

GRUPOS SOCIAIS E PREFERÊNCIA POLÍTICA

O voto evangélico no Brasil

Guilherme Alberto Rodrigues
Mario Fuks

DOI: <http://dx.doi.org/10.17666/3087115-128/2015>

Introdução

Segmento com discreta atuação no cenário político brasileiro até o início dos anos de 1980, os evangélicos ganharam visibilidade durante as eleições para a Assembleia Constituinte, em 1986, quando formaram uma bancada suprapartidária composta por parlamentares ligados a diferentes estirpes do protestantismo praticado no país. As novas conquistas políticas e a forte expansão populacional dos evangélicos, que hoje somam cerca de 43 milhões de pessoas,¹ suscitaram o interesse de estudiosos em compreender a importância desse grupo para os resultados eleitorais no Brasil.² O fenômeno conhecido como *voto evangélico*, que consiste na escolha eleitoral motivada por estímulos políticos adquiridos no interior do grupo religioso, é um tema que vem conquistando espaço na sociologia e na

ciência política brasileira, com um número crescente de estudos dedicados à questão.

Diferentes fatores têm sido destacados como determinantes do voto evangélico por essa literatura. Existe certo consenso de que algumas igrejas atuam estrategicamente na persuasão política dos fiéis, por meio de ações institucionais, com os pastores e outras lideranças religiosas atuando como atores centrais nesse processo (Carneiro, 1998; Baptista, 2009; Machado, 2006). Outros trabalhos destacam o grau de envolvimento individual nas atividades das congregações como o fator determinante da influência política, isto é, quanto mais assíduos aos cultos e demais encontros da igreja, maiores as possibilidades de o eleitor evangélico votar conforme orientações do seu grupo religioso (Novaes, 2001; Bohn, 2004; Baptista, 2009; Carneiro, 1998). Existem ainda estudos que dão ênfase a atributos ou motivações individuais, que seriam variáveis intervenientes da capacidade de as organi-

Artigo recebido em 10/01/2013

Aprovado em 23/04/2014

zações religiosas definirem as escolhas eleitorais de seus membros, em especial a escolaridade e o nível de sofisticação política (Bohn, 2004; Pierucci e Prandi, 1996; Veloso, 2012). Outros trabalhos realçam o tipo de organização eclesial adotado pelas igrejas como o fator de maior importância para a sua influência sobre o comportamento político, em especial a forma centralizadora e carismática presente em alguns grupos (Oro, 2003a e b).

Todavia, poucos desses estudos se apoiam em orientações teóricas consagradas na área de comportamento político, capazes de apontar a extensão dos efeitos da religião sobre a decisão eleitoral e identificar as condições mais favoráveis para que os grupos evangélicos sejam determinantes nesse processo. Isso limita o sucesso das análises do voto evangélico, não respondendo de forma satisfatória a duas questões centrais do debate: por que alguns grupos religiosos são mais efetivos na persuasão política dos fiéis, obtendo maior sucesso na promoção dos candidatos que lhes interessam? O que explica essas variações entre as diferentes denominações evangélicas?

Este artigo busca dar respostas a essas perguntas. Seu principal objetivo é identificar os fatores mais importantes na definição do *voto evangélico*. As análises apoiam-se na abordagem sociológica do voto, que tem como referência clássica os trabalhos de Paul Lazarsfeld e demais pesquisadores da Escola de Columbia (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948; Berelson, Lazarsfeld e McPhee, 1966; Katz e Lazarsfeld, 1965), assim como estudos de autores mais atuais dedicados a temas como redes sociais e análise contextual (Huckfeldt e Sprague, 1995; Zuckerman, 2005; Sinclair, 2012). Acreditamos que o estudo do voto evangélico nesses termos é crucial para o avanço teórico da literatura brasileira, com quem o texto dialoga em toda a sua extensão. A intenção não é questionar as evidências e as teses produzidas por essa literatura, mas inseri-las em um quadro explicativo do fenômeno que seja mais global e que aponte os mecanismos causais, lançando luz sobre *quais* fatores do pertencimento religioso estão associados à escolha eleitoral.

A referência empírica é a pesquisa “Novo nascimento”, realizada pelo Instituto de Estudos da Religião (Iser) durante as eleições nacionais de 1994,

em oito cidades da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. A opção por essa pesquisa justifica-se por ela ser a única que se tem conhecimento cujo desenho amostral é representativo para a população evangélica e que aborda um amplo conjunto de temas concernentes ao objeto deste artigo. O texto está dividido em quatro partes, além desta introdução. O próximo tópico destina-se a uma rápida apresentação da abordagem sociológica do voto, em que são destacados alguns de seus pressupostos e aplicação. Na sequência, os fundamentos desse enquadramento são mobilizados para a análise do voto evangélico. Os resultados dos testes estatísticos são apresentados na seção seguinte. Por fim, as considerações finais trazem as principais conclusões deste trabalho.

A abordagem sociológica do voto

Um grande número de trabalhos sustenta a ideia de que as pessoas com quem os indivíduos interagem afetam seu comportamento e suas escolhas políticas, como o voto, o partido de sua preferência, o engajamento em protestos e a doação de recursos durante eleições (Mutz, 2006; Lazarsfeld et al., 1948; Huckfeldt e Sprague, 1995; Sinclair, 2012). Esse princípio orienta uma parte da literatura sobre comportamento político, derivando-se da constatação de que as preferências estão condicionadas ao pertencimento a grupos e às relações interpessoais que caracterizam a vida cotidiana. Esse processo de formação da escolha política a partir das contingências socialmente estabelecidas é denominado por Alan Zuckerman (2005) como a *lógica social da política*, sendo o pressuposto mais elementar da abordagem sociológica do voto.³ Estudos dessa vertente remontam aos trabalhos de Lazarsfeld e seus associados de Columbia, principalmente às três principais obras dessa Escola – *The people's choice, Voting e Personal influence*, originalmente publicadas nos anos de 1944, 1954 e 1955, respectivamente. Em todas elas, a formação de preferências por meio de condicionantes sociais é o processo mais elementar da proposta teórica: “pessoas que vivem juntas em mesmo ambiente estão propensas a compartilhar necessidades e interesses. Elas tendem a ver o mun-

do a partir do mesmo ponto de vista e a aplicar a mesma interpretação às experiências compartilhadas” (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948, p. 148).

As contribuições iniciais da Escola de Columbia desdobraram-se em ao menos dois modelos. O primeiro, próprio dos estudos de *small groups*,⁴ pressupõe que a comunicação entre os indivíduos define o comportamento político, com as preferências dos eleitores se ajustando às das suas redes de interação por força dos condicionantes externos, que fixam a intensidade e a direção de suas atitudes. Nesse caso, parte-se de uma concepção de grupo com um número relativamente limitado e definido de indivíduos que se conectam de forma regular e dentro de certas fronteiras ou estruturas de interação, com especial importância para as características do grupo que definem o fluxo de informações e as possibilidades de coerção social (Katz e Lazarsfeld, 1965; Festinger *et al.*, 1950; Verba, 1962). O segundo modelo, diferentemente, reconhece a diversidade de situações sociais da vida cotidiana e a inevitável inserção dos indivíduos em diferentes redes, resultando em uma distribuição heterogênea e dinâmica das preferências políticas. O ajustamento da escolha do eleitor ao grupo estaria sujeito às motivações individuais e eventuais custos do comportamento socialmente desviante, aspectos centrais aos estudos que se enquadram mais nesse último modelo (Finifter, 1974; Huckfeldt e Sprague, 1995).

