

39º Encontro Anual da ANPOCS

GT 16 – Financiamento do sistema partidário e eleitoral nas democracias
contemporâneas

Eleições 2014: uma análise sobre o financiamento de campanha dos candidatos pastores.

Gabriela Figueiredo Netto (USP)

Bruno Wilhelm Speck (USP)

Resumo: O crescimento do número de parlamentares evangélicos ao longo das últimas legislaturas acompanha o crescimento populacional de brasileiros evangélicos em todo o Brasil. Esta lógica faz sentido a partir do momento em que o eleitorado evangélico passa a buscar opções de candidatos que possam vir a representar seus interesses no Parlamento em concordância com os princípios da religião, e há também o crescimento de candidatos que se utilizam do discurso da religião para atraírem votos dos fiéis. Os candidatos que se declaram como Pastor, por exemplo, já enviesam seu eleitorado-alvo como aqueles pertencentes à religião e tendem a buscar seus votos. O presente trabalho tem como objetivo analisar se os candidatos evangélicos possuem um perfil de arrecadação diferente dos outros candidatos e necessitam de um menor financiamento de campanha para conseguirem se eleger. O objetivo é analisar os candidatos pastores para Deputado Estadual e Federal em todos os estados na eleição de 2014 em contraposição com os outros candidatos.

Palavras-chave: Financiamento de campanha; eleições; religião.

1. Introdução

Candidatos pastores possuem um perfil de financiamento diferenciado dos outros candidatos? Buscando responder a esta pergunta norteadora este texto junta a análise de dois fenômenos: por um lado, a importância do fator religião nas eleições; por outro lado, a relevância do dinheiro nas campanhas eleitorais. Analisamos se candidatos que exploram a questão da identificação religiosa, apresentando-se como pastores, possuem um perfil de financiamento de suas campanhas que os separa dos outros candidatos. Mais especificamente analisamos primeiro se estes candidatos apresentam um perfil de arrecadação diferente dos demais, no que diz respeito ao volume e as fontes de arrecadação. No segundo passo a pergunta se refere à relação entre recursos financeiros e desempenho eleitoral e o papel moderado da condição de candidatos pastores sobre esta relação. Para os evangélicos o dinheiro rende mais ou menos votos do que para outros candidatos?

Com o objetivo de responder a estas perguntas, em um primeiro momento nos atentaremos tanto ao debate sobre o crescimento de candidatos – eleitos ou não – evangélicos no Brasil quanto à discussão sobre a importância do financiamento nas campanhas eleitorais. Em um segundo momento, analisaremos os dados coletados a partir do Tribunal Superior Eleitoral para as eleições de 2014 para Deputado Estadual e Deputado Federal, juntamente com as análises estatísticas dos resultados encontrados. Por último apresentaremos as principais conclusões do trabalho, assim como, os principais desafios em torno do tema.

O crescimento de trabalhos referentes a candidatos evangélicos na Ciência Política até o momento não abordou a relação entre o financiamento dos mesmos e um possível impacto na quantidade de votos. Estudos sobre outros tipos de grupos de candidatos já se desdobraram na literatura, como é o caso das mulheres (SACCHET, SPECK, 2011) e dos incumbentes (SPECK, MANCUSO, 2014). Deste modo, o presente trabalho se torna um primeiro passo para a discussão entre evangélicos e financiamento de campanha podendo ser mais desenvolvido no futuro.

2. O avanço dos evangélicos no eleitorado e na Câmara dos Deputados

Em 2010, do total de 190 milhões de brasileiros, 22,2% se declaram como pertencentes à religião evangélica, de acordo com o Censo Demográfico do IBGE do mesmo ano. Esse número aponta o crescimento ao longo dos anos desta religião no Brasil: em 1980 eram cerca de 6,6% do total da população brasileira; em 1991 aumentou para 9,0% do total da população; em 2000 eram 15,4% brasileiros que se declaravam evangélicos. Esse crescimento da religião evangélica ao longo dos anos se deu, principalmente, por conta da redução do número de católicos brasileiros nesses mesmos anos. A partir dos dados abaixo, podemos notar o aumento de evangélicos no país de forma mais clara.

Tabela 1 – Evolução da presença das religiões na população

Religião	1980	1991	2000	2010
Católica Apostólica Romana	89%	83%	73,6%	64,6%
Evangélica	6,6%	9,0%	15,4%	22,2%
Espírita	-	1,1%	1,3%	2,0%
Umbanda e Candomblé	-	0,4%	0,3%	0,3%
Outras religiões	2,5%	1,4%	1,8%	2,7%
Sem religião	1,6%	4,7%	7,4%	8,0%
Não sabe/ Não respondeu	-	-	0,2%	0,1%

Fonte: Dados dos Censos Demográficos do IBGE¹

Acompanhando este rápido crescimento da população pertencente à religião evangélica no Brasil, mensurada pelo IBGE desde 1980, também se observa um crescimento da participação deste grupo na política do país.

Como um exemplo, a bancada evangélica na Câmara dos Deputados vem crescendo ao longo das legislaturas. As bancadas surgem no Congresso Nacional como grupos suprapartidários de políticos que buscam de alguma forma influenciar políticas públicas que defendem.

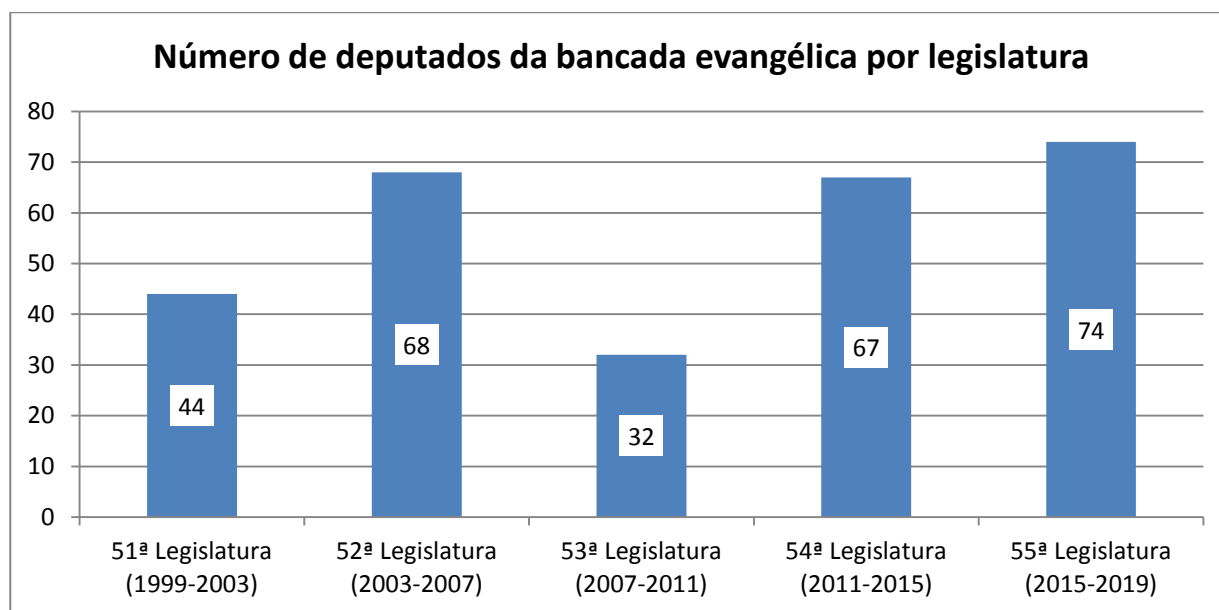
As bancadas informais, sempre suprapartidárias, articulam interesses e promovem a defesa de causas com motivações

¹ Os Censos de 1980 e 1991 não apontam a porcentagem de brasileiros que não responderam ou que não souberam responder sobre a religião. É importante ressaltar que o Censo de 1980 une os dados sobre as religiões Espírita, Umbanda e Candomblé na variável “Outras religiões”.

diversas. Podem ser de ordem cívica, ética, moral, de gênero e de raça, ambiental ou econômica, entre outras. O fato é que se constituem em grupos de pressão no interior do Parlamento e com razoável grau de influência. (QUEIROZ, 2014).

