA, C.; TURGEON, M. Ideologia e comportamento político no eleitorado brasileiro. **Opinião Pública**, v. 21, p. 574–600, 2015.
- ORO, A. P. Neopentecostais e afro-brasileiros: quem vencerá esta guerra? **Debates do NER**, 1997.
- OSKAMP, S.; SCHULTZ, P. W. **Attitudes and opinions**. [s.l.] Psychology Press, 2005.
- PANDEY, S.; ELLIOTT, W. Suppressor variables in social work research: Ways to identify in multiple regression models. **Journal of the Society for Social Work and Research**, v. 1, n. 1, p. 28–40, 2010.
- PEIXOTO, V.; RENNÓ, L. Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. **Opinião Pública**, v. 17, p. 304–332, 2011.
- PRANDI, R.; DOS SANTOS, R. W.; BONATO, M. Igrejas Evangélicas como Máquinas Eleitorais no Brasil. **Revista USP**, n. 120, p. 43–60, 2019.
- PUTNAM, R. D.; CAMPBELL, D. E.; GARRETT, S. R. **American grace: How religion divides and unites us**. [s.l.] Simon; Schuster, 2012.
- RAYMOND, C. D. Electoral choice and religion: an overview. **Oxford Research Encyclopedia of Politics**, 2018.
- REINA, M. L. Pentecostalismo e questão racial no Brasil: desafios e possibilidades do ser negro na igreja evangélica. **Plural**, v. 24, n. 2, p. 253–275, 2017.
- RENNÓ, L. The Bolsonaro Voter: Issue Positions and Vote Choice in the 2018 Brazilian Presidential Elections. **Latin American Politics and Society**, v. 62, n. 3, p. 1, 2020.
- RENNÓ, L.; AMES, B. PT no purgatório: ambivalência eleitoral no primeiro turno das eleições presidenciais de 2010. **Opinião Pública**, v. 20, p. 01–25, 2014.
- RODRIGUES, G. A.; FUKS, M. Grupos sociais e preferência política: o voto evangélico no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 30, n. 87, p. 115–128, 2015.
- RODRIGUES-SILVEIRA, R.; CERVI, E. U. Evangélicos e voto legislativo: Diversidade confessional e voto em deputados da bancada evangélica no Brasil. **Latin American Research Review**, v. 54, n. 3, p. 560–573, 2019.

ROSAS, N.; MUNIZ, J. O. O hábito faz o monge? Frequência e autopercepção religiosas no Brasil. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, v. 19, n. 1, p. 187–213, 2014.

RUDNITZKI, E.; CORREA, M. **Grupos evangélicos ajudaram a espalhar fake news de Bolsonaro sobre esquerda e pedofilia** Agência Pública, 2022. Disponível em: <<https://apublica.org/2020/07/grupos-evangelicos-e-olavistas-ajudaram-a-espalhar-fake-news-de-bolsonaro-sobre-esquerda-e-pedofilia/>>.

SAMUELS, D. J.; ZUCCO, C. **Partisans, antipartisans, and nonpartisans: voting behavior in Brazil**. [s.l.] Cambridge University Press, 2018.

SANTOS, A. M. dos. Identidade negra e neopentecostalismo: o caso Reginaldo Germano. **Anais dos Simpósios da ABHR**, v. 13, 2012.

SCHETLE, C. P.; CORNELL, N. Hearing clergy speak about social and political issues: Examining the effects of religious tradition and personal interest. **Social Science Quarterly**, v. 96, n. 1, p. 148–160, 2015.

SILVA, T. M. da. Para além de esquerda e direita: a multidimensionalidade das crenças no Brasil contemporâneo (1989-2014). p. 182 f., 2017.

SILVA, V. A. A. **A religião distrai os pobres? Pentecostalismo e voto redistributivo no Brasil**. 2019. Universidade de São Paulo, 2019.

SINGER, A. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos estudos CEBRAP**, p. 83–102, 2009.

SMITH, A. E. Democratic talk in church: religion and political socialization in the context of urban inequality. **World Development**, v. 99, p. 441–451, 2017.

SMITH, A. E. **Religion and Brazilian Democracy: Mobilizing the People of God**. [s.l.: s.n.]

SOARES, G. A. The Brazilian political system: New parties and old cleavages. **Luso-Brazilian Review**, p. 39–66, 1982.

SOARES, G. A. D.; VALLE SILVA, N. do. Urbanization, race, and class in Brazilian politics. **Latin American Research Review**, p. 155–176, 1987.

STOKES, S. C. et al. **Brokers, voters, and clientelism: The puzzle of distributive politics**. [s.l.] Cambridge University Press, 2013.

STORM, I. Morality in context: A multilevel analysis of the relationship between religion and values in Europe. **Politics and Religion**, v. 9, n. 1, p. 111–138, 2016.

TAMAKI, E. R.; MENDONÇA, R. F.; FERREIRA, M. G. M. The Symbolic Construction of a Messiah: Jair Bolsonaro's Public, Christian Discourse. In: **When Politicians Talk**. [s.l.] Springer, 2021. p. 73–89.

TEITELBAUM, B. R. **War for eternity: Inside Bannon's far-right circle of global power brokers**. [s.l.] HarperCollins, 2020.

TORCAL, M.; MAINWARING, S. The political recrafting of social bases of party competition: Chile, 1973–95. **British Journal of Political Science**, v. 33, n. 1, p. 55–84, 2003.

VALENZUELA, A. A.; MICHELSON, M. R. Turnout, status, and identity: Mobilizing Latinos to vote with group appeals. **American Political Science Review**, v. 110, n. 4, p. 615–630, 2016.

WILCOX, C.; SIGELMAN, L. Political mobilization in the pews: Religious contacting and electoral turnout. **Social Science Quarterly**, v. 82, n. 3, p. 524–535, 2001.

ZINGHER, J. N. How Social Group Memberships Interact to Shape Partisanship, Policy Orientations, and Vote Choice. **Political Behavior**, p. 1–19, 2021.

ZUCCO JR, C. Esquerda, direita e governo. In: O Congresso por ele mesmo: autopercepções da classe política brasileira. Belo Horizonte: Editora UFMG, **Anais...**2011.

**ANEXOS**

### 3.7 ANEXO A - CAPÍTULO 1

Equação 1 – Formaização dos modelos

$$Voto_i = \beta_0 + \beta_1 IR_i + \beta_2 Covariáveis_i$$

$$Voto_i = \beta_0 + \beta_1 IR_i + \beta_2 IR_i \cdot sexo_i + \beta_3 sexo_i + \beta_4 Covariáveis_i$$

$$Voto_i = \beta_0 + \beta_1 IR_i + \beta_2 IR_i \cdot cor/raça_i + \beta_3 cor/raça_i + \beta_4 Covariáveis_i$$

$$Voto_i$$

$$= \beta_0 + \beta_1 IR_i + \beta_2 sexo_i + \beta_3 cor/raça_i + \beta_4 IR_i \cdot sexo_i \cdot cor/raça_i + \beta_5 IR \cdot sexo_i + \beta_6 IR \cdot cor/raça_i + \beta_7 sexo \cdot cor/raça_i + \beta_8 Covariáveis_i$$