Apesar das diferenças entre os modelos, ambos reconhecem a existência de processos que criam condições favoráveis à homogeneidade política dentro dos grupos. O fato de as redes sociais serem fontes de informação política já contribui para que haja homogeneidade, pois esse tipo de informação traz sempre os vieses do grupo que serviu como fonte, permeada por valores e orientações políticas compartilhados naquela estrutura social. Os grupos não se constituem apenas como fonte de informação, mas também como mecanismo de conformação atitudinal, pressionando os indivíduos a adequar seu comportamento e opiniões políticas a seus valores e atitudes. Conforme destacou Sinclair, “É provável que todos tenham suas próprias preferências, mas à medida que as eleições e a política se tornam mais visíveis durante uma campanha eleitoral,

os indivíduos sentem-se pressionados a se conformarem às normas de sua rede social” (2012, p. 5).

Indivíduos são mais suscetíveis à conformação atitudinal em certas condições, sobretudo quando é parte do objetivo do grupo a orientação moral de seus membros ou quando o comportamento é publicamente visível, com supervisão constante de seus pares (*Idem*). A proximidade física e a intensidade das interações são fatores que medeiam a capacidade de coerção do grupo, razão pela qual ambientes como família e trabalho, onde são mantidos contatos frequentes e intensos, tendem a ser mais decisivos na orientação política de eleitores. O processo de conformação atitudinal está fundamentado em um grande número de evidências empíricas. Em *People's choice*, por exemplo, os autores mostram que eleitores indecisos ou com posições divergentes acabam se ajustando ao posicionamento do grupo e votando em conformidade com as pessoas do seu ciclo de relações sociais (Lazarsfeld *et al.*, 1948).

Na prática, esse processo de influência social é conduzido por alguns mecanismos específicos, como o nível de integração dos indivíduos aos grupos (que determina a exposição individual ao contexto), a estrutura organizacional das redes sociais (que define sua capacidade de difusão de informações) e a atuação de lideranças (que intermedeiam a comunicação entre os indivíduos e a forma como a informação é transmitida). O acesso à informação política e a amplitude da conformação atitudinal variam conforme esses mecanismos. Na próxima seção, eles serão descritos de forma mais sistemática, vinculando o objeto de análise deste artigo (voto evangélico) à abordagem sociológica do voto.

Os determinantes do voto evangélico

Nesta seção, é estabelecida uma conexão entre os estudos brasileiros sobre o voto evangélico e a abordagem sociológica do voto. Apontam-se alguns mecanismos que levam ao desenvolvimento de padrões de comportamento político entre os membros das igrejas evangélicas. Três diferentes dimensões são consideradas em nosso estudo: (1) a frequência dos indivíduos às atividades da igreja, definindo o nível de integração do indivíduo ao

grupo; (2) o modelo de organização eclesial, que determina os padrões de interação e as possibilidades de comunicação entre os indivíduos; (3) e, por fim, o papel das lideranças religiosas, que têm impacto na trajetória do fluxo de comunicações e na capacidade de persuasão dos estímulos políticos. Dessas dimensões, são derivadas quatro hipóteses a serem testadas nas seções seguintes com uso de técnicas estatísticas multivariadas.

Hábito de frequentar o grupo religioso

Apesar das diferenças que caracterizam o campo evangélico no Brasil, as igrejas assemelham-se quanto à exigência de uma forte dedicação ao grupo. Possivelmente, não existem no país outras religiões que reúnam com tamanha frequência os mesmos indivíduos para a prática de suas atividades, sendo esse um dos traços distintivos e mais importantes do protestantismo brasileiro (Bohn, 2004; Novaes, 2001; Fernandes *et al.*, 1998). A presença assídua no ambiente da igreja é canalizada para práticas de diversas naturezas, tais como cultos, encontros de orações, de jovens ou de casais, curas espirituais, estudo bíblicos, atividades sociais e administrativas, entre outras. Esse hábito aumenta significativamente a exposição dos indivíduos à comunidade religiosa, assegurando ao grupo elevada densidade na sua rede de interações, condição supostamente favorável à influência social.

As igrejas evangélicas têm alto índice de frequência e são vistas como celeiros de eleitores congregados. E, de fato, se olharmos em nossa volta, veremos que não há outra instituição que reúna tantas vezes as mesmas pessoas durante a semana. Assim sendo, é preciso reconhecer que os espaços de agregação de evangélicos fazem, hoje, diferença no jogo eleitoral. Ainda que as possibilidades de sucesso de candidatos evangélicos dependam também [...] das experiências pessoais e de outros vínculos políticos que cada fiel/eleitor possa ou não ter relações entre campo político e campo religioso (Novaes, 2001, p. 91).

Diversos estudos sobre o voto evangélico no Brasil associam a escolha eleitoral religiosamente

motivada à intensidade com que os membros das igrejas se integram às suas comunidades de fé (Baptista, 2009; Bohn, 2004; Novaes, 2001; Carneiro, 1998). Esses estudos propõem uma relação direta entre o nível de frequência à igreja e a capacidade de esses grupos definirem as preferências eleitorais de seus membros, estabelecendo uma associação de “causa-e-efeito” que também é sustentada pela abordagem sociológica. Grupos que contam com elevada assiduidade de seus membros são mais efetivos na transmissão de informações políticas e na coerção social, dispondo de maiores possibilidades de comunicação e conformação de atitudes (Berelson *et al.*, 1966; Katz e Lazarsfeld, 1965; Finifter, 1974; Huckfeldt e Sprague, 1995).

Alguns fatores são apontados como causa desse processo. Para Mutz (2006) e Finifter (1974), a regularidade das interações aumenta as possibilidades de influência social, tornando mais decisivos para a escolha eleitoral aqueles grupos em que os indivíduos estão mais expostos, submetendo-os a uma maior pressão por conformidade. Katz e Lazarsfeld (1965), por sua vez, destacam que grupos com alta frequência de seus membros são mais efetivos na promoção dos “benefícios da conformidade”.⁵ Em todos os casos, a capacidade de influência do grupo estaria positivamente associada ao aumento da interação entre seus membros. Essa formulação teórica pode ser verificada neste estudo por meio da associação entre a frequência com que o eleitor evangélico vai à igreja e a sua propensão a votar conforme orientações da sua comunidade religiosa. Nesses termos, assume-se a seguinte hipótese:

Hipótese 1: Quanto mais assíduos às suas igrejas, maior a probabilidade de os eleitores evangélicos votarem conforme as orientações de suas comunidades de fé.