A partir de dados recolhidos de Gonçalves (2011) e do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), desde 1999 a bancada evangélica nas legislaturas vem crescendo, com exceção da 53ª legislatura. Na 51ª eram 44 deputados, sendo 8,57% de representantes; na legislatura seguinte eram 68, ou seja, 13,25% de deputados; com a menor representação na 53ª eram cerca de 6,23% do total; na 54ª o número de representantes voltou a crescer com 13,06% da Câmara; e finalmente, com a maior representação até hoje, na legislatura em vigor, há 14,42% do total de deputados. Segundo o DIAP, as principais questões a serem lidadas pela bancada evangélica na legislatura de 2015 serão a utilização de células-tronco, a união homoafetiva, o aborto e a defesa da família.

Gráfico 1 – Número de deputados da bancada evangélica por legislatura



Fonte: GONÇALVES (2011); DIAP (elaborado pelos autores)².

De acordo com Gonçalves (2011), a 53ª legislatura teve uma queda na eleição de representantes evangélicos por dois motivos principais: o envolvimento de deputados evangélicos no esquema do mensalão e no escândalo da máfia das ambulâncias. Entre

² www.diap.org.br

2005 e 2006, começaram a surgir acusações de que representantes da bancada evangélica estariam envolvidos tanto no esquema do mensalão, onde houve a distribuição de verbas para que os deputados votassem a favor do governo, quanto na máfia das ambulâncias onde quadrilhas negociavam verbas destinadas à compra de ambulâncias diretamente com os parlamentares. O resultado desses dois escândalos foi que 72 deputados federais estavam envolvidos no esquema de corrupção, sendo 28 evangélicos. Deste modo, a imagem e a reputação de representantes religiosos ficaram em xeque, o que levou a uma queda de 18% do número de evangélicos eleitos na legislatura seguinte (53^a).

Uma das hipóteses que sustentam o presente trabalho é de que candidatos evangélicos tendem a receber mais votos apesar de terem menos recursos financeiros. Uma possível resposta teórica a este questionamento é encontrada a partir da análise de como os candidatos se comportam durante a campanha buscando angariar mais votos. Santos (2013) em seu trabalho de campo sobre a Igreja Internacional da Graça de Deus no Rio de Janeiro constatou que um determinado candidato a vereador realizava campanha dentro da igreja: fazia corpo-a-corpo com os fiéis, entregava panfletos com o seu número de candidato, colocava placas de sua campanha, e até mesmo lhe era permitido colocar um carro de som na porta da igreja com o seu jingle.

Prática semelhante foi apontada por Oro (2003) sobre a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Para as eleições de 2002 era permitido que ao final dos cultos aos domingos eram mencionados os nomes e os números dos candidatos que a Igreja apoiava³, também eram colocados placas e banners na igreja e os candidatos também tinham a possibilidade de conversar pessoalmente com os fiéis sobre suas propostas eleitorais.

Essas práticas podem ser um diferencial para que os candidatos evangélicos, mais especificamente os pastores, possam ter um retorno de votos já que conseguem fazer campanha dentro das igrejas com poucos recursos financeiros; custos para a criação de placas e panfletos, por exemplo, são menores do que custos para uma propaganda veiculada em TV. Ainda mais, a composição das igrejas como uma rede de contatos para os candidatos também favorece nossa hipótese.

³ É importante frisar que a IURD é uma das igrejas evangélicas que lançam candidaturas oficiais dos seus candidatos, ou seja, as igrejas locais apoiam abertamente alguns candidatos e aconselham os fiéis a votarem nos mesmos (ORO, 2003).

3. A importância do financiamento nas campanhas eleitorais

O reconhecimento da importância de recursos para obter sucesso nas urnas vem de longa data. As disputas eleitorais, travadas em torno de ideias e projetos políticos ou da simples busca do poder pelo poder, necessitam de recursos, para viabilizar a comunicação com os eleitores e acompanhar o processo da profissionalização das campanhas. Na prática, uma das primeiras formas de resolver este desafio foi o modelo de partidos de massa que tinham como uma das suas tarefas centrais a arrecadação das contribuições dos filiados. Outras fontes de financiamento, como as doações por grandes empresas ou cidadãos abastados, mas também os recursos que os próprios candidatos aportam para as suas campanhas poderiam servir ao mesmo propósito, de aumentar as chances de sucesso nas urnas.

Esta importância dos recursos nas campanhas eleitorais mereceu atenção redobrada dos cientistas políticos a partir da disponibilidade de dados sobre fontes e volumes de recursos alocados nas campanhas. No Brasil isto ocorreu a partir de reformas no financiamento em duas etapas: primeiro, as reformas adotadas entre 1993 e 1997, obrigando partidos e candidatos a prestarem contas de forma detalhada sobre a origem e destino dos recursos das organizações partidárias e das campanhas eleitorais, e depois, com a decisão do Tribunal Superior Eleitoral de receber as prestações de contas em formato eletrônico e divulgá-las publicamente.

A área de estudos que se constituiu para entender melhor as causas e consequências do fenômeno do financiamento se desdobrou em várias linhas de investigação (Mancuso 2015). Uma das questões que ganhou destaque e mobiliza muitos pesquisadores é o impacto do financiamento sobre a votação. Vários trabalhos baseados em dados sobre o financiamento das eleições no Brasil tem como questão central o quanto os resultados eleitorais são influenciados pelo volume de recursos alocados nas respectivas campanhas.

Samuels (2001a) utiliza dados de 1994 e 1998 para as eleições de deputado federal, e por meio de análises de regressão aponta que no Brasil o dinheiro afeta fortemente os resultados eleitorais para o cargo de deputado federal; isto é, aqueles candidatos que possuem mais recursos financeiros possuem uma maior probabilidade de ganhar as eleições. O autor ressalta que o dinheiro é importante para uma campanha eleitoral pois o

candidato precisa fazer com que *a mensagem chegue para os eleitores*. Em outras palavras, recursos financeiros são essenciais para se fazer uma campanha.

Speck (2005) demonstra a partir das eleições de 2002 para deputado federal em Minas Gerais que há uma correlação positiva entre recursos disponíveis a candidatos e seu desempenho eleitoral; mas o autor não consegue identificar com clareza se o dinheiro resulta em mais votos, se a capacidade dos candidatos de angariar votos iria atrair mais recursos para a campanha ou se os recursos obtidos pelos candidatos dependem de outros fatores, como por exemplo, sua filiação partidária, o carisma, o histórico dos candidatos, etc.

