



**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL  
DA LUSOFONIA AFROBRASILEIRA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES  
BACHARELADO EM HUMANIDADES**

**VITÓRIA D'AVILA SERAFIM DE BARROS**

**AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 E 2022 E A MOBILIZAÇÃO DO  
ELEITORADO EVANGÉLICO**

**REDENÇÃO - CE**

**2023**

**VITÓRIA D'AVILA SERAFIM DE BARROS**

**AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 E 2022 E A MOBILIZAÇÃO DO  
ELEITORADO EVANGÉLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Humanidades (BHU), vinculado ao Instituto de Humanidades (IH), da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), como requisito final para a obtenção do título de Bacharel em Humanidades.

Orientador: Prof. Dr. Gledson Ribeiro de Oliveira.

**REDENÇÃO- CE**  
**2023**  
VITÓRIA D'AVILA SERAFIM DE BARROS

AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 E 2022 E A MOBILIZAÇÃO DO  
ELEITORADO EVANGÉLICO

Projeto de pesquisa apresentado como requisito para a obtenção do título de bacharel em Humanidades, na Universidade da Integração Internacional Da Lusofonia Afro-Brasileira. UNILAB – Campus das Auroras.

APROVADO EM: 10/07/2023

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador. Prof. Dr. Gledson Ribeiro de Oliveira.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro Brasileira (UNILAB)

---

Examinador: Prof. Dr. Leandro de Proença Lopes

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro Brasileira (UNILAB)

---

Examinador Msc Maria de Fátima Souza da Silveira

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro Brasileira (UNILAB)

---

**REDENÇÃO CE**

**2023**

# AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 E 2022 E A MOBILIZAÇÃO DO ELEITORADO EVANGÉLICO

Vitória D'ávila Serafim de Barros

Prof. Dr. Gledson Ribeiro de Oliveira

## **Resumo:**

O presente projeto de pesquisa tem por objetivo analisar a utilização das redes sociais na mobilização do eleitorado evangélico nas eleições presidenciais brasileiras de 2018 e 2022. Marcadas por intensa polarização política, mobilização, e atuação de movimentos sociais e religiosos, situadas na nova onda conservadora brasileira.. Desta forma, este projeto de pesquisa pretende analisar o discurso político-religioso de dois líderes evangélicos nas redes sociais — Silas Malafaia e Edir Macedo — durante as eleições presidenciais de 2018 e 2022. Para alcançar tal objetivo, faz-se necessário coletar e analisar os dados disponíveis nas próprias redes sociais, com isso utilizaremos como método de pesquisa-a pesquisa qualitativa-a partir da revisão bibliográfica, bem como a netnografia, que consiste em um método especializado da etnografia, destinado a estudar as interações e culturas presentes no ciberespaço, ou seja no espaço da internet. Espera-se que o presente estudo gere discussões no que refere-se ao impacto da utilização das redes sociais, do emprego dos símbolos e do engajamento dos pastores na mobilização do eleitorado evangélico nos pleitos eleitorais supracitados.

**Palavras-chaves:** Eleições presidenciais; redes sociais; líderes religiosos, eleitorado evangélico

## **Abstract:**

The present research project aims to analyze the use of social networks in the mobilization of the evangelical electorate in the Brazilian presidential elections of 2018 and 2022. Marked by intense political polarization, mobilization, and action of social and religious movements, located in the new Brazilian conservative wave .. Thus, this research project aims to analyze the political-religious discourse of two evangelical leaders on social networks — Silas Malafaia and Edir Macedo — during the 2018 and 2022 presidential elections. analyze the data available on the social networks themselves, with that we will use qualitative research as a research method based on the bibliographical review, as well as netnography, which consists

of a specialized method of ethnography, destined to study the interactions and cultures present in the cyberspace, i.e. the internet space. It is expected that the present study will generate discussions regarding the impact of the use of social networks, the use of symbols and the engagement of pastors in the mobilization of the evangelical electorate in the aforementioned electoral campaigns.

**Keywords:** Presidential elections; social media; religious leaders, evangelical constituencies

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

ADVEC	ASSEMBLEIA DE DEUS VITÓRIA EM CRISTO
IURD	IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS
LGBTQIA+	LESBICA, GAYS, TRANSGENEROS, QUEER, INTERSEXO, ASEXUADOS, DEMAIS ORIENTAÇÕES SEXUAUS E IDENTIDADES DE GÊNERO.
PSL	PARTIDO SOCIAL LIBERAL;
PT	PARTIDO DOS TRABALHADORES;

<b>1. APRESENTAÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>3. OBJETIVOS.....</b>	<b>18</b>
3.1. OBJETIVO GERAL.....	18
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
<b>4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>19</b>
<b>5. METODOLOGIA.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>25</b>

## 1. APRESENTAÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO

Impulsionado pelo pentecostalismo, o número de evangélicos cresceu de 8.98% no Censo Demográfico de 1991 para 22,16% no Censo de 2010. Tal fenômeno tem reforçado valores e discursos políticos conservadores pregados em templos espalhados por todo o país, nas rádios, canais de TV e, principalmente, nas redes sociais. A presença dos pentecostais no cenário político brasileiro se dá há pelo menos quatro décadas e foi notória a atuação deste segmento nas últimas duas eleições para presidente.