Modelo de organização eclesial

A segunda dimensão explicativa do voto evangélico refere-se à forma como estão estruturados os grupos religiosos. Os modelos de organização adotados por cada um definem os padrões de interação e de comunicação entre seus membros, estabelecendo

“quem fala com quem” e “em que medida”. A distinção entre estruturas centralizadas e descentralizadas de organização é de fundamental importância para o entendimento dessas diferenças. As configurações envolvidas em cada um desses dois modelos circunscrevem os possíveis elos entre indivíduos de uma rede, criando dimensões mais hierarquizadas ou mais cooperativas. Em instituições altamente centralizadas, como em organizações militares, são estabelecidas redes que buscam limitar as possibilidades de interação e de trocas informacionais, com um ou mais pontos da rede tendo certos privilégios na comunicação com todo o grupo. Entre amigos, diferentemente, prevalece certa igualdade quanto ao acesso dos indivíduos aos canais de comunicação, induzindo a um tipo de rede baseada na cooperação e na livre troca de informações.

Todas essas diferenças impactam na efetividade da difusão de estímulos políticos e, conseqüentemente, na extensão da influência social sobre o comportamento político dos indivíduos⁶ (Hare, 1962; Back *et al.*, 1950; Verba, 1962). Redes descentralizadas tendem a ser mais cooperativas e coesas, embora mantenham menor controle sobre a transmissão de mensagens no interior do grupo, submetendo-se com maior recorrência a erros, distorções ou reinterpretações de seus sentidos. É, assim, um modelo menos eficiente para a difusão padronizada de estímulos políticos. Por outro lado, modelos centralizados tendem a transmitir informações para todo o grupo de forma mais eficaz devido ao controle exercido pelo núcleo da rede. Organizações que contam com estruturas similares tendem a apresentar grande potencial de difundir estímulos sem se submeter a intermediações ou reinterpretações de outras instâncias, atingindo todo o grupo de forma direta e padronizada. Por esse motivo, modelos centralizados são mais eficientes na propagação de informações políticas.

Essas considerações se tornam particularmente relevantes para a compreensão do voto evangélico, porque, entre as igrejas evangélicas brasileiras, existem denominações altamente verticalizadas, que centralizam as decisões em uma cúpula e mantêm pleno controle sobre as atividades e a comunicação do grupo, e denominações descentralizadas, em que os membros participam ativamente dos pro-

cessos decisórios e de subgrupos de variados tipos, definindo as principais questões acerca dos rumos da comunidade (Fernandes, 1998). As igrejas tradicionais (Batista, Presbiteriana, Luterana e Episcopal) apresentam, de modo geral, modelos mais horizontalizados de organização eclesial. Diferentemente, as denominações pentecostalizadas (Iurd, Assembleia de Deus, entre outras) contam com um modelo que centraliza poder no corpo eclesial e dispõem de poucos canais de participação dos fiéis em suas atividades. Nesse caso, cabe às lideranças religiosas – aos comitês centrais e aos líderes locais, sobretudo aos pastores – a condução de todas as atividades das igrejas, monopolizando a comunicação com o grupo.

A capacidade de difusão de informações política e de mobilização dos fiéis para fins eleitorais está relacionada com essas diferenças. Alguns estudos brasileiros sugerem a existência desse padrão (Machado, 2006; Oro, 2003a e b; Bohn, 2004). Apesar de não tratarem a questão nesses termos, dão a entender que a capacidade de transmissão de informação política (estímulo) é mais efetiva nas igrejas que contam com um modelo de organização centralizado, em que o corpo eclesial mantém o monopólio na condução de suas atividades e na comunicação com o grupo. Denominações religiosas menos hierarquizadas não reproduziriam com o mesmo impacto a difusão de mensagens que afetam o comportamento político de seus membros. O modelo mais horizontalizado de organização eclesial, dotado de uma variedade maior de atividades e com certa distribuição de funções e responsabilidades, reduz o poder e as possibilidades de emissão de estímulos padronizados e em massa no interior dos grupos. Assim, espera-se que igrejas cuja estrutura seja verticalizada e pouco porosa à participação de seus membros sejam mais eficientes na difusão de informação política, apresentando maior capacidade de influência social sobre as preferências políticas de seus membros, conforme expresso na seguinte hipótese:

Hipótese 2: Quanto mais verticalizado o grupo religioso, maior a sua capacidade de difundir informações políticas e orientar a escolha eleitoral de seus membros.

Lideranças religiosas

Muitos estudos sobre o voto evangélico no Brasil também ressaltam o papel das lideranças religiosas na transmissão de mensagens políticas e persuasão. Nesse processo, pastores, que mantêm contato mais frequente e direto com os fiéis, desempenhariam função determinante. Essas conclusões, apoiadas por amplas evidências, são consensuais na literatura sobre o tema (Baptista, 2009; Bohn, 2004). Não obstante, persistem algumas questões: o que define o papel de liderança nas instituições religiosas a ponto de torná-lo elemento importante no processo de transmissão de informação política e formação de preferências eleitorais? E em que circunstâncias as mensagens políticas emitidas pelo líder do grupo religioso são mais persuasivas?

Um primeiro aspecto refere-se à posição das lideranças na estrutura dos grupos. Em geral, pastores, bispos e presbíteros são os principais responsáveis pela condução de um extenso conjunto de atividades. No âmbito de suas igrejas, eles ocupam um espaço organizacional estratégico e dispõem de elevado *status* em sua estrutura, assegurando privilégios na comunicação com o grupo durante as reuniões que demandam sua intervenção. Isso é particularmente acentuado para o caso das igrejas pentecostais, onde os cultos e encontros de oração são as atividades mais comuns e importantes para a comunidade religiosa, tornando recorrente e intensa a exposição dos pastores e demais lideranças eclesiais ao grupo. Nas igrejas tradicionais, que dispensam o clero para a realização de diversas atividades, a capacidade de as lideranças eclesiais exercerem esse papel tende a se reduzir.

A abordagem sociológica examina essa questão a partir do conceito de “centralidade da liderança”, que permite ponderar o quão central é a posição de um ator no grupo por meio do número de ligações diretas e indiretas estabelecidas com ele em uma rede social. Em um processo de comunicação, quanto menos canais forem necessários para atingir todo o grupo, mais central é a posição da liderança (Bavelas, 1948; Katz e Lazarsfeld, 1965). Uma alta centralidade confere mais recursos e capacidade de transferência de informações, tornando a liderança mais influente e decisiva para o grupo. Tendo em vista essas

considerações, é possível afirmar que denominações evangélicas que contam com uma estrutura eclesial verticalizada e que, ao mesmo tempo, têm os cultos como sua principal e mais recorrente atividade são aquelas cujas lideranças se tornam mais determinantes na emissão de estímulos políticos. O alcance das informações é maciço nessas igrejas porque pastores e outros líderes mantêm certo monopólio da comunicação institucional e ocupam espaço privilegiado na hierarquia da organização. A partir dessas ideias, assume-se a seguinte hipótese:

Hipótese 3: Quanto maior a centralidade das lideranças, maiores as possibilidades de as instituições religiosas emitirem estímulos políticos que orientem as escolhas eleitorais de seus membros.

