



Indícios Eleitorais da Evolução da Competição dos Mercados Religiosos nos Municípios do Brasil

Nelson Luis Motta Goulart

Este *working paper* é uma análise do sistema religioso brasileiro baseada nos resultados das afiliações religiosas declaradas agregadas para os últimos cinquenta anos e das relações contemporâneas que o mesmo tende a manter com o sistema político no nível municipal. Seus objetivos são o de propor a aplicação do ferramental de mensuração da competição entre firmas de um dado mercado para as religiões nos municípios brasileiros, à exemplo das análises executadas em outros países, como os Estados Unidos da América, e o de explorar a relação da configuração competitiva dos mercados religiosos municipais brasileiros com os mercados eleitorais municipais brasileiros partindo de duas proposições teóricas: primeira, a de que a recente ampliação da competição no mercado religioso brasileiro, possibilitada na institucionalização da abertura religiosa e engendrada no processo de reabertura política, se consolidou muito recentemente, principalmente após a promulgação da Constituição de 1988, e a de que aumento concorrencial no mercado religioso brasileiro tende a repercutir na configuração da competição político-eleitoral, uma vez que os competidores religiosos podem empregar recursos organizacionais da arena religiosa na disputa eleitoral, na arena política. A empreitada obteve dois conjuntos de constatações que foram sintetizadas em duas subestruturas argumentativas, uma delas dedicada à descrever ampliação da competição entre religiões e a outra dedicada à analisar a relação entre os níveis de competição religiosa e os níveis de competição política eleitoral para o ano de 2012. As principais constatações do trabalho são a de que nas últimas décadas, e mais especificamente após a década de 80, o mercado religioso brasileiro passou por um sensível processo de fracionalização das preferências religiosas de suas populações municipais e a de que os mercados religiosos competitivos estão correlacionados a mercados políticos competitivos. Houve um aumento do número de novas religiões existentes no Brasil, um aumento dos percentuais de adeptos com que cada uma dessas novas religiões contou, bem como, quanto maior a fracionalização das preferências religiosas, maior foi a competição entre candidatos e entre partidos na disputa eleitoral.

Palavras-chave: Poliarquia, Competição Religiosa, Competição Eleitoral, Eleições Municipais.

Instituição de fomento: CNPq, UENF.