Para as diversas candidaturas de direita e de extrema-direita ficou evidente que o êxito eleitoral contra os candidatos do Partido dos Trabalhadores (PT), Fernando Haddad e Luís Inácio Lula da Silva, passaria pela mobilização de fiéis por seus principais líderes religiosos, tanto nas igrejas como no parlamento. Desta forma, este projeto de pesquisa pretende analisar o discurso político-religioso de dois líderes evangélicos nas redes sociais — Silas Malafaia e Edir Macedo — durante as eleições presidenciais de 2018 e 2022. Como as plataformas de audiência (*Youtube, Instagram, Facebook*) são espaços relevantes de manifestação política na Internet, pretendemos identificar e analisar o conteúdo das mensagens nelas postadas.

O crescimento pentecostal no Brasil, principalmente a partir da segunda metade do século XX, se deu em um contexto de alta vulnerabilidade social, desigualdade, violência e ausência de políticas públicas. As igrejas evangélicas, principalmente as pentecostais, deuteropentecostais e neopentecostais, expandiram suas atividades em áreas pobres e periféricas, especialmente entre mulheres negras e pobres, contribuindo para tornar o Brasil a segunda maior comunidade do mundo. “Os evangélicos chegaram a lugares onde nenhuma outra instituição civil ou religiosa ousa se aproximar, alcançando as margens da sociedade.” (NOVAES, 2001). Impactando assim as regiões nas quais estão inseridas.

No cenário político, o ano de 1986, é um marco, pois nele ocorreu a entrada oficial de candidatos das igrejas, em especial da Igreja Universal. A redemocratização favoreceu a entrada evangélica da esfera política. Para o sociólogo da religião Paul Freston (1993), há três

razões conectadas para a entrada dos evangélicos na política. A primeira, reflete a forma como estes entraram na política a partir da lógica de concorrência e disputa com o catolicismo num mercado religioso aberto à pregação conversionista. A segunda, como uma reação e oposição às mudanças e transformações sociais que ameaçavam a “tradição” e “família”. A terceira, fundamental para a compreensão, é o próprio interesse de seus líderes em profissionalizar sua atuação. Assim a ação político-partidária tem por objetivo fortalecer seus o poder pastoral de seus líderes, garantir o aumento de fiéis, bem como a captura de capitais econômico e político que garantam influências na sociedade brasileira.

Já a onda conservadora no Brasil não se origina e nem se limita às fronteiras nacionais. Provém de uma tendência no Ocidente de crescimento dos movimentos e partidos de extrema-direita. A atual conjuntura está alinhada com tendências globais alimentadas por crises econômicas, xenofobia, insegurança e pelo ataque neoliberal ao social que, nas palavras da cientista política Wendy Brown (2019), “deixou por herança uma cultura política antidemocrática desde baixo, ao mesmo tempo em que constrói e legitima formas antidemocráticas de poder estatal desde cima” (p. 39). Nesse sentido, há um encontro da política interna brasileira com práticas importadas, principalmente dos Estados Unidos, que podem ser resumidas ao ataque à diversidade étnica, cultural, de raça, gênero e às políticas socioeconômicas redistributivas.

No caso brasileiro, existe uma especificidade, o desmonte dos avanços nos direitos das minorias, as ações de promoção de igualdade, de gênero, raça, dos programas sociais, tal como o Bolsa Família e Minha Casa, minha vida —, que resultaram em um impacto social e marcaram a história republicana. Atacar essas pautas foi largamente usado como estratégia eleitoral para intensificar a polarização política entre a direita/extrema-direita e à esquerda.

Para entender o discurso político-religioso nas eleições de 2018 e 2020 é necessário conhecer a atuação evangélica na política brasileira e relacioná-la à atual onda conservadora.

A onda conservadora cresceu principalmente com o declínio do lulismo, apresentando-se como uma resposta ou recusa aos avanços iniciados em governos anteriores, principalmente pelos governos Lula e Dilma, no âmbito da garantia dos direitos das minorias e do combate à desigualdade social. Como escreve o sociólogo da religião Joanildo Burity (2018, p.04):

Trata-se de conservadorismo insolente, sem meias palavras e sem meias medidas. Disputando todas as evidências do que chamamos de avanços dos últimos 13 anos (alguns dos quais já haviam começado mesmo antes) e anulando-as como

desperdício de tempo, como apostas infundadas, como produtos da corrupção, como perigosos precedentes ou como figuras do mal a exorcizar, esquecer ou punir. (2018, p. 04).

Este novo conservadorismo ou tradicionalismo possui uma dimensão especificamente religiosa. Burity pontua um discurso político-religioso centrado no combate à corrupção e na imposição de uma pauta religiosa, de costumes, ao Estado e às políticas públicas. O discurso é liderado principalmente por pastores e pastoras pentecostais e neopentecostais, cujas igrejas se constituíram quase como um partido, no sentido gramsciano de ser uma força sociopolítica efetiva, dirigente. Ainda segundo Burity (2018, p.14):

“Seu forte pragmatismo, enraizamento popular, apelo eleitoral para além de suas fileiras religiosas e sua acelerada curva ascendente de aprendizagem dos expedientes da tradição política das elites brasileiras teriam permitido aos pentecostais se apresentarem como fiadores da nova ordem pós-lulista.” (2018, p. 14).

A bancada evangélica foi uma das minorias beneficiadas pelas transformações trazidas pelos governos petistas, com isso se voltam contra o mesmo projeto que os empoderou, juntando-se ao bloco antipetistas, via frente parlamentar evangélica, que resultou no golpe parlamentar-jurídico contra a presidenta Dilma Rousseff.