Tabela 1 - Religião, cor e sexo como preditores do voto em Bolsonaro

Variável	Coef. $\beta$	std.error	p.value	CI upper	CI lower
Ateu e Agnóstico	-0.62	0.39	0.11	0.15	-1.40
Evangélicos	0.49	0.10	0.00	0.69	0.30
Não tem Religião	-0.26	0.17	0.13	0.08	-0.60
Outras Religiões	-0.35	0.19	0.06	0.02	-0.71
Outras Cores	-0.12	0.18	0.49	0.23	-0.47
Pardos	-0.04	0.11	0.68	0.16	-0.25
Pretos	-0.43	0.15	0.00	-0.14	-0.72
Masculino	0.53	0.09	0.00	0.70	0.36
escolaridade	0.07	0.02	0.00	0.11	0.03
idade	0.01	0.00	0.05	0.01	0.00
Centro Oeste	0.63	0.18	0.00	0.98	0.28
Norte	0.94	0.18	0.00	1.28	0.60
Sudeste	0.44	0.12	0.00	0.67	0.21
Sul	0.57	0.15	0.00	0.87	0.28

Observações: 2.485  
Tjur's R<sup>2</sup>: 0,054  
RMSE: 0,459  
AIC: 3060,287  
BIC: 3147,558

Tabela 2 - Religião, cor e sexo como preditores do voto em Bolsonaro

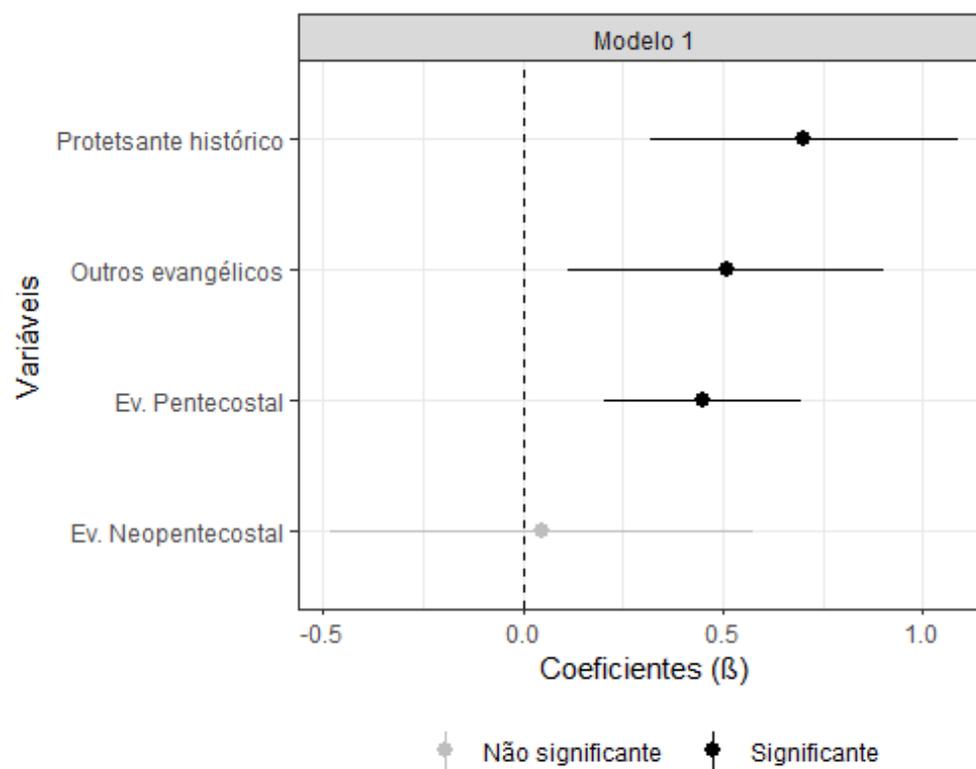
Variável	Coef. $\beta$	std.error	p.value	CI upper	CI lower
Ateu e Agnóstico	-0.63	0.39	0.11	0.14	-1.41
Evangélicos	0.49	0.10	0.00	0.68	0.29
Não tem Religião	-0.27	0.17	0.12	0.07	-0.61
Outras religiões	-0.37	0.19	0.05	-0.01	-0.74

Variável	Coef. $\beta$	std.error	p.value	CI upper	CI lower
Raça (Branços)	0.13	0.10	0.18	0.33	-0.06
Masculino	0.52	0.09	0.00	0.69	0.35
Escolaridade	0.08	0.02	0.00	0.12	0.04
Idade	0.01	0.00	0.04	0.01	0.00
Centro Oeste	0.62	0.18	0.00	0.97	0.27
Norte	0.96	0.17	0.00	1.30	0.62
Sudeste	0.43	0.12	0.00	0.66	0.20
Sul	0.56	0.15	0.00	0.86	0.27

---

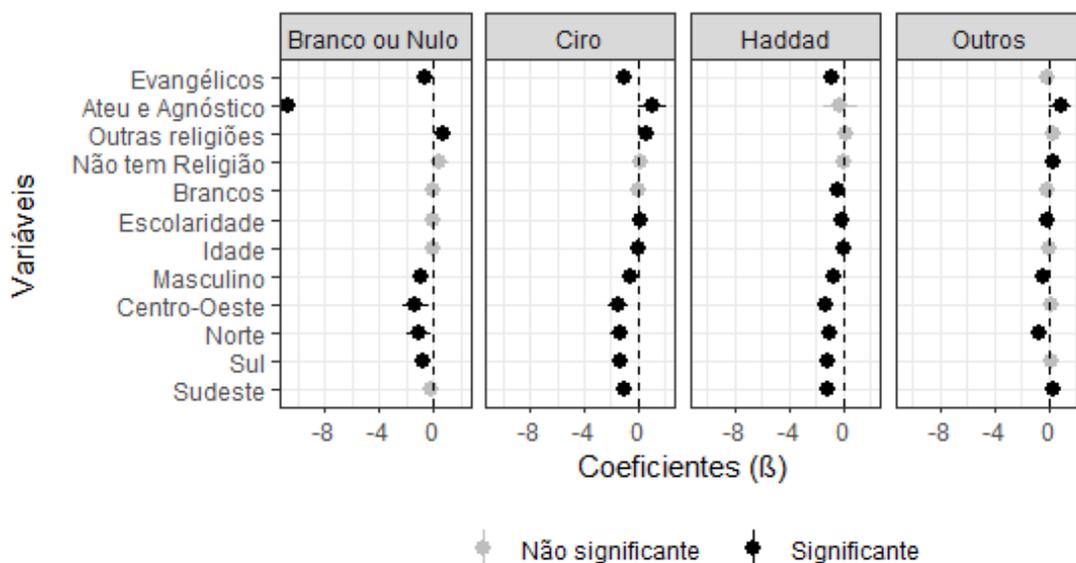
Observações: 2.485  
Tjur's R<sup>2</sup>: 0,051  
RMSE: 0,460  
AIC: 3064,276  
BIC: 3139,910

---

Figura 19 - Efeitos das denominações evangélicas sobre o voto em *Bolsonaro*

**Notas:** Optei por apresentar apenas os coeficientes das denominações religiosas. O modelo utiliza como controles estatísticos as mesmas variáveis dos demais modelos, que são: sexo, escolaridade, idade, região e faixa de renda.

Figura 20 - Religião, raça e sexo como preditores do voto em Bolsonaro



Esse modelo (multinomial) serve como teste de robustez para comparar com o modelo binomial. As categorias da variável dependente são: Bolsonaro (categoria de referência); Haddad; Ciro; BR/NL (brancos e nulos) e; Outros candidatos. Optei por selecionar as categorias que mais apresentavam casos. O gráfico abaixo traz informações apenas sobre variáveis que foram estatisticamente significantes.