Speck e Mancuso (2013) também apontam a importância do dinheiro em uma campanha eleitoral. Os autores analisam as eleições de 2012 para prefeito e concluem que os candidatos que possuem mais recursos disponíveis para a campanha, terão mais chance de obter votos e vencer as eleições. Speck e Mancuso, neste caso das eleições de 2012, demonstram que os candidatos que obtiveram despesas de até R\$10.000 receberam em média cerca de 1.000 votos; concluindo-se que nesta faixa a receita não influencia os votos. Por outro lado, para os candidatos que tiveram valores acima de R\$10.000, há uma correlação positiva entre dinheiro e voto. Isto é, aqueles candidatos que tinham mais dinheiro disponível na campanha, receberam mais votos.

Os resultados destas pesquisas atestam que o dinheiro de fato é um dos atributos mais importantes para explicar o sucesso ou fracasso eleitoral, superado por poucos outros fatores que medem várias dimensões do capital político do candidato ou o histórico de votação do partido na região. A partir da constatação da importância dos recursos para a conquista dos votos Speck e Mancuso (2014) perguntam até que ponto o efeito do dinheiro sobre o voto é moderado por outros fatores. Os autores analisaram se os recursos financeiros são igualmente importantes para todos os candidatos ou se determinados tipos de candidatos precisam mais do dinheiro que outros. Os atributos analisados pelos autores são gênero e *incumbency* (ter ocupado um cargo eletivo antes), mas o raciocínio pode ser generalizado. Este debate sobre a moderação da relação entre dinheiro e votos por outros fatores tem origem na discussão sobre o chamado *Efeito Jacobson*, travado na ciência política nos Estados Unidos há quase três décadas. Jacobson (1978), um dos primeiros a analisar os dados das prestações de contas sobre campanhas eleitorais,

chegou à conclusão que os recursos de campanha nas eleições para a Câmara dos Representantes nos Estados Unidos são importantes para os desafiadores mas não para os mandatários disputando a reeleição. A relação entre dinheiro e voto seria moderada pela condição de *incumbency*.⁴

Destilamos deste debate a estrutura para o nosso argumento. Queremos analisar a relação entre financiamento de campanhas, o perfil religioso dos candidatos e o sucesso as urnas. Argumentamos que para os candidatos que se apresentam como representantes das igrejas pentecostais a relação entre dinheiro de campanha e voto é diferente dos outros candidatos. A condição do candidato pastor modera a relação entre dinheiro de campanha e votação.

Feita esta introdução dos dois campos temáticos e da intersecção na qual o argumento é desenvolvido o texto se desenvolve em duas etapas. Primeiro abordaremos a estrutura das receitas dos candidatos, indicando o peso diferenciado das diferentes fontes de arrecadação para campanhas com diferentes volumes arrecadação. Analisaremos até que ponto o perfil de arrecadação dos candidatos é influenciado pela sinalização da condição religiosa dos candidatos. O volume total de arrecadação é a variável dependente e a condição de candidatos pastores é a variável independente de interesse. Esta parte visa testar a primeira hipótese do trabalho:

H1: Os candidatos pastores arrecadam menos recursos de campanha em comparação com os outros candidatos.

Na segunda etapa analisamos o efeito moderador propriamente dito. Para os candidatos pastores os recursos tem importância maior ou menor na conquista dos votos? A hipótese aqui é que para o grupo de candidatos evangélicos o dinheiro gasto na campanha tem impacto menor em função de outros recursos mobilizados na campanha. A proximidade dos candidatos ao seu eleitorado, através da instituição da igreja e frequentemente o próprio púlpito, é um recurso importante para produzir votos. Este mecanismo não passa pela arrecadação. Ainda mais, autores como Boas (2014) apontam que quando candidatos evangélicos que declararam abertamente a sua religião acabam tendo um retorno maior de votos do eleitorado pertencente à mesma religião. Este mecanismo causal igualmente

⁴ A validade do efeito Jacobson foi contestada e criou um debate na literatura acadêmica que dura até hoje.

identifica na escolha do nome de urna um recurso simbólico que não passa pela despesa dos candidatos. Aqui o desempenho eleitoral (voto) é a variável dependente, as despesas são a principal variável de interesse e a condição de candidato pastor a variável moderadora a ser testada. A segunda e terceira hipótese do trabalho são:

H2: Os candidatos que se identificam como candidatos evangélicos recebem mais votos do que os outros candidatos.

H3: Para os candidatos pastores a relação entre despesa de campanha e votos é menor do que para outros candidatos.

4. Os dados

O nosso teste sobre as hipóteses lançadas usa como base os resultados das eleições para Câmara dos Deputados e para as Assembleias Legislativas no Brasil no ano 2014. A unidade de análise são as candidaturas individuais, identificadas através dos seus atributos pastor, receitas, despesas, votos, sexo, cor, cargo, partido e UF. A seguir explicitaremos como estas variáveis foram operacionalizadas.

Pastor: Um dos problemas enfrentados pelo presente trabalho foi a identificação dos candidatos evangélicos. Organizações como o DIAP identificam entre os deputados eleitos aqueles que têm um perfil que permite identificá-los como pentecostais. Esta classificação pode se basear na filiação a uma denominação, na participação em grupos dentro do Congresso como as Frentes Parlamentares, ou na classificação dos representantes a partir dos seus padrões de votação. É importante lembrar que a classificação como bancada evangélica é uma construção a partir de um ou vários destes critérios.⁵

Se a classificação dos 513 deputados eleitos segundo o seu perfil político-religioso é um desafio, a identificação destes políticos no momento da candidatura apresenta dificuldades adicionais. Entre os milhares de candidatos não é possível fazer uma avaliação caso-a-caso do perfil das candidaturas para chegar a uma classificação que identifique os candidatos que se apresentam como representantes das igrejas pentecostais.

⁵ O DIAP classifica os políticos pertencentes à bancada evangélica a partir da classificação dos candidatos que se declaram como Bispos ou Pastores, e também aqueles “que professam a fé segundo a doutrina evangélica”.

No registro de candidatura do TSE não há o questionamento sobre qual religião o candidato pertence, apesar de ter informações sobre outras características do mesmo, como sexo, cor, idade, escolaridade, estado civil e ocupação. Por outro lado, a identificação da religião do candidato não seria suficiente para caracterizá-lo como representante desta religião. Um pertencente a uma denominação evangélica não necessariamente é um candidato evangélico.

Por outro lado o registro das candidaturas nas eleições no Brasil oferece uma pista para o perfil público que os candidatos pretendem assumir na campanha. Além do nome de registro civil os candidatos podem adotar um nome de urna, que será usado na campanha, terá visibilidade na disputa eleitoral e constará na urna eletrônica. Este nome de urna é o que oferece pistas sobre a autoidentificação dos candidatos e a forma como sinalizam o caráter da sua candidatura aos potenciais eleitores. Os nomes de urna muitas vezes fazem referência à característica principal do candidato ou a bandeira que defende; como por exemplo, “Professora Maria”, “Dr. Ronaldo”, “Sandro Motoboy”. Na mesma linha de raciocínio, candidatos que se apresentam como “Apóstolos”, “Reverendos”, “Bispos”, “Padres”, “Pastores”, “Irmãos” ou “Missionários” sinalizam ao eleitorado que vinculam a sua atuação política à sua filiação religiosa.

A pista no nome de urna não é unívoca. Assim, dentro do seguimento religioso é difícil determinar a denominação à qual os candidatos fazem referência usando os nomes acima elencados. Também é difícil classificar os candidatos quanto ao status que ocupam dentro das suas respectivas denominações. Uma segunda possível pista, a identificação da ocupação dos candidatos, apresenta problemas. Apesar da existência de uma categoria “sacerdote ou membro de ordem ou seita religiosa” nesta classificação das ocupações, muitos candidatos que sinalizando um perfil religioso na hora de escolher um nome de urna acabam identificando sua ocupação como “empresário”, “professor”, “comerciante”, “aposentado”, e outros. É importante lembrar que esta identificação da ocupação não tem visibilidade pública e raramente chega ao conhecimento dos eleitores.