As pautas morais foram prioritárias nas disputas presidenciais de Jair Messias Bolsonaro, do PL, presentes em suas principais falas e discursos, assim como em suas propostas configura-se enquanto um dos principais nomes desta nova onda que permeia a sociedade brasileira.

Nas disputas, Bolsonaro, candidato representante destes autos identificados conservadores, é apresentado enquanto o salvador da pátria, aquele que diante do cenário de instabilidade política e social é capaz e responsável por instaurar a ordem e paz. Já os candidatos de esquerda, principalmente aqueles do PT, associados ainda ao apelo anticorrupção, em virtude também do antipetismo, constituem-se no mal a ser combatidos, sendo estes os responsáveis por toda a desordem social: desemprego, violência, corrupção.

Os discursos de campanhas foram conduzidos a partir da materialização da guerra espiritual cristã, composta pela rivalidade e disputa entre bem e mal. Líderes evangélicos, se posicionaram em defesa de seus valores morais e dos “bons costumes”, baseados na regulamentação dos comportamentos.

Como consequência da valoração das questões morais, de regulamentação da esfera pública, (prioritária para pastores e fiéis), ocasiona-se uma tensão com movimentos sociais e

com os direitos humanos principalmente no que tange ao asseguramento dos direitos reprodutivos e sexuais das mulheres e da população LGBTQIA+.

Assim sendo, os dois últimos pleitos eleitorais foram marcados pela polarização entre esquerda e direita, movimentos sociais e religiosos, bem como pela participação popular, e intensa atuação de líderes religiosos, em especial os evangélicos.

A intensa atuação de líderes evangélicos se traduziu na defesa moralista dos ‘bons costumes’ que transformou os pleitos numa disputa entre o bem e o mal, o céu e o inferno; a materialização da batalha espiritual, sendo o candidato Bolsonaro, o salvador, o escolhido para se opor e vencer o inimigo, leia-se, a esquerda, representado pelos candidatos do PT.

Os líderes neopentecostais atuaram como forças dirigentes no emprego da materialização, dentro e fora das esferas religiosas. Bem como o apelo às pautas morais resultam da atuação, e protagonismos de líderes neopentecostais nas igrejas e na esfera pública, estes atuaram enquanto forças políticas dirigentes nestes processos.

Atualmente, as principais denominações evangélicas do Brasil, possuem perfis nas redes sociais mais populares, assim como os seus líderes, possuem perfis pessoais, com o objetivo de publicizar seus posicionamentos diariamente, acumulam milhões de seguidores, visualizações e interações.

Para se constituírem como força política dirigente, pastores utilizaram-se das redes sociais e outros veículos de comunicação como palanques políticos. Sendo notório seu protagonismo na utilização veículos de comunicação, especificamente das redes sociais já comumente utilizados para fins religiosos e espirituais, como palanques políticos, de apoio registro ao então candidato Jair Messias Bolsonaro. Estas oferecem um espaço de visualização para milhares de indivíduos simultaneamente, seja organicamente ou por meio de anúncios pagos, mas ainda assim, a um baixo custo se comparados às outras mídias. Ainda sendo possível direcionar as publicações para determinados grupos de acordo com suas preferências, ou até mesmo com os conteúdos que rejeitam, e consumo anteriores, os dados de cada usuários são utilizados para definirem a ordem e as publicações que serão disponibilizadas para visualização, possibilita assim que aqueles que possuem interesses semelhantes aos seus, estejam disponíveis com mais frequência nas suas redes sociais, ocasionando vínculos e interações identitárias entre os indivíduos.

Além de que informações e publicações podem ser compartilhadas em massa facilmente na rede social em questão, bem como em outras de caráter distintos, um exemplo são vídeos publicizados no *Youtube* sendo compartilhados em redes sociais de mensagens, como *Telegram* e *Whatsapp*.

Possibilitam também a interação entre aquele “que fala”, que publica os conteúdos e aquele que o recebe, por meio de comentários, ferramentas de interação, lives e etc. Aquele que recebe tende a se sentir pertencente à produção do conteúdo, se distanciando do lugar de passividade daquele que só recebe as informações, no sentido de contribuição e participação de debates.

Vale ressaltar ainda que, apesar das produções de conteúdos aparentemente terem um caráter orgânico ou espontâneo, existe um investimento financeiro e dedicação real destes líderes religiosos em suas atuações nas redes sociais, administradas por equipes profissionais, que direcionam os conteúdos com fim específico, para cada público.

Com retórica acessível, publicaram inúmeros vídeos com em média de tempo de 3 minutos, quase que diariamente, com títulos curtos, em Caixa Alta, que possibilitam uma rápida visualização e interação, uma maior frequência que outros veículos de informação. Declarando apoio restrito à Bolsonaro. A utilização ou o protagonismo na utilização das redes para fins políticos, que visam alcançar públicos alvos específicos, partem da maior performance destas no que se refere a frequência e interação, entre os indivíduos, se comparados a meios de comunicação como televisão e rádios (que os evangélicos já atuavam e dominavam).

No que se refere ao acesso, torna-se mais fácil a grande massa, principalmente, da classe popular, que não dispõe de tempo para se dedicar a acompanhar o debate político, as redes sociais tornam-se espaço propício para divulgação, todo o material mantém-se gravado e pode ser visualizado a qualquer momento, o mesmo conteúdo pode ser fragmentado e publicado diversas vezes. As interações possibilitam ainda uma auto identificação entre grupos e indivíduos

Com isto, esses vídeos curtos podem ter sido a única fonte de informação de uma parcela do eleitorado, as redes possibilitam um acesso ampliado aos conteúdos, podendo ser acessado online ou não em algumas, ficam salvos, não possuem limitações de visualizações.