### 3.8 ANEXO B - CAPÍTULO 2

Tabela 3 - Determinantes do RCH

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower
Agnóstico ou Ateu	-0.58	0.52	0.26	0.44	-1.60
Evangélica Pentecostal	2.43	0.25	0.00	2.91	1.95
Evangélica Tradicional	2.97	0.32	0.00	3.60	2.34
Nenhuma religião	-0.49	0.30	0.11	0.11	-1.09
Outras Religiões	-0.79	0.37	0.03	-0.06	-1.52
Escolaridade	-0.16	0.03	0.00	-0.11	-0.22
Idade	0.05	0.01	0.00	0.06	0.03
Homem	0.82	0.19	0.00	1.18	0.45
Indígena	0.02	0.73	0.98	1.45	-1.41
Outras cores	-0.57	0.39	0.15	0.20	-1.33
Parda	-0.21	0.24	0.38	0.25	-0.67
Preta	0.22	0.29	0.45	0.78	-0.35
Centro-Oeste	-0.58	0.31	0.06	0.02	-1.18
Norte	0.42	0.30	0.16	1.00	-0.16
Sudeste	-0.64	0.24	0.01	-0.16	-1.12
Sul	-1.08	0.31	0.00	-0.48	-1.68

Observações: 1.453  
AIC: 7743,110  
BIC: 7838,175  
R<sup>2</sup> ajustado: 0,231  
RMSE: 3,303

Tabela 4 - Determinantes do Aborto

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower
Agnóstico ou Ateu	-0.17	0.54	0.75	0.88	-1.22
Evangélica Pentecostal	0.09	0.16	0.56	0.41	-0.22
Evangélica Tradicional	0.11	0.24	0.64	0.57	-0.35
Nenhuma	-0.23	0.22	0.29	0.20	-0.67
Outras Religiões	-0.16	0.27	0.55	0.36	-0.68
escolaridade	-0.06	0.02	0.00	-0.02	-0.09
idade	-0.02	0.00	0.00	-0.01	-0.02
Homem	-0.40	0.13	0.00	-0.14	-0.65
Indígena	0.23	0.42	0.58	1.06	-0.59
Outras Raças	0.48	0.26	0.06	0.99	-0.02
Parda	-0.11	0.17	0.52	0.22	-0.43
Preta	0.12	0.19	0.54	0.50	-0.26
Centro-Oeste	0.46	0.20	0.03	0.86	0.05
Norte	0.51	0.20	0.01	0.91	0.11
Sudeste	0.21	0.17	0.22	0.55	-0.13
Sul	0.45	0.20	0.03	0.85	0.05

Observações: 1.430  
AIC: -

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower
BIC: 1285,253					
R <sup>2</sup> ajustado: 0,017					
RMSE: 0,445					

Tabela 5 - Determinantes do voto em Bolsonaro

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower	Modelo
Agnóstico ou Ateu	0.62	0.43	0.15	1.46	-0.22	Modelo 1
Evangélica Pentecostal	0.59	0.15	0.00	0.88	0.31	Modelo 1
Evangélica Tradicional	0.35	0.20	0.08	0.74	-0.04	Modelo 1
Nenhuma religião	-0.46	0.21	0.03	-0.04	-0.88	Modelo 1
Outras Religiões	-0.23	0.24	0.32	0.23	-0.70	Modelo 1
Agnóstico ou Ateu	0.71	0.43	0.10	1.56	-0.14	Modelo 2
Evangélica Pentecostal	0.49	0.15	0.00	0.79	0.19	Modelo 2
Evangélica Tradicional	0.23	0.21	0.28	0.64	-0.18	Modelo 2
Nenhuma religião	-0.41	0.22	0.07	0.03	-0.84	Modelo 2
Outras Religiões	-0.15	0.25	0.54	0.33	-0.63	Modelo 2
Aborto	-0.24	0.14	0.07	0.02	-0.51	Modelo 2
RCH	0.06	0.02	0.00	0.09	0.02	Modelo 2
Agnóstico ou Ateu	0.48	0.45	0.28	1.36	-0.39	Modelo 3
Evangélica Pentecostal	0.63	0.17	0.00	0.96	0.31	Modelo 3
Evangélica Tradicional	0.39	0.22	0.08	0.83	-0.04	Modelo 3
Nenhuma religião	-0.28	0.24	0.24	0.19	-0.75	Modelo 3
Outras Religiões	-0.33	0.26	0.21	0.18	-0.84	Modelo 3
Aborto	-0.14	0.14	0.32	0.14	-0.43	Modelo 3
RCH	0.06	0.02	0.00	0.10	0.02	Modelo 3
Escolaridade	0.10	0.02	0.00	0.13	0.06	Modelo 3
Idade	0.02	0.00	0.00	0.03	0.01	Modelo 3
Homem	0.52	0.13	0.00	0.77	0.26	Modelo 3
Indígena	-1.29	0.54	0.02	-0.23	-2.34	Modelo 3
Outras cores	-0.27	0.26	0.31	0.25	-0.78	Modelo 3
Parda	-0.36	0.16	0.02	-0.05	-0.67	Modelo 3
Preta	-0.43	0.19	0.02	-0.06	-0.79	Modelo 3
Centro-Oeste	1.00	0.21	0.00	1.42	0.58	Modelo 3
Norte	0.95	0.21	0.00	1.37	0.54	Modelo 3
Sudeste	0.75	0.18	0.00	1.10	0.40	Modelo 3
Sul	0.87	0.21	0.00	1.29	0.45	Modelo 3

**Modelo 1**

Observações: 1498

BIC: 1392,808

R<sup>2</sup> ajustado: 0,015

RMSE: 0,447

**Modelo 2**

Observações: 1427

BIC: 1338,129

R<sup>2</sup> ajustado: 0,022

RMSE: 0,474

**Modelo 3**

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower	Modelo
Observações: 1409						
BIC: 1318,179						
R <sup>2</sup> ajustado: 0,078						
RMSE: 0,455						

Tabela 6 - Determinantes do voto em Bolsonaro entre Pentecostais

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower	Modelo
Aborto	-0.26	0.26	0.32	0.25	-0.78	Modelo 1 - Pentecostais
RCH	0.05	0.04	0.21	0.12	-0.02	Modelo 1 - Pentecostais
Aborto	-0.27	0.31	0.38	0.33	-0.88	Modelo 2 - Pentecostais
RCH	0.05	0.04	0.23	0.13	-0.03	Modelo 2 - Pentecostais
Escolaridade	0.12	0.04	0.01	0.20	0.04	Modelo 2 - Pentecostais
Idade	0.03	0.01	0.01	0.05	0.01	Modelo 2 - Pentecostais
Homem	0.67	0.28	0.02	1.21	0.12	Modelo 2 - Pentecostais
Indígena	-1.05	0.80	0.19	0.51	-2.61	Modelo 2 - Pentecostais
Outras cores	-1.17	0.55	0.03	-0.10	-2.25	Modelo 2 - Pentecostais
Parda	-1.40	0.36	0.00	-0.68	-2.11	Modelo 2 - Pentecostais
Preta	-1.38	0.43	0.00	-0.53	-2.22	Modelo 2 - Pentecostais
Centro-Oeste	0.87	0.48	0.07	1.80	-0.07	Modelo 2 - Pentecostais
Norte	1.05	0.45	0.02	1.93	0.18	Modelo 2 - Pentecostais
Sudeste	0.82	0.39	0.04	1.59	0.05	Modelo 2 - Pentecostais
Sul	1.04	0.50	0.04	2.02	0.07	Modelo 2 - Pentecostais
<b>Modelo 2</b>						
Observações: 303						
BIC: 456,231						
R <sup>2</sup> ajustado: 0,091						
RMSE:0,461						

