

Atravessamentos religiosos nas campanhas eleitorais brasileiras: discursos, apelos e acenos na comunicação on-line de candidatos pastores e não pastores em 2020

Marcela Barba¹ 

Michele Massuchin² 

Atenta à relevância evangélica no cenário político nacional, esta pesquisa busca identificar como candidaturas são atravessadas por discursos, apelos e acenos de cunho religioso. Para tanto, analisam-se os conteúdos publicados no *Facebook* pelos candidatos a prefeito, cujos nomes de urna incluíam o termo pastor, durante o período eleitoral de 2020. Somam-se à pesquisa os posts de candidatos sem nomenclatura religiosa, a fim de verificar as distinções e semelhanças entre os grupos. Deste modo, são analisados, com base na análise de conteúdo, 5035 posts. Como resultados, foram identificados elementos que os aproximam, como temas de políticas públicas. Já os acenos religiosos e temas ético-morais são mais valorizados pelos pastores. Ao se focar nas especificidades do grupo eclesial, verifica-se que a ênfase no atravessamento religioso se diferencia de acordo com a classificação ideológica partidária.

Palavras-chave: eleições 2020; *Facebook*; religião; candidatos pastores; análise comparativa

Introdução

O Brasil, ainda que seja um país majoritariamente católico (Pew Research Center, 2014), presencia a ascensão dos evangélicos³, em especial do segmento pentecostal, frente à política nacional, desde a última redemocratização em 1985 (Silva, 2017). Verifica-se uma expressiva e crescente presença evangélica no cenário político brasileiro, a exemplo da Frente Parlamentar Evangélica (FPE) no Congresso Nacional, e de como esse núcleo religioso se sobressai nas eleições municipais. Em 2020, por exemplo, houve um

¹ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF). Niterói (RJ), Brasil. Bolsista CAPES. E-mail: <marcelabarba@id.uff.br>.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba (PR). E-mail: <mimassuchin@gmail.com>.

³ O termo “evangélico” usado nesta pesquisa é empregado em um contexto geral, abarcando as diversas ramificações da religião evangélica. Há consciência de que as denominações desse segmento cristão possuem relevantes distinções (Freston, 1993), porém para este artigo interessa-nos especialmente os traços de grupos que estão mais associados à política e à mídia, os quais são notadamente pentecostais – incluindo, da mesma forma, suas ramificações (Mariano, 2011; Martino, 2017; Cunha, 2019).

aumento considerável dos candidatos que se identificavam com nomes de urna religiosos em relação às outras eleições (Riveira; Lago, 2020; Santos, 2020).

A transformação vivenciada nos quadros socioculturais e políticos das décadas de 1990 e 2000 está relacionada a fenômenos identificados por Cunha (2019) como, por exemplo, a ocupação expressiva nos espaços midiáticos tradicionais e intensa atuação nas mídias sociais, o que pode ser transportado para as disputas eleitorais. Em relação à atuação política desse grupo religioso, menciona-se a afinidade que ele tem com as ferramentas de comunicação, além do lançamento estratégico de candidatos (Oro, 2003). Assim, encontra-se no líder religioso um candidato que tem possibilidade de usar de maneira mais eficiente os meios de comunicação em períodos de campanha eleitoral, uma vez que detém habilidades comunicacionais prévias. Logo, atentar para a atuação de lideranças evangélicas no período das eleições é uma forma não apenas de verificar como se dá o uso das mídias pelos candidatos político-religiosos, mas, principalmente, de compreender como aspectos religiosos atravessam a esfera relativa às disputas eleitorais.

Considerando, portanto, o cenário de ascensão e relevância dos evangélicos no cenário político nacional das últimas décadas, sua relação prévia com o campo midiático e, também, o destaque que a própria religião tem ocupado nas decisões e opiniões dos brasileiros (Prandi; Santos, 2017), esta pesquisa se propõe a analisar como aspectos religiosos ganham relevância na corrida eleitoral a partir da comunicação digital realizada pelos candidatos. Para tanto, são analisados os conteúdos publicados no *Facebook* pelas páginas dos candidatos a prefeito, cujos nomes de urna⁴ incluam o termo pastor, durante o período de campanha eleitoral em 2020 em todo o Brasil. Destaca-se que a campanha no ambiente das redes sociais, regulamentada a partir de 2010, é um espaço no qual candidatos possuem mais autonomia em relação aos partidos políticos, o que possibilita estratégias próprias de organização dentro da disputa eleitoral – e a ampliação do peso da religião nas candidaturas –, e que tem sido amplamente utilizado nas eleições pelo menos ao longo da última década no Brasil (Aggio; Reis, 2013; Braga, 2013; Aggio, 2015; Massuchin; Tavares, 2015; Massuchin; Silva, 2019; Mezzomo; Anjos; Pátaro, 2020a).