A utilização do nome de urna para fins de análise eleitoral tem precedente. Boas (2014) utiliza o nome de urna do candidato como Pastor para realizar um experimento sobre comportamento eleitoral. O autor aponta que os eleitores tendem a escolher seus candidatos de acordo com algumas características, como por exemplo, a filiação

partidária, gênero, raça, ocupação, religião e atributos físicos. Boas realiza um experimento em que o grupo de tratamento é composto por candidatos que declaram com seu nome de urna “Pastor” e “Doutor”, enquanto que o grupo de controle os candidatos não possuem esses nomes. O autor tem como objetivo verificar se a inserção desses nomes causa algum impacto na escolha do eleitor.

Para o presente trabalho seguimos esta mesma pista, criando uma variável binária (chamada de “pastor” daqui adiante) que identifica todos os candidatos que compõem o seu nome com uma das seguintes expressões sinalizando a sua proximidade a uma denominação religiosa: Apóstolo, Bispo, Irmão, Missionário e Pastor. A identificação pública como pastores, missionários bispos, apóstolos, e irmãos, demonstra que os próprios candidatos já se apresentam de uma forma diferenciada ao eleitorado, ou seja, pertencentes a uma determinada religião e sinalizando a defesa dos interesses e valores políticos da mesma. A inclusão desses nomes de urna do candidato pode ser considerada como uma propaganda política indireta facilitando para eleitores a identificação daqueles candidatos que se assemelham a seu próprio perfil no que diz respeito à religião. De certa forma, para um eleitor evangélico que não possui um candidato de preferência, descobrir que há um candidato evangélico na corrida eleitoral pode fazer com que o eleitor tenha tendência de votar no mesmo por possuir similaridade com relação à sua religião.

Receitas e despesas: O volume de recursos de campanha bem como dos votos depende fortemente do tamanho da circunscrição e do número de candidatos disputando a eleição. Em Estados pequenos a arrecadação de R\$ 10 mil reais pode ter um impacto grande enquanto em Estados grandes este valor não fará muita diferença. Para criar parâmetros comparáveis para medir as despesas eleitorais recorreremos a um indicador usado em pesquisas anteriores (Sacchet, Speck 2012; Mancuso, Speck 2014). Em analogia ao cálculo da porcentagem de votos alcançados pelo candidato entre o conjunto dos seus concorrentes na mesma circunscrição calculamos a porcentagem de recursos que o candidato arrecada em relação à soma de todos os recursos arrecadados pelos seus concorrentes para o mesmo cargo. Por exemplo, se todos os candidatos de Pernambuco disputando uma vaga na Câmara dos Deputados arrecadaram R\$ 100 mil e um candidato em questão arrecadou R\$ 1 mil, a porcentagem dele será 1%.

As prestações de contas são compostas de dados sobre as receitas e as despesas. Uma vez que as contas eleitorais dos candidatos contabilmente devem ser zeradas até o final das campanhas, estes valores estão muito próximos. A análise da composição das receitas permite verificar a dinâmica da arrecadação de diferentes fontes de ingresso que são as doações de empresas (pessoas jurídicas), de cidadãos (pessoas físicas), de recursos próprios (do candidato), além de transferências de partidos e candidatos. Como variáveis de controle usamos características dos candidatos como sexo e cor, mas também controlamos por características dos partidos e dos Estados. Estas fontes são igualmente calculadas usando o mesmo indicador, portanto como porcentagem sobre o total de recursos arrecadados pelos candidatos disputando o mesmo cargo na mesma circunscrição. Para fins da análise dos dados, somente consideramos as receitas dos candidatos maiores que zero, ou seja, desconsideramos aqueles que não tiveram nenhum tipo de receita.

Cargo: Analisamos todos os candidatos a Deputado Estadual e Deputado Federal em um único banco de dados. A variável cargo assume o valor 0 para o primeiro grupo e 1 para o segundo grupo.

Mulher: A variável sexo assume o valor 0 para homens e 1 para mulheres.

Não branco: A variável cor assume o valor 0 para candidatos que se autoidentificaram como brancos no momento do registro de sua candidatura junto à justiça eleitoral e 1 para os outros.

UF: Criamos dummies para todos os estados. O estado usado como referência é o Acre.

Partido: Criamos dummies para todos os partidos. O partido usado como referência é o DEM (Democratas).

É importante ressaltar que não estamos interessados nos coeficientes e na eventual significância destas correlações. Apenas queremos evitar a possibilidade de confundir o impacto de um fenômeno regional ou partidário com a influência do fator pastor.

5. Análise dos dados

Para as eleições de 2014 temos a totalidade de 18.733 candidatos a Deputado Estadual e Federal, dentre eles somente 343 possuem nome de urna Apóstolo, Bispo, Irmão, Missionário e Pastor; representando cerca de 1,87% do total. Concorrendo ao cargo de deputado estadual somente 1,79% é composto por pastores; e para deputado federal os pastores representam 2,05% do total. Entre os pastores 68,8% disputavam ao cargo de deputado estadual e 31,2% concorriam a deputado federal. Já entre os outros candidatos, o primeiro cargo era disputado entre 71,5% dos candidatos, e o segundo por 28,4%.

Tabela 2 – Distribuição dos candidatos por cargo nas eleições 2014.

Cargo	Total	Pastor	Pastor (%)
Deputado Estadual	13.394	236	1,79%
Deputado Federal	5.339	107	2,05%
Total	18.733	343	1,87%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TSE

Apesar das conclusões de Borges (2007) em que os candidatos com perfil evangélico não estão concentrados em um único partido, pelo contrário, há uma dispersão dos mesmos pelos mais variados partidos políticos; encontramos maiores concentrações de pastores em alguns partidos específicos. Dentre o grupo de pastores, esses candidatos estão mais presentes em alguns partidos como PSC (13,41%), PRB (8,75%), PHS (6,41%) e PRP (5,83%). Analisando a concentração desses candidatos dentro dos partidos, os pastores estão mais presentes no PSC (6,29%) e no PRB (5,10%); ou seja, esses dois partidos são os que mais possuem candidatos pastores em relação à totalidade de candidatos. Tanto na distribuição dos pastores entre os partidos e a percentagem dos mesmos comparativamente a sua totalidade há uma maior presença desses candidatos no PSC e no PRB.