Atualmente o pastor protestante, líder da igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo, formado em teologia pelo Instituto Bíblico pentecostal, presidente da igreja acumula quatro milhões de seguidores no *Instagram*, mais de nove mil publicações no feed da rede social, 1,7 milhões de inscrito no *Youtube*, mais de dois mil vídeos publicados, publicados periodicamente toda semana, com mais de 208.000.000 de visualizações, no *Facebook* possui três milhões de seguidores, no *Twitter* possui mais de 1,5 milhões de seguidores.

Já o fundador da igreja Universal do Reino de Deus, o bispo Edir Macedo, proprietário da rede Record, é escritor e teólogo, atualmente, possui aproximadamente um milhão de

inscrito no seu canal no *Youtube*, no *Facebook* mais de dois milhões seguidores, mais de um milhão de seguidores no *Instagram*, e mais de três mil publicações no feed.

Um Exemplo está no canal do *Youtube* do pastor Silas Malafaia. Nele há inúmeros vídeos que tratam das eleições presidenciais, dentre eles um em que o pastor pergunta “Por que você deve votar em Bolsonaro?”. Com mais de 300 mil visualizações, o vídeo é um dos mais populares do canal. Malafaia se dedica a apontar razões, sem muito aprofundamento, para votar no então candidato à presidência da república. Em outro vídeo intitulado Pastor Silas Malafaia: Vídeo resumido da declaração profética em favor do Brasil e de Bolsonaro, traz o trecho de 3 minutos e 42 segundos de uma pregação, na Assembleia de Deus Vitória em Cristo, onde o pastor se coloca enquanto “uma voz profética da nação”. Em uma tentativa de tornar sagrada a candidatura de Bolsonaro, Malafaia declara: “em nome de Jesus, Deus irá te dar sabedoria, graça e saúde para fazer a diferença nessa nação”. Vídeos como esses citados acima foram visualizados e compartilhados milhares de vezes durante o pleito eleitoral das eleições presidenciais de 2018 e 2022

No contexto de intensa polarização política, a propagação em massa destes, podem ocasionar um grande impacto, principalmente se utilizados enquanto fonte de informação primordial ou única.

Assim objetivamos com esta pesquisa analisar como os líderes evangélicos apresentaram e defenderam publicamente o candidato da onda conservadora brasileira. Como a autoridade pastoral foi usada para aumentar a popularidade do candidato Bolsonaro e diminuir a de seus adversários? Como se deu a interação entre pastores e fiéis nas redes sociais? Como foram utilizados para construir um diálogo próximo e rotineiro com os fiéis? Qual público o discurso político-religioso estava mais direcionado?

O presente projeto parte da compreensão da importância de considerarmos e analisarmos as redes sociais enquanto esfera pública decisiva nos pleitos eleitorais. Para compreender o voto evangélico nas duas últimas eleições presidenciais, bem como os empenhos de líderes religiosos pentecostais, nas campanhas eleitorais a favor do candidato Jair Bolsonaro, se faz necessário, compreender o emprego do discurso político-religioso nas mídias.

Assim objetivamos com esta pesquisa analisar como os líderes evangélicos apresentaram e defenderam publicamente o candidato da onda conservadora brasileira. Quais as estratégias discursivas foram empregadas? Como a autoridade pastoral foi usada para aumentar a popularidade do candidato Bolsonaro e diminuir a de seus adversários? Qual foi o papel das redes sociais na mobilização do eleitorado e propagação do discurso pró-Bolsonaro?

Como se deu a interação entre pastores e fiéis nas redes sociais? Qual público o discurso político-religioso estava mais direcionado?

## 2. JUSTIFICATIVA

A crescente expansão evangélica que o país tem vivenciado nos últimos anos perpassa por questões políticas, institucionais e midiáticas. No entanto, as relações e interações entre a religião e política não são uma novidade na vida social. Muito já foi produzido dentro do seio acadêmico sobre os efeitos da interação destas, suas confluências e transformações. Pretendemos então, com a presente pesquisa, contribuir com estudos dedicados a compreensão da confluência entre líderes neopentecostais nas mídias sociais, durante a nova onda conservadora presente no seio da sociedade brasileira.

Torna-se evidente, hoje, com avanço da nova direita brasileira, um fomento à violação de direitos humanos em oposição aos avanços progressistas, e as pautas minoritárias já então conquistadas pelos movimentos sociais nos últimos anos. “Um fenômeno em franca ascensão e tem influenciado cada vez mais as pautas dos poderes legislativos” (VIEIRA, 2018. p.95). Principalmente no que se refere a direitos das chamadas minorias sociais.

Com isso, a proximidade das igrejas evangélicas com a direita e extrema-direita se dá principalmente pela identificação das questões morais e de regulamentação do comportamento, bem como pela inserção destas no âmbito dos poderes legislativo e executivo.

Isto posto, as duas últimas eleições presidenciais (2018 e 2022) entre o candidato Jair Messias Bolsonaro, representante da direita e extrema-direita, e os candidatos Fernando Haddad (2018) e Luiz Inácio Lula da Silva (2022), ambos do Partido dos Trabalhadores, foram marcadas pela polarização tanto política quanto religiosa.