Tabela 7 - Determinantes do voto em Bolsonaro entre Tradicionais

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower	Modelo
Aborto	-0.36	0.43	0.40	0.48	-1.20	Modelo 1 - Tradicionais
RCH	0.08	0.05	0.13	0.19	-0.02	Modelo 1 - Tradicionais
Aborto	-0.33	0.48	0.49	0.62	-1.28	Modelo 2 - Tradicionais
RCH	0.13	0.07	0.05	0.25	0.00	Modelo 2 - Tradicionais
Escolaridade	0.19	0.08	0.01	0.34	0.04	Modelo 2 - Tradicionais
Idade	0.02	0.02	0.16	0.06	-0.01	Modelo 2 - Tradicionais
Homem	0.67	0.46	0.15	1.58	-0.23	Modelo 2 - Tradicionais
Indígena	-1.63	1.24	0.19	0.81	-4.06	Modelo 2 - Tradicionais
Outras cores	-0.39	0.88	0.66	1.33	-2.11	Modelo 2 - Tradicionais
Parda	-0.58	0.50	0.26	0.41	-1.57	Modelo 2 - Tradicionais
Preta	-0.61	0.64	0.34	0.64	-1.86	Modelo 2 - Tradicionais
Centro-Oeste	1.87	0.68	0.01	3.20	0.54	Modelo 2 - Tradicionais
Norte	1.28	0.61	0.04	2.48	0.07	Modelo 2 - Tradicionais
Sudeste	1.09	0.56	0.06	2.19	-0.01	Modelo 2 - Tradicionais

---

Variáveis	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	CI upper	CI lower	Modelo
Sul	0.98	0.96	0.31	2.87	-0.91	Modelo 2 - Tradicionais

---

**Modelo 2**

Observações: 131

BIC: 170,171

R<sup>2</sup> ajustado: 0,038RMSE:0,452

---

### 3.9 ANEXO C - CAPÍTULO 3

Figura 21 - Teste de robustez para “Chance de ter sido exposto às mensagens políticas em cada grupo religioso”

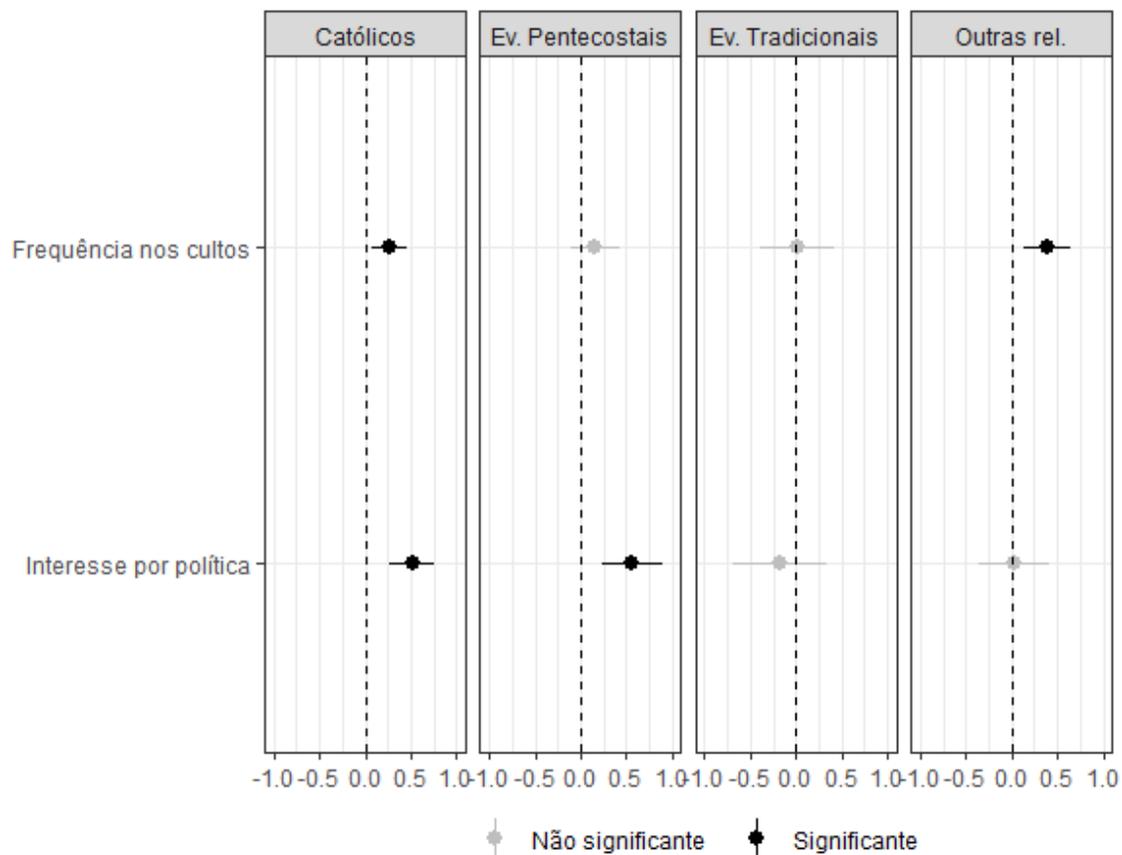


Tabela 8 - Tabela de regressão “Chance de ter sido exposto às mensagens políticas”

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	Modelo	CI upper	CI lower
Evangélica Pentecostal	0.97	0.18	0.00	Modelo 1	1.33	0.60
Evangélica Tradicional	0.44	0.27	0.10	Modelo 1	0.98	-0.09
Outras religiões	-0.27	0.20	0.18	Modelo 1	0.12	-0.66
Sem religião	-0.30	0.26	0.26	Modelo 1	0.22	-0.81
Evangélica Pentecostal	0.61	0.21	0.00	Modelo 2	1.02	0.19
Evangélica Tradicional	0.17	0.30	0.58	Modelo 2	0.76	-0.42
Outras religiões	-0.27	0.22	0.22	Modelo 2	0.16	-0.70
Sem religião	0.00	0.29	1.00	Modelo 2	0.57	-0.57
Frequência nos cultos	0.25	0.06	0.00	Modelo 2	0.37	0.12
Interesse por política	0.35	0.08	0.00	Modelo 2	0.51	0.19
Evangélica Pentecostal	0.50	0.22	0.02	Modelo 3	0.93	0.07
Evangélica Tradicional	0.11	0.30	0.72	Modelo 3	0.70	-0.49
Outras religiões	-0.22	0.23	0.34	Modelo 3	0.23	-0.66
Sem religião	-0.03	0.30	0.93	Modelo 3	0.57	-0.62
Frequência nos cultos	0.25	0.07	0.00	Modelo 3	0.38	0.12
Interesse por política	0.39	0.09	0.00	Modelo 3	0.57	0.22
Centro-Oeste	0.27	0.24	0.26	Modelo 3	0.75	-0.20
Norte	-0.16	0.29	0.58	Modelo 3	0.41	-0.73
Sudeste	-0.59	0.22	0.01	Modelo 3	-0.15	-1.03
Sul	-0.51	0.28	0.07	Modelo 3	0.04	-1.06
Homem	0.02	0.17	0.89	Modelo 3	0.35	-0.30
Idade	-0.01	0.01	0.18	Modelo 3	0.00	-0.02
Classe A	0.85	0.43	0.05	Modelo 3	1.69	0.01
Classe B1	0.26	0.39	0.50	Modelo 3	1.02	-0.50
Classe B2	0.62	0.34	0.07	Modelo 3	1.28	-0.05
Classe C1	0.43	0.30	0.16	Modelo 3	1.02	-0.17
Classe C2	0.38	0.32	0.24	Modelo 3	1.01	-0.26
Escolaridade	-0.08	0.04	0.07	Modelo 3	0.01	-0.16
Outra cor	0.47	0.35	0.18	Modelo 3	1.16	-0.21
Parda	0.30	0.19	0.11	Modelo 3	0.68	-0.07
Preta	0.31	0.28	0.27	Modelo 3	0.87	-0.25