Tabela 3 – Distribuição de pastores entre os partidos

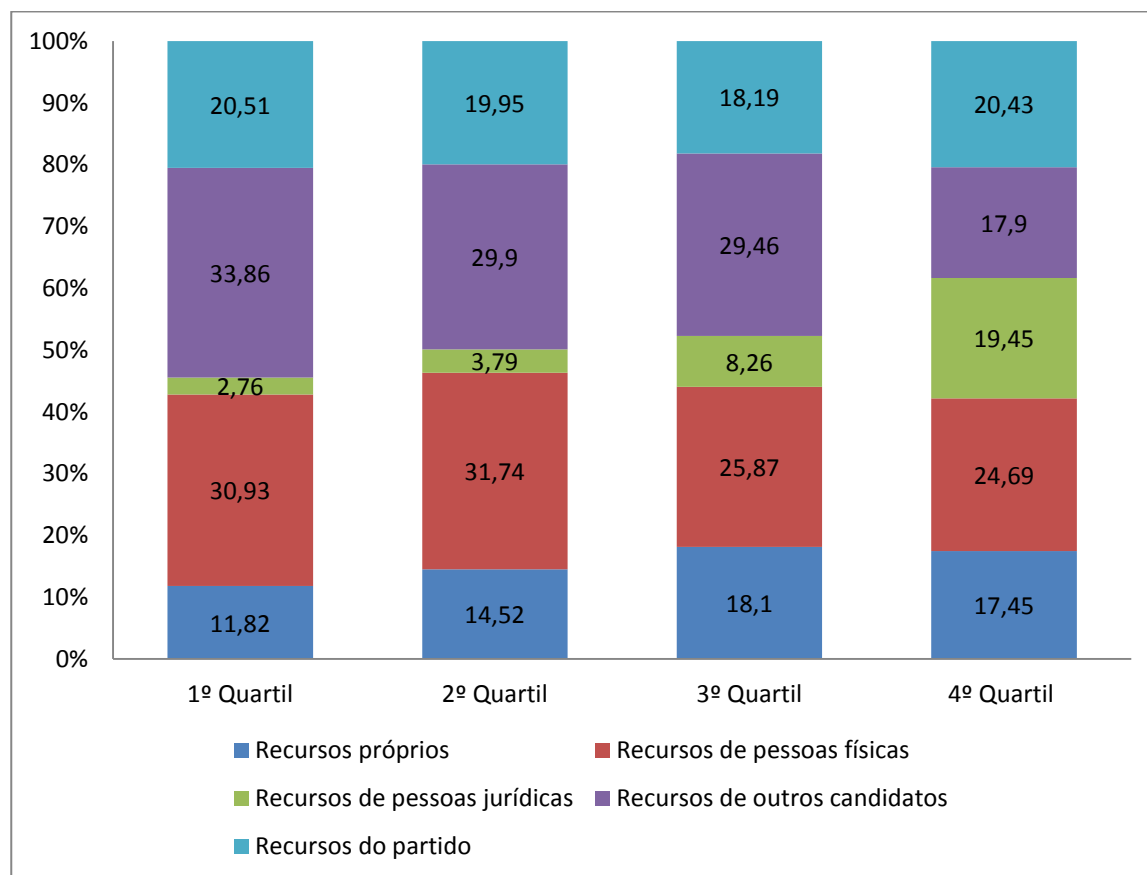
Partidos	Pastores	Nº total de candidatos	Pastores dentro do partido (%)	Distribuição de pastores pelos partidos (%)
DEM	12	464	2,59%	3,50%
PCB	0	47	0,00%	0,00%
PC do B	2	698	0,29%	0,58%
PCO	0	19	0,00%	0,00%
PDT	9	851	1,06%	2,62%
PEN	15	527	2,85%	4,37%
PHS	22	681	3,23%	6,41%
PMDB	7	1013	0,69%	2,04%
PMN	10	428	2,34%	2,92%
PP	12	644	1,86%	3,50%
PPL	6	313	1,92%	1,75%
PPS	4	504	0,79%	1,17%
PR	14	644	2,17%	4,08%
PRB	30	588	5,10%	8,75%
PROS	7	350	2,00%	2,04%
PRP	20	560	3,57%	5,83%
PRTB	11	480	2,29%	3,21%
PSB	9	1050	0,86%	2,62%
PSC	46	731	6,29%	13,41%
PSD	7	555	1,26%	2,04%
PSDB	7	850	0,82%	2,04%
PSDC	9	533	1,69%	2,62%
PSL	15	588	2,55%	4,37%
PSOL	5	894	0,56%	1,46%
PSTU	2	205	0,98%	0,58%
PT	1	1101	0,09%	0,29%
PTB	8	715	1,12%	2,33%
PTC	16	482	3,32%	4,66%
PT do B	15	452	3,32%	4,37%
PTN	9	492	1,83%	2,62%
PV	10	847	1,18%	2,92%
SD	3	427	0,70%	0,87%

Fonte: Elaborado pelos autores com base dos dados do TSE.

Com o objetivo de analisar o perfil de arrecadação dos candidatos, analisaremos a média de cada tipo de arrecadação tanto para os candidatos com menores receitas (1º quartil) quanto para os que possuem receitas maiores (4º quartil). Verificamos que, em média, no primeiro quartil de receitas (candidatos que possuem menos recursos) há uma maior concentração de receitas advindas de outros candidatos, seguido de recursos de pessoas físicas e recursos do partido. Já para os candidatos que mais possuem recursos (4º quartil), em média, há o maior peso de recursos doados por pessoas físicas, seguido pelo partido e recursos de pessoas jurídicas.

É importante ressaltar o peso dos recursos de pessoas jurídicas para as campanhas eleitorais. Esse tipo de recurso cresce à medida que o volume total de recursos financeiros também cresce na campanha. Notamos este fenômeno mais claramente no gráfico abaixo em que no primeiro quartil de arrecadação, em média, há somente 2,76% de recursos deste tipo enquanto que no quarto quartil (campanhas mais caras) este número passa para 19,45%. Ao contrário, o peso dos recursos advindo de outros candidatos diminui à medida em que o volume total de receitas aumenta. Outro ponto interessante é com relação aos recursos dos partidos: este se mantém praticamente constante para todos os quartis. Isto demonstra que independente se o candidato possui menos recursos (1º quartil) ou mais recursos (4º quartil), em média, a distribuição de recursos financeiros dos partidos para os candidatos se dá quase na mesma proporção.

Gráfico 2 – Média dos tipos de recursos pela receita total do candidato.



Fonte: Gráfico elaborado pelos autores.

Explicando a receita levando em conta a condição de pastor

A partir da estatística descritiva anterior sobre o perfil de financiamento iremos realizar teste de média com o objetivo de comparar este perfil entre as campanhas dos candidatos evangélicos e dos outros candidatos.

Tabela 4 – Teste de média entre o grupo de pastores (1) e os outros candidatos (0) para as receitas (% total por cargo e estado)

Grupos	Observações	Média	Erro padrão	Desvio padrão	95% Intervalo	de confiança
0	18390	0,291	0,0073	0,9899	0,2767	0,3053
1	343	0,1325	0,02	0,3706	0,0932	0,1719
Combinado	18733	0,2881	0,0071	0,9823	0,274	0,3022
Diferença		0,1584	0,0535		0,0535	0,2633

Considerando que nossa hipótese nula é de que a diferença entre as médias dos dois grupos é igual a zero, temos que a hipótese alternativa é que a diferença entre as médias das receitas do grupo de pastores e de não pastores é diferente de zero. Para um teste bicaudal, encontramos um p-valor igual a 0,0031. Deste modo, podemos inferir estatisticamente que há uma diferença entre as médias das receitas dos pastores e dos outros candidatos; isto é, não podemos rejeitar nossa hipótese alternativa. O teste de médias, por ser um primeiro passo, nos indica que há fundamentos para nossa hipótese inicial de que há diferenças entre as médias das receitas dos dois grupos.

A partir disto utilizaremos a técnica de regressão linear multivariada para analisar o impacto do fator “pastor” sobre o volume de recursos arrecadados, controlando por vários outros fatores; como por exemplo, sexo, raça, cargo, partidos e UF. A tabela 5 traz os resultados desta regressão.