Um segundo aspecto comumente trabalhado pela literatura brasileira sobre a influência da liderança evangélica na decisão do voto merece ser destacado. Trata-se da função exercida pelos pastores no processo de persuasão política dos fiéis. Freston (1994), por exemplo, demonstra que muitos deles atuam de modo intencional e estratégico ao induzirem os fiéis a legitimarem o projeto eleitoral de suas igrejas, o que geralmente é feito por meio da vinculação entre fé religiosa e alguma ação política específica. Tal conexão entre atividades religiosas e objetivos políticos seria fortemente condicionada pelo prestígio das lideranças religiosas na condução de cultos e outras atividades das igrejas. O fator carisma seria a variável determinante: quanto maior o volume de ações extraordinárias, maior é a veneração em torno da figura da liderança, elevando sua capacidade de persuasão (Fernandes *et al.*, 1998; Fonseca, 2002; Novaes, 2001; Freston, 1993). Por esse motivo, nas igrejas pentecostais, onde são recorrentes atividades com forte carga emotiva – isto é, marcadas pela presença de curas, sessões de exorcismo, prática da glossolalia,⁷ entre outros –, observar-se-ia grande dependência do grupo em relação aos seus líderes, com pastores e outros integrantes do corpo eclesial obtendo muito prestígio nas relações sociais que são mantidas com os membros da igreja.

O enquadramento teórico adotado por Verba (1962) traz alguns esclarecimentos a esse respeito. Ao focar sua análise nas *funções* desempenhadas pe-

los diferentes tipos de liderança, o autor estabelece a distinção entre líderes *instrumentais* e líderes *socioemotivos* – ou *oficiais* e *afetivos*, respectivamente, como adotado por Hare (1962). Lideranças instrumentais limitam-se à realização dos objetivos estritos do grupo, em um sentido mais administrativo e gerencial de suas atividades; lideranças socioemotivas, por outro lado, estão mais voltadas para a coesão interna e a satisfação afetiva, possuindo maior prestígio e capacidade de mobilização do grupo. Nesse sentido, pode-se supor que a capacidade de os líderes das igrejas evangélicas exercerem influência política sobre os fiéis varia de acordo com essas funções. Hipoteticamente, somente o tipo socioemotivo de liderança obteria sucesso ao expressar demandas normativas – como a orientação do voto –, as quais dificilmente seriam aceitas sem o prestígio e as qualidades excepcionais que lhe são atribuídas, conforme destacam alguns estudos sobre o voto evangélico no Brasil (Baptista, 2009).

Essa segunda dimensão parece ser de grande importância para a compreensão da associação que é comumente estabelecida entre pastores evangélicos carismáticos e o comportamento político dos fiéis, razão pela qual se espera que:

Hipótese 4: Quanto mais os evangélicos estão sujeitos a experiências religiosas carismáticas, maiores as possibilidades de seguirem as orientações políticas das lideranças de suas igrejas.

Resultados

Utilizamos, neste estudo, o banco de dados da pesquisa “Novo nascimento”, como já referido no início deste artigo. O universo pesquisado são os evangélicos da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (RMRJ), sendo incluídas na amostra as cidades de Nova Iguaçu, Belford Roxo, Nilópolis, Duque de Caxias, São João de Meriti, Niterói, São Gonçalo e a capital Rio de Janeiro.⁸ A coleta de dados ocorreu entre os meses de setembro e novembro, em um período que abrange as eleições nacionais realizadas no início de outubro. A amostra tem 1303 casos e é representativa para a população evangélica desses oito municípios. Desde a sua realização, há vinte anos, não foram feitas no Brasil pesquisas tão

aprofundadas sobre o comportamento político e as práticas de grupos religiosos, razão pela qual se optou por utilizá-la como a referência empírica deste estudo.⁹

Para a análise dos grupos evangélicos, os respondentes foram agregados em seis categorias, definidas a partir de algumas características compartilhadas pelas diferentes denominações, conforme a tipologia proposta por Carneiro (1998). Sua classificação é baseada nos aspectos organizacionais e na centralidade do *carisma* na vida da igreja, duas das dimensões contextuais que definem os padrões de interação entre os indivíduos e, conseqüentemente, a capacidade de influência social dos grupos religiosos. Na Tabela 1, são apresentados os seis tipos e suas respectivas frequências no banco de dados da pesquisa “Novo nascimento”. As igrejas batistas e as históricas, apesar das semelhanças, foram mantidas como categorias independentes, porque somam um número de casos suficiente para as análises. Os seis grupos serão considerados na análise subsequente como variáveis de controle nos testes estatísticos.

Tabela 1
Grupos Religiosos na Pesquisa “Novo Nascimento”*

| Classificação | Frequência | % |
|----------------------------|-------------|--------------|
| Assembleia de Deus | 424 | 32,54 |
| Batista | 249 | 19,11 |
| Universal do Reino de Deus | 223 | 17,11 |
| Históricas | 112 | 8,6 |
| Renovadas | 95 | 7,29 |
| Outras Pentecostais | 200 | 15,35 |
| | 1303 | 100,0 |

* A categoria “Assembleia de Deus” inclui as igrejas Assembleia de Deus e Assembleia de Deus Convenção Nacional de Madureira. A categoria “Batista” inclui a Convenção Batista Brasileira e Convenção Batista Nacional. A categoria “Históricas” inclui as igrejas Presbiteriana, Adventista, Congregacional e Metodista. A categoria “Renovadas” inclui as igrejas Metodista Wesleyana, Maranata, Comunidade Evangélica, Batista Renovada e Igreja Evangélica. Por fim, a categoria “Outras Pentecostais” inclui as igrejas Nova Vida, Congregação Cristã, Deus é Amor, Casa da Bênção, além de outras igrejas menores.

Fonte: Pesquisa “Novo Nascimento — Os Evangélicos em Casa, na Igreja e na Política”, desenvolvida pelo Instituto de Estudos da Religião (ISER), 1994.

Os fatores explicativos do *voto evangélico*, conforme explorado na seção anterior, foram organizados em quatro indicadores, compostos por itens referentes a cada uma das dimensões exploradas no texto: *hábito de frequentar a igreja*; *média da participação dos fiéis nas atividades eclesiais*; *exposição média dos fiéis à liderança*; *liderança socioemotiva*. Os indicadores que remetem à experiência individual foram calculados para cada um dos evangélicos; e os indicadores que tratam de aspectos estruturais do grupo religioso foram calculados no nível agregado, conforme explicitado a seguir¹⁰:

- Indicador 1 – *Hábito de frequentar a igreja*: mede a assiduidade da interação, revelando a frequência com que cada evangélico vai à igreja;
- Indicador 2 – *Média da participação dos fiéis nas atividades eclesiais*: mostra o grau de abertura dos grupos religiosos à participação direta de seus membros em atividades sociais, administrativas e educacionais, indicando uma das características da estrutura eclesial adotada pela denominação.
- Indicador 3 – *Exposição média dos fiéis à liderança*: mede o grau de centralidade dos líderes religiosos por meio da exposição média dos pastores em suas congregações.
- Indicador 4 – *Liderança socioemotiva*: atesta o quanto cada indivíduo se sujeita a atividades com apelo emotivo, apontando o grau da presença do tipo socioemotivo de liderança nos grupos religiosos.