Para identificar se o aspecto religioso é um diferencial desse grupo que carrega a nomenclatura no nome de urna, somam-se ao *corpus* da pesquisa conteúdos publicados no *Facebook* por candidatos a prefeito sem titulação eclesial em seu nome de urna e sem apresentação de pistas que os caracterizem como lideranças religiosas, sendo aqui chamados de “não pastor”, como forma de simplificar sua identificação. Esses candidatos são dos mesmos municípios dos pastores analisados e têm como característica o fato de terem sido os mais bem posicionados na disputa. Com

⁴ Observa-se que os pastores aqui analisados não são necessariamente lançados como candidatos oficiais de suas igrejas, dado que o foco desta pesquisa é estudar o candidato que usa a titulação eclesial como pista religiosa, uma forma de acenar à um relevante “território de caça” (Panebianco, 2005), os fiéis cristãos.

esse recorte que reúne os dois grupos citados, a pesquisa visa responder a seguinte questão: a partir de conteúdos divulgados em páginas oficiais do *Facebook*, que características padronizam ou diferenciam as campanhas de candidatos a prefeito, cujos nomes de urna incluam o termo pastor, dos demais pleiteantes nas eleições de 2020?

Desse modo, tem-se como objetivo principal identificar, de forma comparativa, como as candidaturas de pastores e não pastores são atravessadas por discursos, apelos e acenos de cunho religioso no cenário digital. E como objetivos específicos tem-se: a) mapear as semelhanças e divergências entre os grupos; b) compreender de que modo a condição de religioso se apresenta nos conteúdos no que diz respeito aos temas abordados, ao tipo de apelo e à presença de atravessamentos em seus conteúdos publicados no *Facebook*; e c) comparar os candidatos religiosos a partir de diferentes grupamentos ideológicos partidários.

Essa estratégia analítica serve como um medidor do acionamento da religião na campanha eleitoral, a fim de verificar se ele se dá igualmente entre os dois perfis de candidatos ou se é priorizado justamente pelo segmento religioso. Como a religião é um fator relevante nos contextos político e social brasileiros (Camurça, 2019), poderia ser um fator acionado por todos os candidatos. Assim, para saber se a trajetória eclesiástica efetivamente importa para o uso de aspectos religiosos, é preciso um grupo distinto para compreender o peso da variável em relação aos demais candidatos. Note-se, portanto, que é possível encontrar a intersecção entre política e religião em diversos candidatos (Carvalho Junior; Oro, 2018), mas o nome de urna já é um forte indicador do peso da religião sobre as candidaturas. A comparação dos conteúdos veiculados pelos pastores, especificamente a partir de seus diferentes agrupamentos partidários, visa ampliar a análise sobre o grupo eclesiástico para entender, também, possíveis elementos internos ao grupo. Isso permite observar se a ideologia partidária impacta em suas formas de atuação quando se trata do uso mais efetivo de aspectos atrelados à religião, evidenciando, por exemplo, se há peso do partido e intersecção entre espectro ideológico e religião.

Este artigo divide-se em quatro seções, sendo a primeira teórica, na qual discorre-se sobre a presença dos evangélicos na política e são apresentadas as hipóteses de pesquisa. Em seguida, é indicado o percurso metodológico, o qual tem por base a análise de conteúdo (Bauer, 2008) de 5035 publicações, sendo 1950 veiculadas pelos pastores e 3085 pelos não pastores, que foram analisadas a partir das seguintes variáveis: apelo ao voto, tipos de apelo ao voto, temas, atravessamentos religiosos e elementos religiosos específicos. Segue-se, então, para exposição e discussão dos resultados, os quais dividem-se em dois eixos: (1) a comparação dos temas, apelos, atravessamentos e elementos religiosos entre os dois grupos de prefeituráveis aqui analisados – pastor e não pastor, e (2) com foco especificamente no grupo de pastores, verifica-se se há distinções nos acionamentos a temas e atravessamentos religiosos considerando suas classificações ideológicas partidárias. Por último, segue-se para as considerações finais.