Observações: 1244/ 1119 /1099  
AIC: 1237,625/ 1105,210/ 1087,314  
R2 (adj.): 0,031 / 0,055 / 0,072  
RMSE: 0,397/ 0,396 / 0,391

Figura 22 - Teste de robustez para “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso”

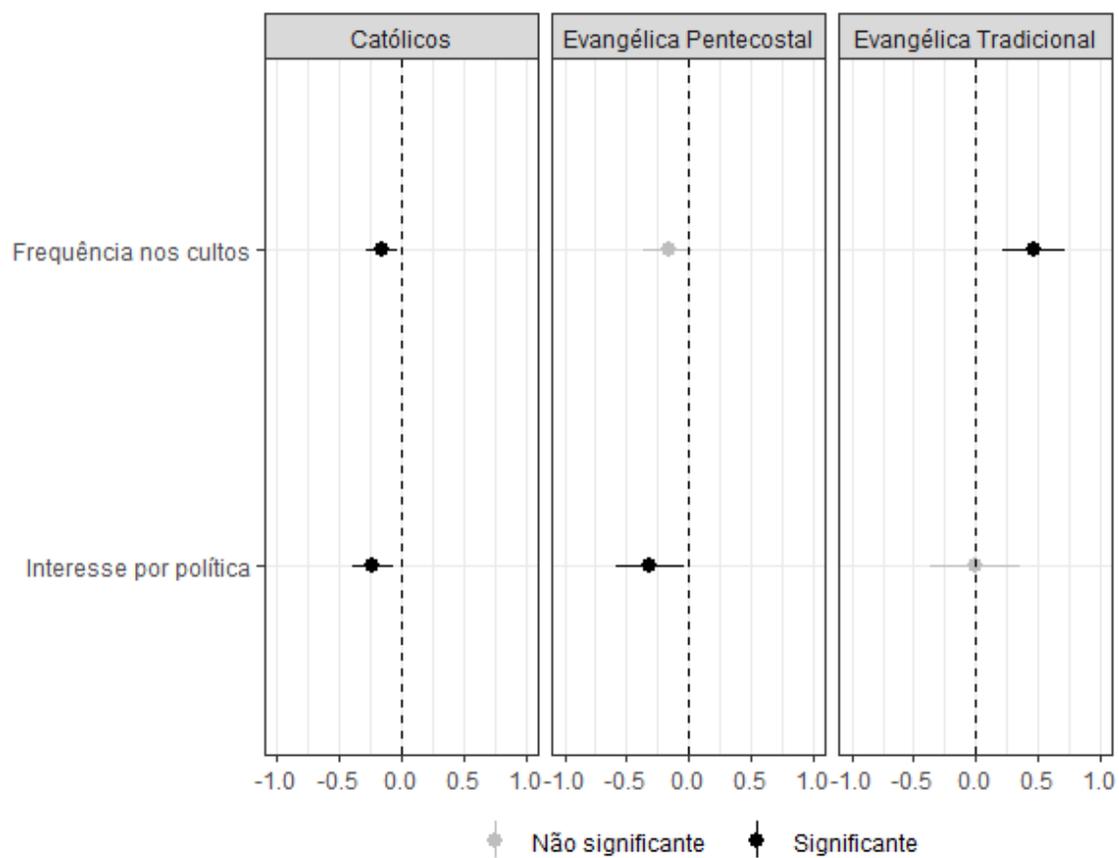


Tabela 9 - Tabela de regressão “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso”

Variável	Coef.( $\beta$ )	std.error	p.value	Religião	CI upper	CI lower
Frequência nos cultos	0.16	0.29	0.59	Ev. Tradicionais	0.73	-0.41
Interesse por política	-0.08	0.45	0.86	Ev. Tradicionais	0.80	-0.96
Centro-Oeste	0.47	0.97	0.63	Ev. Tradicionais	2.38	-1.44
Norte	0.52	1.10	0.64	Ev. Tradicionais	2.67	-1.63
Sudeste	-1.88	1.41	0.19	Ev. Tradicionais	0.89	-4.64
Sul	1.24	1.08	0.26	Ev. Tradicionais	3.35	-0.88
Homem	-0.92	0.74	0.22	Ev. Tradicionais	0.53	-2.37
Idade	0.01	0.03	0.60	Ev. Tradicionais	0.07	-0.04
Classe A	-17.98	1.51	0.00	Ev. Tradicionais	-15.03	-20.93
Classe B1	1.20	1.38	0.38	Ev. Tradicionais	3.90	-1.49
Classe B2	-0.36	1.49	0.81	Ev. Tradicionais	2.57	-3.29
Classe C1	-0.32	1.30	0.80	Ev. Tradicionais	2.23	-2.88
Classe C2	-1.24	1.27	0.33	Ev. Tradicionais	1.26	-3.74
Escolaridade	-0.34	0.18	0.06	Ev. Tradicionais	0.01	-0.70
Outra cor	2.82	0.98	0.01	Ev. Tradicionais	4.75	0.89
Parda	2.31	0.73	0.00	Ev. Tradicionais	3.75	0.87
Preta	0.26	1.49	0.86	Ev. Tradicionais	3.17	-2.66
Frequência nos cultos	0.22	0.15	0.16	Ev. Pentecostais	0.51	-0.08
Interesse por política	0.59	0.20	0.00	Ev. Pentecostais	0.98	0.21
Centro-Oeste	1.05	0.54	0.05	Ev. Pentecostais	2.10	0.00
Norte	0.54	0.64	0.40	Ev. Pentecostais	1.78	-0.71
Sudeste	0.20	0.48	0.67	Ev. Pentecostais	1.13	-0.73
Sul	-0.09	0.67	0.89	Ev. Pentecostais	1.21	-1.40
Homem	0.43	0.36	0.24	Ev. Pentecostais	1.14	-0.28
Idade	-0.01	0.01	0.55	Ev. Pentecostais	0.02	-0.04
Classe A	0.63	1.90	0.74	Ev. Pentecostais	4.35	-3.09
Classe B1	-0.04	0.80	0.96	Ev. Pentecostais	1.54	-1.62
Classe B2	1.06	0.74	0.15	Ev. Pentecostais	2.51	-0.38
Classe C1	0.72	0.62	0.25	Ev. Pentecostais	1.94	-0.50
Classe C2	1.17	0.68	0.09	Ev. Pentecostais	2.49	-0.16
Escolaridade	0.04	0.09	0.64	Ev. Pentecostais	0.21	-0.13
Outra cor	0.43	0.71	0.54	Ev. Pentecostais	1.82	-0.95
Parda	-0.26	0.42	0.54	Ev. Pentecostais	0.56	-1.08
Preta	-0.62	0.61	0.31	Ev. Pentecostais	0.57	-1.81
Frequência nos cultos	0.21	0.11	0.06	Católicos	0.42	-0.01
Interesse por política	0.56	0.15	0.00	Católicos	0.85	0.27
Centro-Oeste	-0.35	0.40	0.37	Católicos	0.42	-1.13
Norte	-0.66	0.51	0.19	Católicos	0.33	-1.65
Sudeste	-0.99	0.34	0.00	Católicos	-0.32	-1.66
Sul	-1.37	0.46	0.00	Católicos	-0.47	-2.28
Homem	0.36	0.29	0.21	Católicos	0.93	-0.20
Idade	-0.02	0.01	0.08	Católicos	0.00	-0.04
Classe A	2.02	0.75	0.01	Católicos	3.50	0.55
Classe B1	0.60	0.73	0.41	Católicos	2.03	-0.82
Classe B2	1.35	0.63	0.03	Católicos	2.57	0.12