A pontuação dos quatro indicadores foi estimada pelo cálculo da razão de chance. Esse método identifica a expectativa de ocorrência dos itens que compõem cada indicador, conferindo pesos diferenciados a cada um deles. Tem a vantagem de produzir scores que captam as chances de determinado evento ocorrer dimensionando seus valores relativos, isto é, sobrevaloriza os eventos mais raros e subvaloriza os mais frequentes.¹¹ A Tabela 2 contém os resultados dos quatro indicadores para os seis grupos religiosos considerados na análise, acompanhados do valor médio e do desvio padrão. De modo geral, as variações observadas nos resultados confirmam as conclusões da literatura sobre o tema, com destaque para as igrejas Universal do Reino de Deus, renovadas e outras pentecostais. Esses grupos reúnem as características supostamente mais favoráveis para a promoção do voto evangélico:

co: contam com elevada frequência dos fiéis à igreja, adotam modelos de organização verticalizados e pouco participativos, ao mesmo tempo que asseguram às suas lideranças grande exposição e promovem experiências carismáticas com os fiéis.

Os resultados da Tabela 2 permitem apenas observar a posição dos grupos religiosos nas dimensões representadas pelos quatro indicadores. Para dar um passo à frente e identificar a correlação entre esses fatores e o voto evangélico, objeto deste estudo, tornou-se necessário empregar recursos metodológicos capazes de indicar quais dessas dimensões são relevantes para a análise. Inicialmente, definimos como “voto evangélico” a intenção de voto em um candidato a deputado federal que também fosse evangélico ou fosse apoiado por alguma denominação evangélica. A identificação desses candidatos, naquelas eleições, foi realizada pelos pesquisadores do Iser com base nos programas veiculados na TV durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, contatos com escritórios de campanha e sedes das igrejas e leitura de material da candidatura e de jornais evangélicos. Em seguida, para estimar a correlação entre as variáveis explicativas e dependentes, utilizamos o modelo de regressão logística binária, técnica estatística que prediz os valores assumidos por uma variável categórica (dependente) a partir de uma série de variáveis independentes (explicativas). No modelo, as variações da variável dependente *Voto evangélico* (voto evangélico =1; voto em outro candidato =0) são analisadas em relação aos seis tipos de grupos religiosos e às quatro dimensões representadas pelos indicadores. O grupo das *Históricas* foi definido como categoria de referência.¹² A equação que segue representa o modelo completo:

$$\text{Voto evangélico} = a + b_1 (\text{Assembléia de Deus}) + b_2 (\text{Outras Pentecostais}) + b_3 (\text{Batistas}) + b_4 (\text{Renovadas}) + b_5 (\text{Universal}) + b_6 (\text{Ind.Compromisso Religioso}) + b_7 (\text{Ind.da Média da Participação}) + b_8 (\text{Ind.Exposição Média da liderança}) + b_9 (\text{Ind.de Liderança Socioemotiva}) + b_{10} (\text{Ind. de Sofisticação Política})$$

Onde:

“Voto evangélico” = variável binária que indica “1” se o respondente pretende votar em um candidato

Tabela 2
Resultado dos Indicadores por Grupo Religioso

| Grupo | Indicador 1 Hábito de frequentar a igreja | | Indicador 2 Média da participação nas atividades eclesiais | | Indicador 3 Exposição média dos fiéis à liderança | | Indicador 4 Liderança socioemotiva | |
|-------------------------------|---|------------------|---|------------------|---|------------------|--|------------------|
| | Média | Desvio Padrão | Média | Desvio Padrão | Média | Desvio Padrão | Média | Desvio Padrão |
| Todas | 3,02 | 1,47 | 4,10 | 3,14 | 2,07 | 1,88 | 0,31 | 1,04 |
| Assembleia de Deus | 3,04 | 1,50 | 4,43 | 3,09 | 2,03 | 1,17 | 0,34 | 1,06 |
| Batista | 2,38 | 1,22 | 5,38 | 3,12 | 1,49 | 0,91 | 0,13 | 0,72 |
| Universal do Reino de Deus | 3,65 | 1,35 | 2,14 | 2,59 | 2,58 | 1,03 | 0,45 | 1,34 |
| Históricas | 2,46 | 1,41 | 4,69 | 3,02 | 1,55 | 1,06 | 0,13 | 0,55 |
| Renovadas | 3,37 | 1,34 | 4,97 | 2,88 | 2,28 | 1,04 | 0,56 | 1,45 |
| Outras Pentecostais | 3,28 | 1,48 | 3,50 | 2,85 | 2,28 | 1,15 | 0,30 | 0,95 |
| Valor máximo possível | 4,8 | | 11,2 | | 3,4 | | 11,4 | |
| Teste F | 25,46 | | 33,98 | | 31,775 | | 4,145 | |
| Significância | (0,000) | | (0,000) | | (0,000) | | (0,001) | |

Fonte: Pesquisa “Novo Nascimento — Os Evangélicos em Casa, na Igreja e na Política”, desenvolvida pelo Instituto de Estudos da Religião (ISER), 1994.

que seja evangélico e “0” se o respondente pretende votar em outro candidato;

“Assembleia de Deus” = variável binária que indica “1” se o respondente pertence a esse grupo religioso e “0” se não;

“Outras Pentecostais” = variável binária que indica “1” se o respondente pertence a esse grupo religioso e “0” se não;

“Batistas” = variável binária que indica “1” se o respondente pertence a esse grupo religioso e “0” se não;

“Universal” = variável binária que indica “1” se o respondente pertence a esse grupo religioso e “0” se não;

“Indicador 1 – *Hábito de frequentar a igreja*” = variável discreta que varia de “0” a “4,8 pontos” e revela se a frequência com que evangélico se submete ao contexto da igreja;

“Indicador 2 – *Média da participação dos fiéis às atividades eclesiais*” = variável discreta que varia de “0” a “11,23 pontos” e revela o nível de permeabilidade das instituições religiosas à participação de seus membros em atividades sociais, administrativas e educacionais;

“Indicador 3 – *Exposição média dos fiéis à liderança*” = variável discreta que varia entre “0” e “3,4 pontos” e

revela a exposição média das lideranças nas atividades religiosas de suas igrejas;

“Indicador 4 – *Liderança socioemotiva*” = variável discreta que varia entre “0” e “11,38 pontos” e revela a exposição individual a lideranças do tipo socioemotivo.

A Tabela 3 contém os resultados da regressão logística. As variáveis foram inseridas em dois blocos. O primeiro (Modelo 1) expressa a forma usual de interpretação do voto evangélico no Brasil. Esse modelo aborda apenas a associação entre voto evangélico e os seis grupos religiosos, identificando os grupos cujos membros estão mais propensos a escolher um candidato à Câmara dos Deputados que seja apoiado pela sua igreja. O segundo (Modelo 2), mais completo, inclui também os mecanismos específicos mediante os quais ocorre a persuasão político-eleitoral, tendo como fundamento o enquadramento teórico desenvolvido nas seções anteriores. Para facilitar o entendimento dos dados presentes na Tabela 3, o sentido e magnitude do impacto de cada variável são apresentados por meio da razão de chance, em termos percentuais, na Tabela 4.