Tabela 5- Regressão multivariada aditiva explicando receita total

Receita	Coeficiente	Erro padrão	t	P>t	[95% Interv.	Confiança]	Beta
Pastor	-0,1311202	0,0505045	-2,6	0,009	-0,2301136	-0,0321269	-.0178951
Mulher	-0,1951542	0,0149782	-13,03	0,000	-0,2245129	-0,1657955	-.089414
Não branco	-0,2041999	0,0147561	-13,84	0,000	-0,2331231	-0,1752766	-.1029478
Deputado Federal	0,3635876	0,0153115	23,75	0,000	0,3335756	0,3935995	.1670786
Variáveis UF							
Variáveis Partido							
Constante	0,7994054	0,0610333	13,1	0,000	0,6797746	0,9190362	.
Observações: 18733							
r ² = 0,1277							
r ² ajustado = 0,1249							

A tabela acima⁶ mostra que pastor tem um impacto negativo sobre o volume de arrecadação de recursos na campanha eleitoral. A unidade de medição da arrecadação é a porcentagem de recursos sobre o total dos concorrentes disputando o mesmo cargo no mesmo estado. Os pastores arrecadam 0,13% menos recursos em comparação com os demais candidatos. O resultado é estatisticamente significativo ($p < 0,01$). Este impacto é menor do que o impacto de mulher e não-branco, que igualmente influenciam negativamente a dinâmica da arrecadação. Ao contrário, candidatos a deputado federal tendem a arrecadar 0,36% a mais do que os outros candidatos. Este achado estatístico reforça nossa primeira hipótese de que candidatos pastores arrecadam menos do que os outros candidatos. O beta para a variável pastor possui o menor valor numérico, o que nos aponta que 0,017 de desvio padrão irá aumentar na previsão das receitas com as outras variáveis de controle constante.

Explicando os votos levando em conta a condição de pastor e as despesas

Para testar a segunda e a terceira hipótese analisamos o impacto da condição de pastor, do volume de gastos e a interação entre estas duas variáveis, usando regressão linear multivariada. A tabela 6 traz os resultados desta regressão.

⁶ Para uma melhor análise da regressão com as variáveis de partidos e estados verificar o anexo 2.

Tabela 6 - Regressão multivariada interativa, explicando desempenho eleitoral

Votos	Coefficiente	Erro Padrão	t	P>t	[95% Interv.	Confiança]	Beta
Pastores	-0,038	0,031	-1,230	0,220	-0,098	0,022	-.006083
Despesa por UF e cargo	0,578	0,010	59,710	0,000	0,559	0,597	.7070964
Pastores * Despesa	0,644	0,072	8,970	0,000	0,503	0,785	.0443809
Mulher	-0,071	0,009	-8,080	0,000	-0,088	-0,054	-.038639
Mulher*Despesa	-0,184	0,010	-19,280	0,000	-0,203	-0,165	-.1034652
Não branco	-0,038	0,009	-4,380	0,000	-0,055	-0,021	-.0228999
Não branco*Despesa	-0,151	0,009	-17,470	0,000	-0,168	-0,134	-.1011053
Deputado Federal	0,119	0,009	12,870	0,000	0,101	0,137	.0646774
Deputado Federal * Despesa	0,086	0,009	9,180	0,000	0,068	0,104	.0933629
Variáveis UF							
Variáveis Partidos							
Constante	0,269	0,035	7,660	0,000	0,200	0,338	
Observações: 18733							
$r^2 = 0,5991$							
r^2 ajustado = 0,5976							

A tabela 6 mostra que somente o atributo de ser pastor não tem um impacto significativo sobre o desempenho nas urnas. Os pastores, em média, não tem mais votos que outros candidatos. Isto pode significar que a sinalização da candidatura não tem efeito nenhum sobre o eleitorado, ou que os efeitos se neutralizam (eleitores não votando em pastores compensam eleitores atraídos pelo nome) ou que há outros efeitos que não podem ser aferidos nos resultados agregados por Estado (concentração de votos). Por outro lado, a variável despesa tem um impacto forte sobre o voto. Cada 1% adicional de participação nas despesas de todos os candidatos rende 0,58% de votos adicionais.

Finalmente, o resultado mais interessante se refere ao efeito de interação exercido pelo fator pastor sobre a relação entre despesa e votos. Adicionamos interações entre despesa e pastor, despesa e mulheres, despesa e não brancos, e despesa e deputado federal. O coeficiente mostra que para os pastores cada 1% de despesa adicional rende outros 0,64% de votos. Isto significa que o efeito do dinheiro sobre o voto é dobrado para os pastores. Ao contrário, a interação de despesas tanto com mulheres quanto em não brancos rende menos votos.

6. Conclusão preliminar

Em suma, o presente trabalho buscou a partir de análise estatística corroborar as três hipóteses apresentadas anteriormente. Verificamos que os recursos de pessoas jurídicas possuem um maior peso à medida que o volume de receita do candidato aumenta; e o contrário acontece para os recursos de outros candidatos. Para a primeira hipótese, a expectativa era de que os candidatos pastores arrecadassem menos recursos do que os outros candidatos. Através de teste de médias e regressão multivariada com a receita como variável dependente encontramos evidências estatísticas de que os recursos arrecadados pelos pastores são menores. O esperado para a segunda hipótese do trabalho era de que os candidatos pastores recebem mais votos do que os outros candidatos. Entretanto, ser pastor não possui uma significância com relação aos votos, ou seja, ser pastor não faz com que o candidato arrecade mais votos. A expectativa para a última hipótese era de que os candidatos pastores a relação entre despesa de campanha e votos seria menor do que para os outros candidatos. Ao contrário do que esperamos a interação entre as duas variáveis causa um efeito dobrado para a variável dependente: o candidato pastor ao aumentar suas despesas também aumentará o seu retorno em votos.

Este último achado requer maiores refinamentos na pesquisa e um maior aprofundamento no tema. A partir dos achados neste trabalho e dos resultados aqui apresentados não podemos inferir o porquê de o fator religião causar uma relação entre despesa de campanha e votos maior do que para os outros candidatos. Acreditamos que este trabalho é um primeiro esforço para se analisar a relação entre financiamento de campanha e candidatos evangélicos, e que um maior estudo é preciso sobre o tema; principalmente com relação ao último achado das análises estatísticas.

7. Referências Bibliográficas

ARAUJO, Caetano Ernesto Pereira de. Financiamento de campanhas eleitorais. Revista de Informação Legislativa, Brasília, vol. 41, n. 161, jan./mar. 2004.

BOAS, Taylor C. Pastor Paulo vs. Doctor Carlos: professional titles as voting heuristics in Brazil. Journal of Politics in Latin America 2/ 2014, p. 39-72.

BORGES, Tiago Daher Padovezi. Representação partidária e a presença dos evangélicos na política brasileira. Dissertação de Mestrado. Departamento de Ciência Política, USP. 2007.

GONÇALVES, Rafael Bruno. Religião e representação política: a presença evangélica na disputa eleitoral brasileira. Revista Espaço Acadêmico, nº 116. 2011.

JACOBSON, Gary C. The effects of campaign spending in Congressional Elections. American Political Science Review, vol. 72, n. 2, pp. 469-491. 1978.

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

ORO, Ari Pedro. A política da Igreja Universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros. Revistas Brasileira de Ciências Sociais, vol. 18, n. 53. Outubro, 2003.