Variável	Coef.( $\beta$ )	std.error	p.value	Religião	CI upper	CI lower
Classe C1	0.99	0.57	0.08	Católicos	2.10	-0.13
Classe C2	0.58	0.60	0.33	Católicos	1.75	-0.59
Escolaridade	-0.09	0.07	0.19	Católicos	0.05	-0.24
Outra cor	0.20	0.79	0.80	Católicos	1.74	-1.34
Parda	0.54	0.31	0.08	Católicos	1.14	-0.06
Preta	0.39	0.52	0.45	Católicos	1.40	-0.62
Frequência nos cultos	0.50	0.16	0.00	Outras rel.	0.82	0.18
Interesse por política	0.12	0.24	0.62	Outras rel.	0.59	-0.35
Centro-Oeste	-0.03	0.64	0.96	Outras rel.	1.23	-1.29
Norte	-1.41	1.00	0.16	Outras rel.	0.55	-3.38
Sudeste	-1.39	0.61	0.02	Outras rel.	-0.19	-2.59
Sul	-0.66	0.71	0.35	Outras rel.	0.73	-2.05
Homem	-0.29	0.42	0.49	Outras rel.	0.53	-1.12
Idade	0.00	0.02	0.86	Outras rel.	0.04	-0.03
Classe A	-0.56	1.18	0.64	Outras rel.	1.76	-2.88
Classe B1	0.37	1.05	0.72	Outras rel.	2.43	-1.68
Classe B2	0.48	0.93	0.60	Outras rel.	2.30	-1.33
Classe C1	0.16	0.88	0.86	Outras rel.	1.89	-1.57
Classe C2	0.41	0.98	0.67	Outras rel.	2.33	-1.51
Escolaridade	-0.10	0.12	0.39	Outras rel.	0.13	-0.33
Outra cor	-0.45	1.12	0.68	Outras rel.	1.74	-2.65
Parda	0.31	0.54	0.57	Outras rel.	1.37	-0.75
Preta	1.69	0.69	0.02	Outras rel.	3.05	0.33

Observações: Tradicional = 79; Pentecostais = 186; Católicos = 472; Outras = 230  
AIC: Tradicional = 97,624; Pentecostais = 252,193; Católicos = 437,338; Outras = 207,583  
R2 (adj.): Tradicional = 0,081; Pentecostais = 0,018; Católicos = 0,099; Outras = 0,080  
RMSE: Tradicional = 0,372; Pentecostais = 0,448; Católicos = 0,370; Outras = 0,337

Tabela 10 - Tabela de regressão “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas”

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	Modelo	CI upper	CI lower
Evangélica Pentecostal	-0.35	0.16	0.03	Modelo 1	-0.04	-0.66
Evangélica Tradicional	0.19	0.20	0.35	Modelo 1	0.58	-0.21
Outras religiões	0.43	0.12	0.00	Modelo 1	0.67	0.20
Sem religião	0.55	0.14	0.00	Modelo 1	0.83	0.27
Evangélica Pentecostal	-0.10	0.17	0.56	Modelo 2	0.23	-0.43
Evangélica Tradicional	0.38	0.22	0.08	Modelo 2	0.80	-0.05
Outras religiões	0.43	0.13	0.00	Modelo 2	0.67	0.18
Sem religião	0.41	0.16	0.01	Modelo 2	0.72	0.11
Frequência nos cultos	-0.14	0.04	0.00	Modelo 2	-0.05	-0.22
Interesse por política	-0.13	0.05	0.02	Modelo 2	-0.02	-0.23
Evangélica Pentecostal	-0.13	0.17	0.43	Modelo 3	0.20	-0.47
Evangélica Tradicional	0.39	0.22	0.07	Modelo 3	0.81	-0.03
Outras religiões	0.42	0.13	0.00	Modelo 3	0.67	0.16
Sem religião	0.38	0.16	0.02	Modelo 3	0.69	0.07
Frequência nos cultos	-0.15	0.04	0.00	Modelo 3	-0.07	-0.24
Interesse por política	-0.08	0.06	0.22	Modelo 3	0.04	-0.20
Centro-Oeste	0.03	0.17	0.84	Modelo 3	0.37	-0.30
Norte	0.31	0.19	0.10	Modelo 3	0.68	-0.05
Sudeste	0.04	0.15	0.79	Modelo 3	0.34	-0.25
Sul	-0.05	0.18	0.80	Modelo 3	0.30	-0.39
Homem	-0.31	0.10	0.00	Modelo 3	-0.11	-0.52
Idade	-0.01	0.00	0.06	Modelo 3	0.00	-0.02
Classe A	-0.29	0.28	0.30	Modelo 3	0.26	-0.84
Classe B1	-0.17	0.24	0.46	Modelo 3	0.29	-0.64
Classe B2	-0.28	0.22	0.20	Modelo 3	0.15	-0.71
Classe C1	-0.25	0.19	0.19	Modelo 3	0.12	-0.62
Classe C2	-0.16	0.20	0.42	Modelo 3	0.23	-0.55
Escolaridade	0.01	0.03	0.75	Modelo 3	0.07	-0.05
Outra cor	-0.64	0.30	0.04	Modelo 3	-0.05	-1.24
Parda	-0.09	0.13	0.46	Modelo 3	0.16	-0.34
Preta	0.07	0.17	0.67	Modelo 3	0.41	-0.27

Observações: 1183/ 1078/ 1061

AIC: 1633.609/ 1526.700/ 1563.327

R2 (adj.): 0.027/ 0.038/ 0.050

RMSE: 1.675/1.650/ 1.629

Tabela 11 - Tabela de regressão “Chance de desaprovar campanhas políticas pelas lideranças religiosas em cada grupo religioso”