Tabela 3
Modelo de Regressão Logística Binária (1) - Variável Dependente: Voto Evangélico

| | Modelo 1 | Modelo 2 |
|--|----------------------|----------------------|
| Assembleia de Deus | 0,201 (0,226) | -0,282 (0,367) |
| Outras Pentecostais | 0,278 (0,244) | -0,095 (0,546) |
| Batistas | 0,31 (0,243) | 0,127 (0,342) |
| Renovadas | 0,553** (0,289) | -0,353 (0,535) |
| Universal do Reino de Deus | 1,093**** (0,238) | 0,805 (0,934) |
| Indicador 1 – Hábito de frequentar a igreja | – | 0,175)**** (0,43) |
| Indicador 2 – Média de participação dos fiéis nas atividades eclesiais | – | 0,331 |
| Indicador 3 – Exposição média dos fiéis à liderança | – | 0,864 (0,662) |
| Indicador 4 – Liderança socioemotiva | – | 0,088* (0,055) |
| <i>Qui-quadrado</i> | 35,96**** | 60,31**** |
| <i>Nagelkerke</i> | 0,37 | 0,61 |
| <i>N</i> | 1332 | 1332 |

*p> 0,1; **p> 0,05; ***p> 0,01; ****p> 0,001. Obs.: A tabela mostra os Betas estimados e os erros padrões entre parênteses.

Tabela 4
Modelo de Regressão Logística Binária (2) - Variável Dependente: Voto Evangélico

| | Modelo 1 | Modelo 2 |
|--|-----------------|-----------------|
| Assembleia de Deus | 22,3% | -24,5% |
| Outras Pentecostais | 32,0% | -9,0% |
| Batistas | 36,4% | 13,5% |
| Renovadas | 73,8% | -29,7% |
| Universal do Reino de Deus | 198,3% | 123,8% |
| Indicador 1 – Frequência às atividades da igreja | – | 19,1% |
| Indicador 2 – Média de participação na igreja | – | 39,3% |
| Indicador 3 – Exposição média da liderança | – | 137,3% |
| Indicador 4 – Liderança socioemotiva | – | 9,2% |

Obs.: Para identificar a magnitude do efeito de cada variável em termos percentuais, calculamos o exponencial dos Betas estimados e, depois, diminuímos 1 do valor do exponencial e multiplicamos por 100.

Fonte das tabelas 3 e 4: Pesquisa “Novo Nascimento — Os Evangélicos em Casa, na Igreja e na Política”, desenvolvida pelo Instituto de Estudos da Religião (ISER), 1994.

Nos resultados do Modelo 1, chama atenção o forte efeito que a igreja Universal do Reino de Deus tem sobre o voto. Os membros desse grupo têm probabilidade 198% maior de votar em um candidato que seja evangélico em relação ao grupo de referência (*Históricas*). Para todos os demais, o efeito é positivo, mas apenas para as *Renovadas* se mostrou estatisticamente significativo, com chance 73,8% maior de voto evangélico. Surpreende apenas os resultados válidos para Assembleia de Deus e outras pentecostais, sobretudo a primeira, que é uma das denominações brasileiras com maior presença no cenário político-eleitoral, mas que, pelos dados apresentados, estiveram pouco mobilizados durante as eleições de 1994 no Rio de Janeiro. Quanto ao grupo das *Outras Pentecostais*, a situação observada é, possivelmente, reflexo da regra adotada por duas das principais igrejas que compõem essa categoria, Congregação Cristã do Brasil e Deus é Amor, que proíbe qualquer tipo de inserção e atuação de seus membros na política partidária (Foerster, 2006). Esse apartidarismo destoa da postura típica das igrejas pentecostais brasileiras, impedindo que esses grupos usem suas redes sociais para a promoção de candidaturas alinhadas a seus interesses.

De modo geral, esses resultados vão ao encontro de algumas das principais conclusões da literatura brasileira. Dos seis grupos religiosos, destacaram-se como definidoras do voto evangélico as igrejas pentecostalizadas, em especial a Universal do Reino de Deus e Renovadas. Não obstante, esses resultados não permitem identificar de que forma esses grupos induzem seus membros a votarem de acordo com em seus candidatos. O Modelo 2 permite superar essa limitação e identificar os mecanismos responsáveis pela influência social dos grupos religiosos. As hipóteses propostas neste trabalho são testadas a partir desse último modelo. Os resultados mostram-se estatisticamente significativos apenas para dois fatores: *hábito de frequentar a igreja* e *liderança socioemotiva*. O aumento de 1 ponto na escala do “Indicador 1 – Hábito de frequentar a igreja” (que varia de 0 a 4,8 pontos) eleva, em média, em 19,8% a probabilidade de que um eleitor vote em um candidato que também seja evangélico, mantendo os demais fatores constantes. Já o aumento de 1 ponto no “Indica-

dor 4 – Liderança socioemotiva” (que varia de 0 a 11,4 pontos) aumenta em 9,2% as chances de voto evangélico. Os fatores relacionados com o modelo de organização das igrejas e com o nível de exposição à liderança religiosa teriam menor importância na decisão do voto.

Importante observar que, nesse modelo, os coeficientes dos efeitos das igrejas Universal do Reino de Deus e Renovadas perdem significância, o que sugere que eles são mediados por esses dois mecanismos. O potencial de persuasão política dos fiéis pelas igrejas varia conforme a presença desses fatores, levando vantagem aquelas que contam com maior presença de seus membros nas atividades religiosas e cujas lideranças conduzem cultos de cunho carismático, conforme proposto pelas hipóteses 1 e 4 deste estudo. Foram essas as condições que permitiram que as ações dos grupos evangélicos no sentido de influenciar o voto dos fiéis, nas eleições de 1994, na região metropolitana do Rio de Janeiro, fossem bem-sucedidas.

Considerações finais

Os resultados dos testes realizados neste artigo permitem algumas conclusões gerais a respeito do voto evangélico. Conforme argumentamos, os estudos brasileiros têm produzido diversas evidências a respeito do papel da religião na conformação das escolhas políticas de seus membros, mas poucos deles têm identificado mecanismos específicos responsáveis pelo efeito da religião no comportamento eleitoral dos fiéis. Mesmo quando apontam quais denominações estão positivamente associadas ao voto evangélico, esses estudos não avançam no sentido de identificar o que, de fato, faz com que esses grupos sejam eficientes na promoção de candidaturas de sua preferência. Como forma de se superar essas limitações, foi proposto um modelo de análise do voto evangélico baseado na abordagem sociológica do voto.

Os resultados demonstram que dois mecanismos específicos se sobrepõem aos demais como fatores explicativos. Os efeitos mais robustos são a participação em cultos com forte carga emotiva e o hábito de frequentar as atividades da Igreja. En-

quanto o primeiro refere-se à forma carismática de as lideranças se comunicarem com os fiéis, o segundo reporta-se à densidade das interações que ocorrem no contexto religioso. Outros fatores ressaltados pela literatura tiveram efeitos mais modestos. É o caso do modelo da organização eclesial e nível de exposição às lideranças.