QUEIROZ, Antonio Augusto de. A influência das bancadas informais no processo decisório. In: Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP). Disponível em: http://www.diap.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=24563:a-influencia-das-bancadas-informais-no-processo-decisorio&catid=46:artigos&Itemid=207. Acesso em 21 de dezembro de 2014.

SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno Wilhelm. Partidos políticos e (sub)representação feminina nas esferas legislativas: um estudo sobre recrutamento eleitoral e financiamento de campanhas. Paper apresentado na IPSA-ECPR na conferência “Whatever happened to North-South?”, promovida pela Associação Brasileira de Ciência Política, em São Paulo. 2011.

SAMUELS, David. Money, elections and democracy in Brazil. Latin American Politics and Society, vol. 43, n. 2, pp. 27-48, Summer, 2001a.

SAMUELS, David. Does money matter? Credible commitments and campaign finance in new democracies: theories and evidence from Brazil. Comparative Politics, vol. 34, n. 1, p. 23-42. Oct, 2001b.

SANTOS, Livia. Confiança ou cabresto? Considerações sobre o comportamento eleitoral de um grupo evangélico nas eleições municipais de 2012. *Revista Intratextos*, vol. 4, n. 1, p. 73-92. 2013.

SPECK, Bruno Wilhelm. Reagir a escândalos ou perseguir ideias? A regulação do financiamento político no Brasil. In: *Cadernos Adenauer*, ano 6, nº 2, p. 123-159. 2005.

SPECK, Bruno. Objetivos e estratégias do setor privado no financiamento das campanhas eleitorais: um modelo de análise baseado em dados da campanha eleitoral no Brasil em 2010. Trabalho apresentado na Conferência IPSA-ECPR “Whatever happened to North-South?”, promovida pela Associação Brasileira de Ciência Política na Universidade de São Paulo, Brasil. 2011.

SPECK, Bruno Wilhelm; MANCUSO, Wagner Pralon. O que faz a diferença? Gastos de campanha, capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012. *Cadernos Adenauer XIV*, nº 2, p. 109-126. 2013.

SPECK, Bruno Wilhelm; MANCUSO, Wagner Pralon. A study on the impact of campaign finance, political capital and gender on electoral performance. *Brazilian Political Science Review*, vol. 8, n. 1, p. 34-57. 2014.

Anexo 1 – Regressão linear multivariada complete referente à tabela 5.

Receita	Coefficiente	Erro padrão	t	P>t	[95% Interv.	Confiança]	Beta
Pastor	-0,131	0,051	-2,600	0,009	-0,230	-0,032	-.0178951
Mulher	-0,195	0,015	-13,030	0,000	-0,225	-0,166	-.089414
Não branco	-0,204	0,015	-13,840	0,000	-0,233	-0,175	-.1029478
Deputado Federal	0,364	0,015	23,750	0,000	0,334	0,394	.1670786
Alagoas	0,056	0,068	0,830	0,405	-0,076	0,189	.0075582
Amazonas	-0,083	0,059	-1,410	0,159	-0,199	0,033	-.0144882
Amapá	0,108	0,066	1,630	0,104	-0,022	0,237	.0149908
Bahia	-0,228	0,057	-4,010	0,000	-0,340	-0,117	-.0437077
Ceará	-0,182	0,059	-3,100	0,002	-0,297	-0,067	-.032749
Distrito Federal	-0,262	0,054	-4,870	0,000	-0,368	-0,157	-.0592339
Espírito Santo	-0,192	0,060	-3,230	0,001	-0,309	-0,076	-.0332043
Goiás	-0,240	0,057	-4,230	0,000	-0,351	-0,129	-.0473744
Maranhão	-0,093	0,063	-1,470	0,141	-0,218	0,031	-.0142429
Minas Gerais	-0,438	0,051	-8,540	0,000	-0,539	-0,338	-.1209416
Mato Grosso do Sul	-0,119	0,062	-1,910	0,056	-0,240	0,003	-.0187691
Mato Grosso	-0,024	0,066	-0,370	0,714	-0,154	0,105	-.0033865
Pará	-0,215	0,057	-3,780	0,000	-0,326	-0,103	-.0412809
Paraíba	0,006	0,066	0,100	0,922	-0,123	0,136	.0009091
Pernambuco	-0,051	0,061	-0,840	0,402	-0,171	0,069	-.0083564
Piauí	0,180	0,070	2,560	0,010	0,042	0,317	.0226831
Paraná	-0,384	0,055	-6,970	0,000	-0,492	-0,276	-.0841577
Rio de Janeiro	-0,474	0,049	-9,650	0,000	-0,570	-0,378	-.1581146
Rio Grande do Norte	0,128	0,070	1,820	0,069	-0,010	0,265	.0162439
Rondônia	-0,001	0,066	-0,020	0,988	-0,130	0,128	-.0001435
Roraima	0,054	0,063	0,850	0,393	-0,070	0,178	.0082295
Rio Grande do Sul	-0,464	0,056	-8,340	0,000	-0,574	-0,355	-.0995601
Santa Catarina	-0,259	0,063	-4,110	0,000	-0,382	-0,135	-.04069
Sergipe	0,400	0,077	5,180	0,000	0,248	0,551	.0434332
São Paulo	-0,548	0,049	-11,180	0,000	-0,644	-0,452	-.1979799
Tocantins	0,203	0,072	2,840	0,004	0,063	0,344	.0247792
PCB	-0,594	0,141	-4,210	0,000	-0,870	-0,317	-.0302255
PC do B	-0,165	0,055	-2,970	0,003	-0,273	-0,056	-.0317353
PCO	-0,418	0,215	-1,940	0,052	-0,840	0,004	-.0135401
PDT	-0,182	0,053	-3,420	0,001	-0,287	-0,078	-.0386199
PEN	-0,340	0,059	-5,770	0,000	-0,455	-0,224	-.0571517
PHS	-0,400	0,056	-7,180	0,000	-0,509	-0,291	-.0761971
PMDB	0,255	0,052	4,910	0,000	0,153	0,356	.0586516
PMN	-0,399	0,062	-6,440	0,000	-0,521	-0,278	-.060764
PP	0,037	0,056	0,660	0,510	-0,073	0,147	.0068729
PPL	-0,371	0,068	-5,490	0,000	-0,503	-0,238	-.0483926
PPS	-0,292	0,059	-4,910	0,000	-0,408	-0,175	-.0480691
PR	-0,004	0,056	-0,080	0,938	-0,114	0,106	-.0008164
PRB	-0,296	0,057	-5,160	0,000	-0,408	-0,183	-.0524775
PROS	-0,167	0,065	-2,560	0,011	-0,295	-0,039	-.0230385
PRP	-0,391	0,058	-6,730	0,000	-0,505	-0,277	-.0677816
PRTB	-0,398	0,060	-6,610	0,000	-0,516	-0,280	-.0640665
PSB	-0,177	0,051	-3,430	0,001	-0,278	-0,076	-.0413827

PSC	-0,263	0,055	-4,770	0,000	-0,371	-0,155	-.0517994
PSD	0,030	0,058	0,510	0,607	-0,084	0,144	.0051574
PSDB	0,017	0,053	0,310	0,756	-0,088	0,121	.003509
PSDC	-0,381	0,059	-6,490	0,000	-0,496	-0,266	-.0644565
PSL	-0,341	0,058	-5,930	0,000	-0,454	-0,228	-.0605793
PSOL	-0,492	0,053	-9,300	0,000	-0,596	-0,388	-.1067676
PSTU	-0,448	0,078	-5,780	0,000	-0,600	-0,296	-.0474356
PT	0,012	0,051	0,240	0,810	-0,088	0,113	.0029397
PTB	-0,179	0,055	-3,240	0,001	-0,287	-0,071	-.0348925
PTC	-0,390	0,060	-6,490	0,000	-0,508	-0,272	-.0628252
PT do B	-0,371	0,061	-6,060	0,000	-0,491	-0,251	-.0579498
PTN	-0,339	0,060	-5,660	0,000	-0,456	-0,222	-.0551825
PV	-0,372	0,053	-6,960	0,000	-0,476	-0,267	-.0786054
SD	-0,125	0,062	-2,020	0,044	-0,246	-0,004	-.0189859
constante	0,799	0,061	13,100	0,000	0,680	0,919	.
Observações: 18733							
$r^2 = 0,1277$							
r^2 ajustado = 0,1249							
root MSE = 0,919							

Anexo 2 – Regressão linear multivariada complete referente à tabela 6.