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	Religião	CI upper	CI lower
Frequência nos cultos	-0.20	0.11	0.07	Ev. Pentecostais	0.01	-0.40
Interesse por política	-0.37	0.16	0.03	Ev. Pentecostais	-0.05	-0.69
Centro-Oeste	-1.01	0.50	0.04	Ev. Pentecostais	-0.04	-1.98
Norte	-0.28	0.47	0.55	Ev. Pentecostais	0.64	-1.20
Sudeste	-0.99	0.48	0.04	Ev. Pentecostais	-0.05	-1.93
Sul	-1.02	0.55	0.07	Ev. Pentecostais	0.07	-2.10
Homem	-0.38	0.32	0.25	Ev. Pentecostais	0.26	-1.01
Idade	0.01	0.01	0.56	Ev. Pentecostais	0.03	-0.02
Classe A	0.20	1.85	0.91	Ev. Pentecostais	3.82	-3.42
Classe B1	-0.14	0.57	0.80	Ev. Pentecostais	0.98	-1.27
Classe B2	-0.45	0.57	0.43	Ev. Pentecostais	0.66	-1.56
Classe C1	-0.73	0.39	0.06	Ev. Pentecostais	0.03	-1.49
Classe C2	-0.70	0.41	0.08	Ev. Pentecostais	0.09	-1.50
Escolaridade	0.08	0.07	0.21	Ev. Pentecostais	0.21	-0.05
Outra cor	-1.91	0.64	0.00	Ev. Pentecostais	-0.65	-3.16
Parda	-0.51	0.36	0.15	Ev. Pentecostais	0.19	-1.21
Preta	0.02	0.53	0.98	Ev. Pentecostais	1.04	-1.01
Frequência nos cultos	0.33	0.16	0.04	Ev. Tradicionais	0.63	0.02
Interesse por política	0.10	0.25	0.69	Ev. Tradicionais	0.58	-0.38
Centro-Oeste	0.30	0.60	0.62	Ev. Tradicionais	1.48	-0.88
Norte	-0.22	0.53	0.68	Ev. Tradicionais	0.82	-1.25
Sudeste	0.91	0.58	0.12	Ev. Tradicionais	2.05	-0.22
Sul	-0.76	0.70	0.28	Ev. Tradicionais	0.61	-2.13
Homem	-0.49	0.42	0.25	Ev. Tradicionais	0.34	-1.31
Idade	0.00	0.02	0.85	Ev. Tradicionais	0.03	-0.03
Classe A	0.99	0.93	0.29	Ev. Tradicionais	2.82	-0.83
Classe B1	0.70	0.77	0.37	Ev. Tradicionais	2.21	-0.81
Classe B2	0.50	0.89	0.58	Ev. Tradicionais	2.24	-1.24
Classe C1	0.04	0.64	0.95	Ev. Tradicionais	1.28	-1.21
Classe C2	0.89	0.76	0.24	Ev. Tradicionais	2.38	-0.59
Escolaridade	0.03	0.10	0.73	Ev. Tradicionais	0.23	-0.16
Outra cor	-0.37	0.74	0.62	Ev. Tradicionais	1.08	-1.82
Parda	0.21	0.43	0.64	Ev. Tradicionais	1.05	-0.64
Preta	0.77	0.78	0.33	Ev. Tradicionais	2.31	-0.76
Frequência nos cultos	-0.16	0.07	0.01	Católicos	-0.03	-0.29
Interesse por política	-0.25	0.10	0.01	Católicos	-0.07	-0.44
Centro-Oeste	-0.43	0.26	0.10	Católicos	0.09	-0.94
Norte	0.37	0.26	0.15	Católicos	0.88	-0.14
Sudeste	0.04	0.26	0.89	Católicos	0.55	-0.48
Sul	-0.16	0.28	0.56	Católicos	0.38	-0.71
Homem	-0.64	0.17	0.00	Católicos	-0.32	-0.97
Idade	0.00	0.01	0.61	Católicos	0.01	-0.01
Classe A	-1.35	0.43	0.00	Católicos	-0.50	-2.20
Classe B1	-0.98	0.38	0.01	Católicos	-0.23	-1.73
Classe B2	-0.89	0.35	0.01	Católicos	-0.20	-1.58
Classe C1	-1.03	0.29	0.00	Católicos	-0.47	-1.60
Classe C2	-0.42	0.30	0.16	Católicos	0.16	-1.00

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	Religião	CI upper	CI lower
Escolaridade	0.10	0.04	0.00	Católicos	0.17	0.03
Outra cor	-0.65	0.42	0.13	Católicos	0.18	-1.48
Parda	-0.22	0.19	0.25	Católicos	0.15	-0.60
Preta	-0.29	0.32	0.36	Católicos	0.33	-0.92

Observações: 176/ 75/ 454

AIC: 798,298/ 300,830/

BIC: 858,537/ 344,862/ 2090,868 2012,624

R2 (adj.): 0,095/ 0,159/ 0,108

RMSE: 1,803/ 1,575/ 1,738

Tabela 12- Tabela de regressão “Chance de votar em Bolsonaro”

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error (SE)	p.value	CI upper	CI lower
Evangélica Pentecostal	0.64	0.22	0.00	1.08	0.21
Evangélica Tradicional	0.21	0.32	0.50	0.84	-0.41
Outras religiões	-0.02	0.19	0.93	0.36	-0.39
Sem religião	-0.46	0.26	0.08	0.06	-0.97
Suporte Bolsonaro	1.31	0.20	0.00	1.70	0.91
Suporte Haddad	-2.35	1.11	0.03	-0.18	-4.51
Suporte Outros	-0.31	0.40	0.44	0.48	-1.09
Desaprova pastores	-0.24	0.05	0.00	-0.15	-0.33
Interesse por política	0.07	0.08	0.37	0.23	-0.09
Frequência nos cultos	0.02	0.06	0.75	0.13	-0.09
Centro-Oeste	0.30	0.22	0.18	0.74	-0.14
Norte	0.14	0.27	0.62	0.68	-0.40
Sudeste	-0.01	0.21	0.95	0.39	-0.42
Sul	0.41	0.24	0.09	0.88	-0.06
Homem	0.59	0.15	0.00	0.89	0.28
Idade	0.01	0.01	0.10	0.02	0.00
Classe A	0.96	0.41	0.02	1.77	0.16
Classe B1	0.77	0.36	0.03	1.47	0.06
Classe B2	0.61	0.34	0.07	1.28	-0.06
Classe C1	0.39	0.31	0.20	0.99	-0.21
Classe C2	0.28	0.33	0.39	0.92	-0.36
Escolaridade	-0.08	0.04	0.05	0.00	-0.15
Outra cor	-0.28	0.33	0.40	0.37	-0.93
Parda	-0.11	0.18	0.52	0.23	-0.46
Preta	-0.51	0.32	0.11	0.11	-1.13

Observações: 1.061  
AIC: 1210,650  
BIC:1338.888 R2 (adj.): 0,135  
RMSE: 0,429

Figura 23 - Teste de robustez para ‘Chance de votar em Bolsonaro em cada grupo religioso’