Para além do diálogo com a literatura brasileira, confirmando algumas de suas conclusões e

refutando outras, acreditamos que a maior contribuição deste artigo é propor um modelo de análise que visa identificar os mecanismos específicos por meio dos quais os grupos evangélicos interferem no processo de formação das preferências eleitorais dos fiéis, para além dos rótulos das diferentes denominações. São esses mecanismos os principais responsáveis pela eficácia das igrejas na difusão de informação política e na conformação atitudinal.

Anexo 1 Frequência e Pontuação dos Itens que Compõe os Indicadores

| Indicador 1 Frequência às atividades da Igreja | | | Indicador 2 Média da Participação Eclesial | | |
|--|------------|--------|--|------------|--------|
| Itens | Frequência | Pontos | Itens | Frequência | Pontos |
| Culto dominical | | | Escola dominical | | |
| Na última semana | 62,00% | 1,3 | Na última semana | 43,8% | 1,34 |
| No último mês | 81,00% | 1 | No último mês | 58,9% | 1,00 |
| Culto de cura ou libertação | | | Serviços aos necessitados | | |
| Na última semana | 38,00% | 2,1 | Na última semana | 19,7% | 2,99 |
| No último mês | 53,00% | 1,52 | No último mês | 34,8% | 1,69 |
| Reunião de oração | | | Reunião de sociedade ou associação da Igreja | | |
| Na última semana | 59,00% | 1,4 | Na última semana | 23,6% | 2,50 |
| No último mês | 75,00% | 1,07 | No último mês | 38,5% | 1,53 |
| | | | Reunião administrativa da igreja* | 44,6% | 1,32 |
| | | | Já votou na escolha dos líderes da igreja | 41,1% | 1,43 |
| | | | Tem função na igreja** | 35,8% | 1,65 |
| Indicador 3 Exposição Média da Liderança | | | Indicador 4 Liderança Socioemotiva | | |
| Itens | Frequência | Pontos | Itens | Frequência | Pontos |
| Culto dominical | | | Glossolalia | | |
| Na última semana | 62,00% | 1,3 | | 31,24% | 1 |
| No último mês | 81,00% | 1 | Cura | 8,31% | 3,76 |
| Culto de cura ou libertação | | | Exorcismo ou Libertação | | |
| Na última semana | 38,00% | 2,1 | | 4,72% | 6,62 |
| No último mês | 53,00% | 1,52 | | | |

Fonte: Pesquisa “Novo Nascimento — Os Evangélicos em Casa, na Igreja e na Política”, desenvolvida pelo Instituto de Estudos da Religião (ISER), 1994.

Notas

- 1 Segundo dados do Censo Demográfico 2010, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).
- 2 A bancada evangélica na Câmara, nos últimos quatro pleitos, passou de 44 para 71 parlamentares. O número de deputados estaduais evangélicos também tem crescido sensivelmente; há, atualmente, frentes parlamentares em quinze estados. Nos municípios, observa-se a mesma tendência, com cerca de 10 mil vereadores eleitos em 2012, segundo as contas do Fórum Evangélico Nacional de Ação Social e Política. Além do Legislativo, políticos evangélicos têm ocupado importantes cargos no Executivo, como ministérios, governos estaduais e prefeituras.
- 3 Para uma revisão da constituição da abordagem sociológica do voto, conferir, entre outros, Verba (1962); Katz e Lazarsfeld (1965); Mattelart e Mattelart (1999).
- 4 Os estudos de *small groups* trabalham com uma noção mais restritiva de grupos, limitando sua extensão à composição social de um ambiente com fronteiras mais bem definidas, em que são estabelecidos padrões de interação entre indivíduos que compartilham características e motivações. Tal como em *Personal influence*, “nos referimos especialmente a famílias, amigos, grupos informais de trabalho, etc., bem como também àqueles grupos mais formais como clubes e organizações de variados tipos [...] Esses grupos são geralmente caracterizados pelo seu pequeno tamanho, durabilidade, informalidade, contato face-a-face e múltipla finalidade” (Katz e Lazarsfeld, 1965, p. 48).
- 5 Os autores pressupõem que indivíduos tendem a compartilhar opiniões e atitudes por conta dos ganhos instrumentais envolvidos, sendo levados a buscar certa harmonia com o grupo com o qual deseja manter interação com mais regularidade, evitando assim dissonâncias ou coações.
- 6 “Eficiência”, em muitos estudos de grupos, está relacionada com o tempo e o alcance da difusão de informações por parte dos grupos. Quanto menor o tempo e maior o alcance, mais eficaz seria a transmissão de estímulos e mensagens (Freeman, 1979).
- 7 A glossolalia, ou dom de se falar em línguas estranhas, é uma ação individual altamente emotiva que independe da presença de pastores. No entanto, a manifestação desse dom quase sempre se dá a partir da motivação das lideranças, que criam circunstâncias mais favoráveis para a sua revelação. Por esse motivo, optou-se por mantê-la na identificação dos tipos de liderança prevalentes nas diferentes denominações evangélicas.
- 8 A amostra foi realizada em dois estágios. Inicialmente, foram sorteados, dentro de cada município, as unidades do setor censitário, sendo que, para o município do Rio de Janeiro, o sorteio foi realizado segundo regiões: zonas Norte, Sul, Leste e Oeste. No segundo estágio, em cada setor censitário, foram sorteados os evangélicos respondentes (unidade elementar).
- 9 Para maiores esclarecimentos, conferir as notas metodológicas dessa pesquisa no livro *Novo nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política* (Fernandes et al., 1998).
- 10 Os itens que compõem os indicadores e a distribuição da frequência de cada um deles são apresentados no Anexo 1 deste artigo.
- 11 É atribuída pontuação igual a 1 às atividades mais recorrentes, que corresponde à divisão do valor observado por aquele da prática mais comum. Essa é a referência para o cálculo dos demais valores da razão de chance do indicador. Dessa forma, práticas menos comuns recebem pontuação superior.
- 12 Pelos resultados descritivos dos indicadores, o grupo das igrejas históricas foi aquele que se mostrou com a menor tendência ao voto evangélico. Por esse motivo, foi definido como a categoria de referência do modelo de regressão. Dessa forma, os coeficientes obtidos para os outros grupos religiosos indicam como eles se diferenciam desse grupo de referência.

BIBLIOGRAFIA

- BACK, K.; FESTINGER, L.; HYMOVITCH, E.; KELLEY, H. H.; SCHACHTER, S. & THIBAUT, J. (1950), “The methodology of studying rumor transmission”. *Human Relations*, 3(3): 307-312.
- BAPTISTA, Saulo. (2009), *Pentecostais e neopentecostais na política brasileira*. São Paulo, Annablume.
- BAVELAS, A. (1948), “A mathematical model for group structures”. *Appl. Anthropol.*, 7: 16-30.
- BERELSON, Bernard; LAZARFELD, Paul & MCPHEE, William. (1966), *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago, University of Chicago Press.