Estruturadas a partir da materialização da guerra espiritual, presente em ambos os pleitos, e articuladas de modo onde o primeiro representaria o bem, “o salvador” aquele que é responsável por trazer a ordem social ao país, e a esquerda, o mal a ser combatido, o resultado das urnas concretizam o resultado da guerra espiritual empregada.

“Os símbolos religiosos têm sido inseridos em todas as questões humanas e sempre aproveitados para fins políticos.” (NOVAES, 2001. p.61).

Com a política cada vez mais presentes nos templos, pastores transformaram púlpitos em palanques, seja para apoiar Bolsonaro ou para se opor aos governos petistas.

Esse conservadorismo tradicional reativo foi revigorado por uma postura ativa e propositiva de mudança cultural por parte dos evangélicos. Com esse horizonte, não se trata aqui apenas de reivindicar a proteção estatal da moralidade cristã, mas de inscrevê-la no ordenamento legal do país (Almeida, 2020, p.432).

Uma pesquisa realizada pelo Datafolha (instituto de pesquisa do grupo folha) apresenta uma estimativa de uma diferença de 11,6 milhões no eleitorado evangélicos, entre os candidatos Jair Messias Bolsonaro e Fernando Haddad, esta diferença constitui-se maior que a diferença de votos no resultado final do pleito. Com isso os êxitos nas disputas no que se refere aos dois últimos pleitos eleitorais, passaram pelos votos do eleitorado evangélicos.

Uma evidência clara da eficácia e do impacto da ação e mobilização dos neopentecostais no cenário político brasileiro.

“O pentecostalismo faz de cada “crente” um evangelizador, um militante que propaga sua fé: este é, sem dúvida, o denominador comum a diferentes denominações.” (NOVAES, 2001. p.69).

Para compreensão da atuação deste eleitorado nas duas últimas eleições se faz necessário compreender, ação articulada de mobilização dos líderes evangélicos nos governos, parlamentos e tribunais. Bem como o emprego de valores e o deslocamento dos símbolos e referências religiosas para a esfera virtual, por pastores e políticos, principalmente a recepção e percepção dos fiéis no que toca a estas interações.

“As maiores questões e tendências religiosas que são tão importantes hoje não podem ser plenamente abordadas e compreendidas sem atenção às mídias.” (Hoover, 2014, p.44).

Mesmo eleito, após os resultados das eleições de 2018 Bolsonaro ainda continua a utilizar-se de discursos religiosos, como forma de agradecimento ao eleitorado cristão, em especial os evangélicos, no ano de 2019, da 27ª marcha para Jesus, sendo o primeiro presidente a participar do evento que reúne e igrejas e fiéis de todo o país, reafirma a relevância dos participantes (em suma evangélicos) para mudar o destino do país, referindo-se aos resultados das eleições de 2018, e sua atuação enquanto o responsável pela reorganização social e econômica do país.

“Os evangélicos que têm seguido a trajetória eleitoral não são unívocos nos posicionamentos, mas de forma geral trabalham a favor das pautas moralizadoras.” (ALMEIDA, 2020. p.433)

As redes sociais foram um dos espaços privilegiados para campanhas e mobilização social nas duas últimas disputas eleitorais foram as redes sociais.

Uma pesquisa realizada pela companhia norte-americana Comscore, de análise de dados e internet, mostra que o Brasil é o terceiro país do mundo entre as nações que mais consomem as redes sociais e o primeiro da América Latina.

“Cada vez mais canais emergem na mídia tradicional e na digital, esfera online e de mídias sociais, um crescente mercado por uma variedade de conteúdos tem sido desenvolvido, diminuindo significativamente o que eram barreiras de entrada pela religião”. (HOOVER, 2014, p.49) Deste modo não é possível descartar o efeito das mídias sociais nas disputas eleitorais brasileiras.

Marcadas pela interação entre as esferas políticas e religiosas, por campanhas focalizadas nas principais redes sociais, as duas últimas eleições presidenciais brasileiras tornam-se eventos históricos importantíssimos.

Deste modo, nesse período verificamos uma intensa participação e mobilização popular, polarização, propagação de fake News, discurso de ódio, violação dos direitos humanos e ataques ao estado democrático de direito. As redes sociais enquanto meio de comunicação diverso e dinâmico, são potenciais canais de mobilização, propaganda e até manipulação do eleitorado.

Estrategicamente, usufrui-se das emoções, simplifica-se o discurso político — adequação à linguagem das redes, a fim de garantir um maior número de espectadores que possam ser convertidos e engajados politicamente. “Muitas pessoas hoje não distinguem entre sua fé e as suas vidas midiáticas, pelo menos não de qualquer forma que afete seus comportamentos midiáticos” (HOOVER, 2014, p.57)

Fundamentado nisso, a utilização das redes sociais tende a ser cada vez mais priorizada nas disputas eleitorais, levando em consideração a facilidade de compartilhamento das publicações em massa, o baixo custo, possibilidade de direcionamento de conteúdo para cada público. As mídias não apenas cobrem ou transmitem religião ou ideias religiosas; na verdade, elas ajudam a dar forma à religião contemporânea (HOOVER, 2014).

Por isso, em nosso estudo, ponderamos como primordial o estudo da articulação político-religiosa dos líderes evangélicos nas redes, bem como de suas estratégias discursivas utilizadas para conquistar o eleitorado. Objetivamos assim, discutir e compreender, o impacto da utilização das redes sociais, do emprego dos símbolos religiosos e do engajamento dos pastores na mobilização do eleitorado evangélicos, conseqüentemente no curso das campanhas e eleições brasileiras.