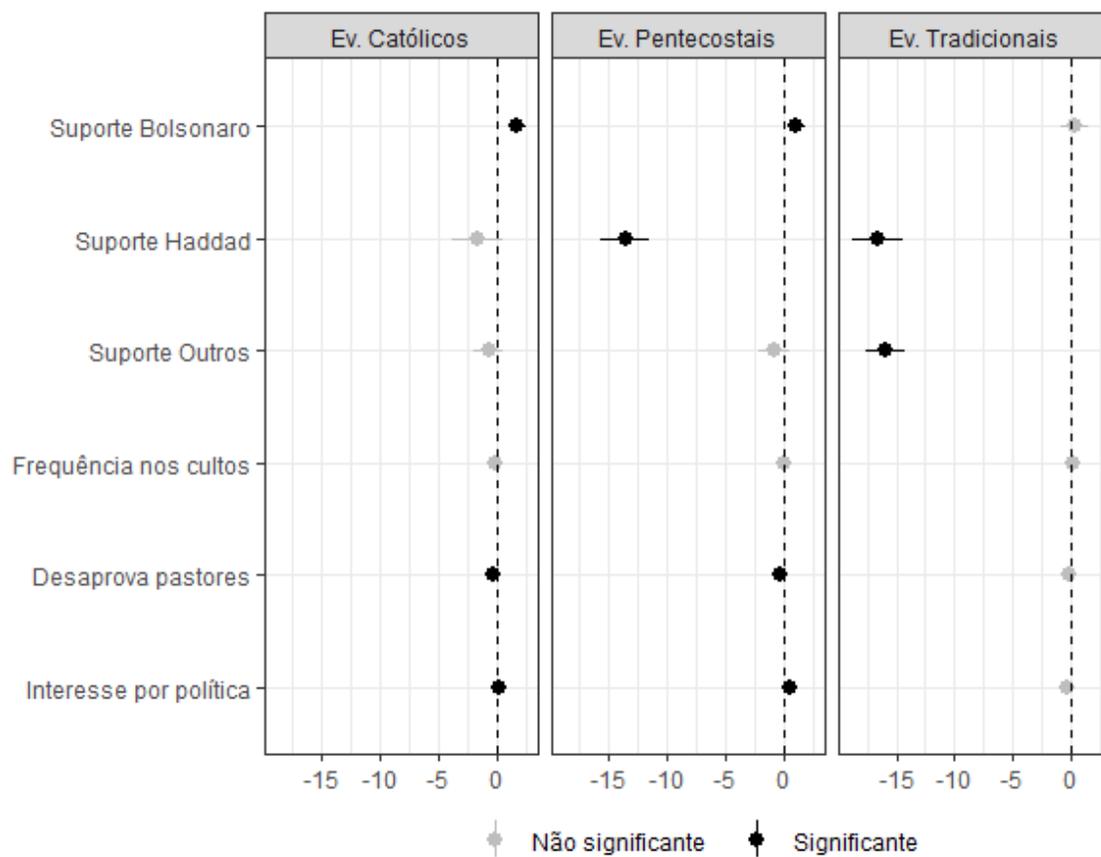


Tabela 13 - Tabela de regressão "Chance de votar em Bolsonaro"

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	Religião	CI upper	CI lower
Suporte Bolsonaro	0.88	0.42	0.04	Ev. Pentecostais	1.70	0.05
Suporte Haddad	-16.26	1.28	0.00	Ev. Pentecostais	-13.75	-18.77
Suporte Outros	-0.52	0.89	0.56	Ev. Pentecostais	1.23	-2.27
Desaprova pastores	-0.33	0.11	0.00	Ev. Pentecostais	-0.12	-0.55
Interesse por política	0.56	0.24	0.02	Ev. Pentecostais	1.03	0.09
Frequência nos cultos	0.03	0.15	0.86	Ev. Pentecostais	0.32	-0.27
Centro-Oeste	0.80	0.61	0.19	Ev. Pentecostais	1.99	-0.39
Norte	0.42	0.69	0.55	Ev. Pentecostais	1.76	-0.93
Sudeste	-1.11	0.53	0.04	Ev. Pentecostais	-0.06	-2.15
Sul	0.83	0.64	0.20	Ev. Pentecostais	2.07	-0.42
Homem	0.75	0.41	0.07	Ev. Pentecostais	1.56	-0.05
Idade	0.00	0.02	0.87	Ev. Pentecostais	0.04	-0.03
Classe A	17.29	1.24	0.00	Ev. Pentecostais	19.73	14.85
Classe B1	0.51	0.80	0.52	Ev. Pentecostais	2.07	-1.05
Classe B2	0.86	0.72	0.23	Ev. Pentecostais	2.28	-0.55
Classe C1	1.06	0.63	0.09	Ev. Pentecostais	2.29	-0.17
Classe C2	0.87	0.62	0.16	Ev. Pentecostais	2.08	-0.34
Escolaridade	-0.10	0.10	0.32	Ev. Pentecostais	0.10	-0.30
Outra cor	-0.37	0.85	0.66	Ev. Pentecostais	1.29	-2.04
Parda	-0.72	0.43	0.10	Ev. Pentecostais	0.13	-1.56
Preta	-0.42	0.68	0.54	Ev. Pentecostais	0.91	-1.74
Suporte Bolsonaro	0.67	0.79	0.40	Ev. Tradicionais	2.22	-0.88
Suporte Haddad	-18.72	2.11	0.00	Ev. Tradicionais	-14.59	-22.86
Suporte Outros	-17.61	1.67	0.00	Ev. Tradicionais	-14.33	-20.89
Desaprova pastores	-0.29	0.16	0.08	Ev. Tradicionais	0.02	-0.61
Interesse por política	-0.48	0.35	0.18	Ev. Tradicionais	0.21	-1.18
Frequência nos cultos	0.46	0.33	0.17	Ev. Tradicionais	1.10	-0.18
Centro-Oeste	0.38	0.81	0.64	Ev. Tradicionais	1.98	-1.22
Norte	-2.26	1.10	0.04	Ev. Tradicionais	-0.12	-4.41
Sudeste	1.18	0.94	0.22	Ev. Tradicionais	3.03	-0.67
Sul	-1.97	1.06	0.07	Ev. Tradicionais	0.11	-4.06
Homem	1.05	0.83	0.21	Ev. Tradicionais	2.67	-0.57
Idade	-0.01	0.03	0.62	Ev. Tradicionais	0.04	-0.06
Classe A	2.99	2.02	0.15	Ev. Tradicionais	6.95	-0.98
Classe B1	1.67	1.84	0.37	Ev. Tradicionais	5.28	-1.93
Classe B2	1.59	1.91	0.41	Ev. Tradicionais	5.33	-2.15
Classe C1	1.39	1.48	0.35	Ev. Tradicionais	4.28	-1.50
Classe C2	1.44	1.92	0.46	Ev. Tradicionais	5.19	-2.32
Escolaridade	-0.37	0.21	0.08	Ev. Tradicionais	0.04	-0.78
Outra cor	1.88	1.41	0.19	Ev. Tradicionais	4.64	-0.89
Parda	0.15	0.83	0.85	Ev. Tradicionais	1.78	-1.47
Preta	-0.94	1.50	0.53	Ev. Tradicionais	2.01	-3.89
Suporte Bolsonaro	1.94	0.39	0.00	Católicos	2.71	1.17
Suporte Haddad	-1.83	1.14	0.11	Católicos	0.40	-4.07
Suporte Outros	-0.43	0.69	0.53	Católicos	0.92	-1.77
Desaprova pastores	-0.16	0.07	0.02	Católicos	-0.02	-0.29
Interesse por política	0.12	0.13	0.36	Católicos	0.37	-0.13
Frequência nos cultos	-0.08	0.09	0.37	Católicos	0.10	-0.26

Variável	Coef. ( $\beta$ )	std.error	p.value	Religião	CI upper	CI lower
Centro-Oeste	-0.02	0.35	0.95	Católicos	0.67	-0.72
Norte	0.41	0.44	0.35	Católicos	1.26	-0.45
Sudeste	0.08	0.33	0.81	Católicos	0.73	-0.57
Sul	0.03	0.39	0.94	Católicos	0.79	-0.73
Homem	0.59	0.25	0.02	Católicos	1.07	0.11
Idade	0.00	0.01	0.71	Católicos	0.02	-0.01
Classe A	0.92	0.64	0.15	Católicos	2.18	-0.33
Classe B1	0.61	0.55	0.26	Católicos	1.69	-0.46
Classe B2	0.43	0.54	0.43	Católicos	1.49	-0.64
Classe C1	0.21	0.48	0.67	Católicos	1.15	-0.74
Classe C2	-0.40	0.54	0.46	Católicos	0.66	-1.45
Escolaridade	-0.06	0.06	0.36	Católicos	0.06	-0.17
Outra cor	-1.11	0.58	0.06	Católicos	0.04	-2.25
Parda	-0.15	0.28	0.60	Católicos	0.39	-0.68
Preta	-0.65	0.57	0.26	Católicos	0.47	-1.77

Observações: 181/ 75/ 455  
 AIC: 223.475/ 104.611/ 528.418  
 BIC: 301.668/ 167.457/ 626.608  
 R2 (adj.): 0.149/ 0.057/ 0.124  
 RMSE: 0.418/ 0.394/ 0.423