- BOHN, Simone R. (2004), "Evangélicos no Brasil: perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral". *Opinião Pública*, 10 (2), *online*.
- CARNEIRO, L. P. (1998) "Cultura cívica e participação política entre evangélicos", in Rubem César Fernandes *et al.* (orgs.), *Novo nascimento: os evangélicos, na igreja, em casa e na política*. Rio de Janeiro, Mauad, vol. 1.
- FERNANDES, R. *et. al.* (1998), *Novo nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política*. Rio de Janeiro, Mauad.
- FESTINGER, L.; SCHACHTER, S. & BACK, K. (orgs.). (1950), *Social pressure in informal groups*. Stanford, Stanford University Press.
- FINIFTER, Ada. (1974), "The friendship group as a protective environment for political deviants". *American Political Science Review*, 68: 607-625.
- FREEMAN, L. C. (1979), "Centrality in social networks I. Conceptual clarification". *Social Networks*, 1: 215-239.
- FONSECA, Alexandre Brasil Carvalho da. (2002), *Secularização, pluralismo religioso e democracia no Brasil: um estudo sobre evangélicos na política nos anos 90*. São Paulo, tese de doutorado em sociologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
- FOERSTER, Norbert Hans. (2006), "Poder e política na Congregação Cristã no Brasil: um pentecostalismo na contramão". *Ciências Sociais e Religião*, 8 (8): p. 121-138.
- FRESTON, Paul. (1993), *Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment*. Campinas, tese de doutorado em sociologia, Departamento de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas.
- _____. (1994), *Evangélicos na política brasileira: história ambígua e desafio ético*. Curitiba, Encontro.
- HARE, A. Paul. (1962), *Handbook of small group research*. Nova York, The Free Press.
- HUCKFELDT, R. Robert & SPRAGUE, John D. (1995), *Citizens, politics, and social communication: information and influence in an election campaign*. Cambridge, Cambridge University Press.
- KATZ, Elihu & LAZARFELD, Paul. (1965), *Personal influence*. Glencoe, Free Press.
- LAZARFELD, Paul; BERELSON, Bernard & GAUDET, Hazel. (1948), *The people's choice: how to voter makes up his mind in a presidential campaign*. Nova York, Columbia University Press.
- MACHADO, Maria das Dores Campos. (2006), *Política e religião: a participação dos evangélicos nas eleições*. Rio de Janeiro, Editora da FGV.
- MATTELART, Armand & MATTELART, Michele. (1999), *História das teorias da comunicação*. São Paulo, Loyola.
- MUTZ, Diana C. (2006), *Hearing the other side: deliberative versus participatory democracy*. Cambridge, Cambridge University Press.
- NOVAES, Regina. (2001), "A divina política: notas sobre as relações delicadas entre religião e política". *Revista da USP*, 49: 60-81.
- ORO, Ari Pedro (2003a), "Organização eclesial e eficácia política: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus. Civitas". *Revista de Ciências Sociais*, 3 (1): 97 - 109.
- _____. (2003b), "A política da Igreja Universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 18 (53): 53-69.
- PIERUCCI, Antonio Flavio de Oliveira & PRANDI, Jose Reginaldo. (1996), *A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política*. São Paulo, Hucitec.
- SINCLAIR, Betsy. (2012), *The social citizen: peer networks and political behavior*. Chicago, University of Chicago.
- VERBA, Sidney. (1962), *Small groups and political behavior: a study of leadership*. Princeton, Princeton University.
- VELOSO, Isabel (2012), "A teoria da escolha racional e o comportamento eleitoral neopentecostal". *Pensamento Plural*, 1: 3-58.
- ZUCKERMAN, Alan. (2005), "Returning to the social logic of political behavior", in A. Zuckerman (org.), *The social logic of politics*. Philadelphia, Temple University.

**GRUPOS SOCIAIS E
PREFERÊNCIA POLÍTICA:
O VOTO EVANGÉLICO
NO BRASIL**

Guilherme Alberto Rodrigues
e Mario Fuks

Palavras-chave: Voto evangélico; Grupos sociais; Preferência política.

O objetivo deste artigo é identificar os fatores responsáveis pela influência política dos grupos evangélicos sobre os fiéis e compreender como o pertencimento religioso direciona a escolha eleitoral. A abordagem sociológica do voto forneceu o arcabouço teórico para o estudo, sobretudo a partir da ideia de que os grupos sociais difundem informações e conformam as atitudes políticas dos indivíduos. Em diálogo com a literatura brasileira sobre o voto evangélico, foram analisadas três dimensões: (1) o nível de integração do indivíduo ao grupo religioso; (2) o modelo de organização das igrejas; e (3) o papel das lideranças religiosas. Os dados da pesquisa “Novo nascimento”, realizada com uma amostra da população evangélica de oito cidades da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, durante as eleições nacionais de 1994, forneceram as evidências empíricas para o estudo. Os resultados indicam que a exposição reiterada a atividades religiosas de cunho carismático e o hábito de frequentar a igreja são os fatores mais relevantes do voto evangélico.

**SOCIAL GROUPS AND
POLITICAL PREFERENCE:
THE EVANGELICAL VOTE
IN BRAZIL**

Guilherme Alberto Rodrigues
and Mario Fuks

Keywords: Evangelical vote; Social groups; Political preference

The goal of this article is the identification of the factors responsible by the political influence of Evangelical groups over their believers and the understanding of how the belonging to a religious faith directs the electoral choice. The sociological approach on vote provided the theoretical framework for the study, especially on the ground of the idea that social groups disseminate information and conform or shape the political attitudes of individuals. Three dimensions were analyzed in dialogue with the Brazilian literature on Evangelical vote: 1) the level of the individual's integration to the religious group; 2) the model of organization of the churches; 3) the role of the religious leaderships. The empirical evidences for the study were provided by the data collected in the research “Novo Nascimento”, carried out with an Evangelical population of eight cities in the metropolitan region of Rio de Janeiro during the 1994 national elections. The results indicate that the reiterated exposition to religious activities of charismatic nature and the costume of regular attendance to church cults are the most relevant factors for the Evangelical vote.

**GROUPES SOCIAUX ET
PRÉFÉRENCES POLITIQUES:
LE VOTE ÉVANGÉLIQUE
AU BRÉSIL**

Guilherme Alberto Rodrigues
et Mario Fuks

Mots-clés: Vote évangélique; Groupes sociaux; Préférence politique.

Le but de cet article est d'identifier les facteurs responsables par l'influence politique des groupes évangéliques sur les fidèles et de comprendre comment l'appartenance religieuse dirige le choix électoral. L'approche sociologique du vote a fourni le cadre théorique pour l'étude, surtout à partir de l'idée que les groupes sociaux diffusent de l'information et forment les attitudes politiques des individus. En dialogue avec la littérature brésilienne sur le vote évangélique, nous avons analysé trois dimensions : (1) le niveau d'intégration de l'individu au groupe religieux; (2) le modèle organisationnel des églises; et (3) le rôle des leaders religieux. Les données de la recherche «Nouvelle naissance», réalisée auprès d'un échantillon de la population évangélique de huit villes de la région métropolitaine de Rio de Janeiro, lors des élections nationales de 1994, a fourni les évidences empiriques pour l'étude. Les résultats indiquent que l'exposition réitérée à des activités religieuses de caractère charismatique et l'habitude de fréquenter l'église sont les facteurs les plus importants du vote évangélique.