Assim sendo, é necessário estudar e compreender a confluência entre estes, as interações entre símbolos religiosos, discursos políticos e mídias sociais. Quanto à importância social, gostaríamos de propor reflexões que corroborem para a compreensão dos efeitos da influência da religião na crescente conservadora brasileira, bem como os seus riscos, com o retorno das questões de regulamentação da esfera social, do corpo e da sexualidade nas discussões centrais no aspecto político brasileiro. “A experiência fundamentalista fabrica um olhar sobre o mundo, e o grande dilema é que fica inviabilizado, dificultando ou mesmo impossibilitando a abertura para diferenças que tal perspectiva religiosa não se reconhece com um olhar crítico para a própria doutrina.” (VIEIRA, 2018. p.96).

No ponto de vista acadêmico, por compreendermos as redes sociais como um instrumento estratégico de mobilização de grupos e instituições, com o uso das emoções, simplificação do discurso (adequação a linguagem das redes) e debates, a fim de garantir um maior número de espectadores, que possam ser convertidos em eleitores para atrair engajamento em debates, influenciar e gerar apoio político.

Espera-se então que esta pesquisa gere discussões científicas, no que se refere às recentes interações entre religiões, política e mídias sociais, seus efeitos, em especial nas disputas eleitorais de 2018 e 2022, marcadas pela polarização entre a esquerda e a direita. Servirá também como base para estudos posteriores, que contribuam para a compreensão destas interações bem como seus efeitos e transformações na sociedade.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GERAL**

- Analisar o discurso político-religioso dos líderes evangélicos e o papel das redes sociais na mobilização do eleitorado evangélico nas eleições presidenciais de 2018 e 2020.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Examinar as estratégias discursivas dos líderes evangélicos nas redes sociais;
- Identificar as principais redes sociais utilizadas por pastores e fiéis neopentecostais;
- Analisar as redes sociais enquanto uma esfera pública de experiência religiosa;
- Comparar a utilização das redes sociais como instrumento de propaganda e mobilização nas eleições de 2018 e 2022.

#### 4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Há muito tempo em disputa pelo espaço público, hoje as igrejas evangélicas se constituem efetivamente como uma ameaça à hegemonia cultural católica. A expansão pentecostal pelo Brasil se deu principalmente nas áreas periféricas, acompanhando o acelerado crescimento populacional das capitais.

A atuação destas instituições não pode ser vista de modo restrito à oferta de serviços de salvação. Regina Novaes (2001), diz que “nas igrejas evangélicas funcionam escolas, cursos supletivos, postos de atendimento de saúde. As curas e exorcismos, muitas vezes, substituem médicos e psiquiatras”. Tornaram-se suportes para a população, ofertando aquilo que o estado não consegue ofertar.

Já no campo político, o fim da ditadura militar contribuiu para a entrada e permanência dos evangélicos na política. As eleições constituintes do ano de 1986 foram o marco da entrada das igrejas evangélicas pentecostais e neopentecostais no período pós-ditadura militar (FREESTON, 1993). A entrada marca um rompimento da tradicional crença, ‘crente não se mete em política’. Segundo Joanildo Burity (2016), elas se tornaram “uma espécie de fiel da balança no tabuleiro eleitoral nacional, e desde a segunda metade dos anos de 1990 os pentecostais são parte iniludível do cenário político brasileiro.”

Portanto, foi a partir da Nova República que as igrejas ganharam visibilidade na vida política nacional e passaram a atuar politicamente para aumentar a sua influência social e o seu poder econômico.

Ainda com Joanildo Burity (2016), a atual onda conservadora atravessa a religião, a política, as relações interpessoais e as mídias sociais. Na onda de direita e extrema-direita, algumas igrejas evangélicas são protagonistas, destacando-se as de perfil pentecostal e neopentecostal. Para o autor a figuração desta ‘nova ordem’ pós-lulismo provém de tendências e processos globais e locais, precisamente articulados. Não houve mudanças no perfil conservador, apenas se tornou mais franco e insolente, convergindo o fascismo com o fundamentalismo religioso. A reação conservadora é uma resposta e recusa às conquistas sociais e políticas dos últimos anos. Iniciou-se com o discurso anticorrupção, em oposição aos governos do Partido dos Trabalhadores que ocuparam o poder executivo federal por treze anos consecutivos. Neste processo foi incorporando a pauta dos costumes e da segurança e assumindo um tom regressivo (neoliberal) na política e economia. Propagado principalmente pelas redes sociais, o discurso conservador é carregado de simbolismo religioso de feição fundamentalista, quando não extremista.

O fundamentalismo religioso cristão, escreve o cientista social e teólogo Henrique Vieira (2018), no seu capítulo à obra *O ódio como política*, é “Um fenômeno em franca ascensão e tem influenciado cada vez mais as pautas dos poderes legislativos” (VIEIRA, 2018. p. 95).

O fundamentalismo se caracteriza pelo conceito de verdade absoluta e inquestionável, porque expressa por Deus, da sociedade como organismo que deve por ela reger-se nas relações e dinâmicas sociais. Questionar a doutrina e a palavra seria o mesmo que questionar o próprio divino.

O autor afirma que a utilização e a interpretação da Bíblia como verdade absoluta, dissociada do seu contexto, apenas baseadas nas escrituras, podem gerar práticas impiedosas em nome de Deus.