Votos	Coeficiente Erro padrão		t	P>t	95% Interv	Confiança]	Beta
Pastores	-0,038	0,031	-1,230	0,220	-0,098	0,022	-.006083
Despesa por UF e cargo	0,578	0,010	59,710	0,000	0,559	0,597	.7070964
Pastores * Despesa	0,644	0,072	8,970	0,000	0,503	0,785	.0443809
Mulher	-0,071	0,009	-8,080	0,000	-0,088	-0,054	-.038639
Mulher*Despesa	-0,184	0,010	-19,280	0,000	-0,203	-0,165	-.1034652
Não branco	-0,038	0,009	-4,380	0,000	-0,055	-0,021	-.0228999
Não branco*Despesa	-0,151	0,009	-17,470	0,000	-0,168	-0,134	-.1011053
Deputado Federal	0,119	0,009	12,870	0,000	0,101	0,137	.0646774
Deputado Federal * Despesa	0,086	0,009	9,180	0,000	0,068	0,104	.0933629
Alagoas	-0,001	0,039	-0,030	0,978	-0,077	0,075	-.0001667
Amazonas	-0,042	0,034	-1,250	0,212	-0,108	0,024	-.0087188
Amapá	0,019	0,038	0,510	0,611	-0,055	0,093	.0031762
Bahia	-0,111	0,033	-3,420	0,001	-0,175	-0,047	-.0252731
Ceará	-0,089	0,034	-2,640	0,008	-0,154	-0,023	-.0189443
Distrito Federal	-0,133	0,031	-4,320	0,000	-0,193	-0,073	-.0356399
Espírito Santo	-0,083	0,034	-2,430	0,015	-0,150	-0,016	-.0169759
Goiás	-0,123	0,032	-3,780	0,000	-0,186	-0,059	-.0287094
Maranhão	-0,046	0,036	-1,280	0,201	-0,118	0,025	-.0083989
Minas Gerais	-0,187	0,029	-6,370	0,000	-0,245	-0,130	-.0613015
Mato Grosso do Sul	-0,046	0,036	-1,300	0,192	-0,116	0,023	-.0086958
Mato Grosso	-0,023	0,038	-0,620	0,537	-0,097	0,051	-.0038734
Pará	-0,103	0,032	-3,180	0,001	-0,167	-0,040	-.0235559
Paraíba	-0,014	0,038	-0,380	0,707	-0,088	0,060	-.0023651
Pernambuco	-0,044	0,035	-1,250	0,213	-0,112	0,025	-.008425
Piauí	0,073	0,040	1,810	0,070	-0,006	0,151	.0108795
Paraná	-0,165	0,032	-5,240	0,000	-0,227	-0,103	-.0429543
Rio de Janeiro	-0,210	0,028	-7,440	0,000	-0,265	-0,155	-.0829343
Rio Grande do Norte	0,036	0,040	0,900	0,370	-0,043	0,115	.00544
Rondônia	0,004	0,038	0,110	0,911	-0,069	0,078	.0007037
Roraima	0,008	0,036	0,220	0,826	-0,063	0,079	.001435
Rio Grande do Sul	-0,184	0,032	-5,780	0,000	-0,247	-0,122	-.046862
Santa Catarina	-0,108	0,036	-3,000	0,003	-0,179	-0,038	-.0201687
Sergipe	0,149	0,044	3,360	0,001	0,062	0,235	.019148
São Paulo	-0,233	0,028	-8,290	0,000	-0,288	-0,178	-.0998712
Tocantins	0,076	0,041	1,850	0,065	-0,005	0,156	.0109201
PCB	-0,164	0,081	-2,030	0,043	-0,322	-0,005	-.0098796
PC do B	-0,056	0,032	-1,770	0,078	-0,118	0,006	-.0128238
PCO	-0,104	0,123	-0,850	0,397	-0,346	0,137	-.0040092
PDT	-0,002	0,030	-0,080	0,935	-0,062	0,057	-.0006262
PEN	-0,067	0,034	-1,980	0,048	-0,133	-0,001	-.0132952
PHS	-0,082	0,032	-2,580	0,010	-0,145	-0,020	-.0185928
PMDB	0,079	0,030	2,680	0,007	0,021	0,138	.0216834

PMN	-0,115	0,036	-3,250	0,001	-0,185	-0,046	-.0208271
PP	-0,019	0,032	-0,600	0,549	-0,082	0,044	-.0042385
PPL	-0,102	0,039	-2,640	0,008	-0,178	-0,026	-.0158122
PPS	-0,073	0,034	-2,150	0,032	-0,140	-0,006	-.0142577
PR	-0,013	0,032	-0,400	0,692	-0,076	0,050	-.0028029
PRB	0,038	0,033	1,150	0,249	-0,027	0,102	.00796
PROS	0,066	0,037	1,770	0,077	-0,007	0,140	.0108238
PRP	-0,092	0,033	-2,760	0,006	-0,157	-0,027	-.0188565
PRTB	-0,073	0,035	-2,120	0,034	-0,141	-0,006	-.0139821
PSB	0,016	0,029	0,550	0,582	-0,042	0,074	.0045068
PSC	-0,027	0,032	-0,840	0,401	-0,088	0,035	-.0061954
PSD	0,140	0,033	4,210	0,000	0,075	0,205	.0286088
PSDB	0,077	0,030	2,540	0,011	0,018	0,137	.0194366
PSDC	-0,100	0,034	-2,980	0,003	-0,166	-0,034	-.020083
PSL	-0,082	0,033	-2,490	0,013	-0,147	-0,018	-.0172885
PSOL	-0,093	0,030	-3,080	0,002	-0,153	-0,034	-.0240467
PSTU	-0,099	0,044	-2,230	0,026	-0,186	-0,012	-.0124024
PT	0,075	0,029	2,550	0,011	0,017	0,132	.0212042
PTB	-0,008	0,032	-0,250	0,804	-0,070	0,054	-.0018169
PTC	-0,096	0,034	-2,780	0,005	-0,163	-0,028	-.0183016
PT do B	-0,078	0,035	-2,220	0,027	-0,147	-0,009	-.0144073
PTN	-0,058	0,034	-1,690	0,092	-0,125	0,009	-.0111715
PV	-0,095	0,031	-3,110	0,002	-0,155	-0,035	-.0238444
SD	0,001	0,035	0,030	0,978	-0,068	0,070	.0001776
Constante	0,269	0,035	7,660	0,000	0,200	0,338	.
Observações: 18733							
r² = 0,5991							
r² ajustado = 0,5976							
root MSE = 0,005							