“A experiência fundamentalista”, diz o autor, fabrica um olhar sobre o mundo, e o grande dilema é que fica inviabilizado, dificultando ou mesmo impossibilitando a abertura para diferenças que tal perspectiva religiosa não se reconhece com um olhar crítico para a própria doutrina” (VIEIRA, 2018. p. 96).

Por não conseguir estabelecer diálogos e contatos com outras entidades e espaços da sociedade, alimenta e propaga a intolerância e discurso de ódio, dificulta um pelo convívio com as diferenças. Sua constituição se dá principalmente a partir da articulação entre o medo e a culpa, sendo assim um risco iminente à democracia, aos direitos humanos e à diversidade humana.

Como lembra Regina Novaes (2001), cada ‘crente’ é um evangelizador, um militante que deve propagar sua fé. Essa forma de atuação das igrejas é evidente por buscar influenciar a sociedade como um todo, tanto a nível dos costumes sociais como da legislação do país. O conservadorismo dos costumes não pretende se limitar os religiosos, mas alcançar a sociedade como um todo. Na Câmara Federal, o discurso tem pretensão reguladora, fazendo referência a família tradicional e crítica às políticas de gênero e afetivas. Para Ronaldo Almeida (2020) “A sacralização da família tradicional é, sem dúvida, o signo de um amplo campo moral em questões relativas ao corpo, ao comportamento e aos vínculos primários” (p. 428). Marcelo Camurça (2020), assinala que os evangélicos pentecostais e neopentecostais possuem um conservadorismo ativo e não apenas reativo.

A situação atual parece confirmar que a ocupação dos espaços institucionais da política e do poder pelas lideranças das igrejas evangélicas vem acompanhada da obtenção de uma adesão fidelizada por parte da sua população de crentes. Estes incorporam a moralização como princípio para suas vidas, dividindo nesta ética rígida a realidade entre bem em oposição ao mal. (p. 93).

Os neopentecostais se organizaram principalmente contra os projetos de discriminação do aborto, da união civil entre homossexuais, da discriminação das drogas, da inclusão dos direitos sexuais. Estes declaram na esfera pública, a prioridade em elegerem candidatos que priorizam as pautas morais, atrelando a prerrogativa de ‘irmão vota em irmão’. Com isso se voltam contra o mesmo processo de democratização que os beneficiou no passado, se opondo principalmente aos avanços das pautas progressistas e sociais. Esta frente cristã conservadora/tradicional, por seus dogmas/princípios religiosos, contribuiu decisivamente para um projeto totalizante, organizado sob uma concepção hierárquico-autoritária da família, das etnias, das classes, da produção econômica.

A interação entre a mídia e a religião é uma dimensão importante neste assunto. Seja para discutir e compreender a expansão dos evangélicos, a entrada na esfera política, seus discursos públicos, ou sua atuação, em nível global ou local, não podemos desconsiderar as mídias, enquanto campo de atuação das igrejas. As igrejas evangélicas acompanharam de perto a evolução das telecomunicações. Inicialmente usaram os panfletos, jornais, depois o rádio, a TV para transmitir suas mensagens e rapidamente se adaptaram a era digital. Com o advento da internet e seu rápido desenvolvimento, sua capacidade de interação entre máquinas e pessoas, permite uma nova e maior interação entre os indivíduos, sendo assim capazes de modificar, as relações sociais, hábitos e culturas. As mídias não apenas cobrem ou transmitem religião ou ideias religiosas; elas ajudam a dar forma à religião contemporânea. As mídias oferecem um novo contexto de participação e experiências espirituais, individuais e coletivas, em especial as redes sociais, possibilitando uma interação entre fiéis, e líderes religiosos. Assim ocorre o cruzamento destas dimensões da vida social. “Muitas pessoas hoje não distinguem entre sua fé e as suas vidas midiáticas, pelo menos não de qualquer forma que afete seus comportamentos midiáticos” (HOOVER, 2014, p.57).

As maiores questões e tendências religiosas que são tão importantes hoje não podem ser plenamente abordadas e compreendidas sem atenção às mídias. [...] As características das mídias tornam-se particularmente acessíveis a tal papel, das mídias provém rico simbolismo, cultural visual, contextos e práticas mais relevantes de participação social e identidade, e oportunidades de fazer e refazer identidades e relacionamentos sociais para ajustar padrões de ideias e de ação em evolução. As mídias são, ademais, a fonte dominante e definitiva do que é social e culturalmente importante na modernidade” (p. 44).

A demanda por religião e espiritualidade têm aumentado para além da igreja física. Os fiéis buscam vivenciar a religião em outros espaços, seja para complementar a vivência nas igrejas ou para suprir necessidades pontuais. Como dissemos acima, as mídias sociais se

caracterizam como um novo espaço de interação, uma nova forma de vivenciar a religião. Mas também são instrumentos de organização e mobilização política. Atualmente os principais líderes evangélicos acumulam e mobilizam milhões de seguidores.

“Cada vez mais canais emergem na mídia tradicional e na digital, esfera on-line e de mídias sociais, um crescente mercado por uma variedade de conteúdos tem sido desenvolvido, diminuindo significativamente o que eram barreiras de entrada pela religião” (NOVAES, 2001, p. 12).

A comunicação é uma das mais importantes ferramentas do jogo político. As redes sociais se consolidaram como importante instrumento de mobilização nas campanhas eleitorais. Em uma eleição, disputam-se os corações e as mentes dos eleitores, e disputam-se narrativas, interpretações de fatos e histórias (GOMES; DOURADO, 2019).

## 5. METODOLOGIA

Para compreensão do papel das redes sociais na mobilização do eleitorado evangélico nos últimos pleitos presidenciais da república federativa do Brasil se faz necessário a utilização do método de pesquisa qualitativa. Comumente utilizada no campo das ciências humanas, unida à revisão bibliográfica a partir das produções já existentes no tange a nova conservadora brasileira e as interações mais recentes entre a religião e a política. Considerando que o nosso objeto de estudo encontra-se no espaço ciberespaço, para alcançar o objetivo do presente trabalho faz-se necessário coletar e analisar os dados disponíveis nas próprias redes sociais, usufruindo da Netnografia. “Netnografia é uma forma especializada de etnografia e utiliza comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet.” (SILVA, 2015. p.319).

Esse método foi desenvolvido pelo autor e professor de marketing da Universidade Iorque de Toronto Robert V. Kozinets (2014), em seu livro "Netnografia. Realizando o que chama de Pesquisa Etnográfica Online, seu objetivo foi estudar as culturas e comunidades digitais. Segundo o autor, “as conexões e alinhamentos online estão cada vez mais afetando nosso comportamento social como cidadãos, como consumidores, como amigos e família e como seres sociais” (KOZINETS, 2014. p.19).

Diferente da etnografia, neste método a interação entre o pesquisador e o objeto de estudo não é obrigatória, pois a pesquisa se dá por meio da Internet, especificamente nas redes sociais que o espaço virtual das interações entre indivíduos e grupos. Para Suelen de Aguiar Silva (2015), em seu guia teórico e prático, com a Netnografia:

[...] tem-se a possibilidade de encurtar as distâncias entre tempo e espaço, devido à própria dinâmica da Internet, em que os agrupamentos sociais estão dispostos em rede. Tais agrupamentos podem funcionar somente no espaço online, como também podem coexistir fora dele, no espaço off-line. O que é interessante perceber na apropriação dos pressupostos da etnografia é o caráter investigativo e de observação da realidade do outro que continua presente na netnografia (SILVA, 2015. p. 342).

Partindo da compreensão de que se tornaram um novo espaço de vivência da religião e de mobilização política, analisaremos as declarações nas mídias sociais durante as últimas eleições presidenciais de dois dos principais líderes religiosos neopentecostais, Silas Malafaia e Edir Macedo, a fim de investigar como utilização a autoridade pastoral, de símbolos e rituais para apoiar o então candidato Jair Messias Bolsonaro.

O levantamento destas informações terá como objetivo verificar qualitativamente quais principais redes foram utilizadas, como estas tornaram-se espaços de vivência religiosa e investigar a utilização da autoridade pastoral nas publicações. Também pretendemos comparar suas performances durante os pleitos que elegeram Bolsonaro (2018) e que resultaram na eleição de Luís Inácio Lula da Silva (2022).

Tratando-se de uma pesquisa no ambiente virtual, a coleta de dados se dá pela captura de tela das postagens e interações (*prints*) e por meio de gravações e anotações de todo o material que consideramos relevantes. Posteriormente seguiremos com a análise, e interpretação destes dados, e por fim objetivamos associar este em diálogo com nosso referencial teórico. A partir disso almejamos a coleta e análise de dados nas redes sociais no que se refere às publicações e interações entre os principais líderes religiosos Silas Malafaia (Assembleia de Deus Vida em Cristo) e Edir Macedo (Universal do Reino de Deus) com os seus seguidores.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ronaldo. Deus acima de todos. In: ABRANCHES, Sérgio et al. (Orgs.). **Democracia em risco?** 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019, p. 35-51.

BROWN, Wendy. **Nas ruínas do neoliberalismo.** Ascensão da política antidemocrática no ocidente. São Paulo: Editora Filosófica Politéia, 2019.

BURITY, Joanildo. (2018), “A onda conservadora na política brasileira traz o fundamentalismo ao poder?” In: ALMEIDA, Ronaldo. TONIOL, R. (org.). **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais.** Campinas: Editora da Unicamp.

FRESTON, Paul. **Protestantes e Política no Brasil:** da constituinte ao Impeachment. Campinas, 1993. (Tese de Doutorado. Departamento de Ciências Sociais. Universidade Estadual de Campinas)

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake News: um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, Vol. 16 Nº 2. Jul./Dez, 2019.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião; premissa para os campos acadêmicos e midiáticos. **C&S**, São Bernardo do Campo, v. 35, n. 2, p. 41-68, jan./jun. 2014

MENDONÇA, Antônio Gouveia. **Protestantes, pentecostais e ecumênicos.** O campo religioso e seus personagens. São Bernardo do Campo, SP: UMESP, 1997.

NOVAES, Regina. **A divina política. Notas sobre as relações delicadas entre religião e política.** Revista USP, São Paulo, n.49, p. 60-81, mar./maio 2001.

RUSSO, M.; OLIVEIRA, Gledson Ribeiro de. “Devagar e Sempre, com Fé em Deus”: Evangélicos cearenses nos censos demográficos. **Revista de Ciências Sociais**, 42(1),

129-150. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/450>. Acesso em: 5 maio. 2023.

VIEIRA, Henrique. **Fundamentalismo e extremismo não esgotam experiência do sagrado nas religiões**. In: GALLEGO, Esther. O ódio como política. A reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.p.94- 100.