Os evangélicos na política: das igrejas para as disputas eleitorais

A religião representa um elemento de destaque no Brasil, dado verificado pela expressividade no número de religiosos no país. Segundo o último Censo, realizado em 2010 pelo IBGE (2012), apenas 8% da população se declaravam sem religião, enquanto 87% se dividiam entre evangélicos (22%) e católicos (65%). Ressalta-se que, em 2020, há uma alteração nesses números, indicando a queda da abrangência católica, condensando-se a 50% dos brasileiros, e crescimento evangélico, agora 31% da população, conforme dados do Instituto Datafolha (Ballousier, 2020). Soma-se a essas informações o elevado grau de confiança que a Igreja⁵ tem perante a população, já que é considerada uma das três instituições com maior índice de confiança no país, à frente do governo e dos meios de comunicação (Ibope, 2019).

Ressalta-se que, antes da redemocratização, os pentecostais mantinham-se afastados da política, sendo que o lema pregado por eles era “crente não se mete em política”. Depois, foi substituído por “irmão vota em irmão”, como uma resposta aos rivais eclesiais que difundiam “católico vota em católico”. O motivo para essa mudança seria o receio de que a Igreja Católica pudesse ampliar seus poderes junto ao Estado por meio da nova Constituição, e a busca por concessões de emissoras de rádio e tevê bem como de recursos públicos para suas igrejas e associações (Mariano, 2011). Justifica-se, ainda, seu inesperado ativismo político “com a alegação de que urgia defender seus interesses institucionais e seus valores morais contra seus adversários católicos, homossexuais, ‘macumbeiros’ e feministas na elaboração da carta magna” (Mariano, 2011, p. 250). A partir desse argumento, as questões morais, como descriminalização do aborto e direitos LGBTQIA+, figuram entre as pautas combatidas em nome da defesa da moral cristã e da família (Tadvald, 2015; Quadros; Madeira, 2018) e que vão aparecer nas disputas eleitorais.

Note-se que a participação dos evangélicos no Congresso Nacional já ocorre a partir das eleições de 1982, pleito no qual 12 candidatos desse grupo foram eleitos deputados federais, sendo dois deles pentecostais. Na disputa seguinte, em 1986, o total de parlamentares eleitos sobe para 32, sendo 18 pentecostais (Tadvald, 2010). Inicia-se, ali, a participação direta dos evangélicos na política (Tadvald, 2015). E, além de seu destaque em pleitos nacionais, a exemplo da presença no Congresso Nacional da FPE, esse segmento religioso também se sobressai nas eleições municipais, foco deste artigo. Os pleitos de 2012, 2016 e 2020 revelam que, entre os candidatos que optaram por incluir em seu nome de urna termos que distinguissem seus cargos religiosos, a presença de pastores foi massiva (Tabela 1). É importante notar que, embora em menor número, há presença também de apóstolos e bispos, expandindo a presença evangélica nas disputas eleitorais.

⁵ O foco nas igrejas, nesta seção, serve como uma forma de contextualizar o envolvimento religioso na política, dado que não é objetivo deste artigo o estudo das atuações da instituição Igreja, mas sim do pastor que aproveita a pista religiosa para adentrar a disputa eleitoral.

A tabela inclui os candidatos a prefeito, vice-prefeito e vereador nas três eleições locais, o que dá a dimensão da migração de atores religiosos nas disputas, especialmente pastores.

Tabela 1 – Candidatos(as) religiosos(as) nas eleições municipais brasileiras em 2012, 2016 e 2020

Eleição	Apóstolo(a)	Bispo(a)	Padre	Pai/mãe de santo	Pastor(a)
2012	3	93	215	4	3569
2016	10	88	166	4	3662
2020	26	182	159	3	4801
Total	39	363	540	11	12032

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do TSE.

Nessas três últimas eleições majoritárias, neste caso considerando apenas a disputa para o cargo de prefeito (Tabela 2), observa-se que enquanto o número de padres apresenta queda, o de pastores aumenta entre 2012 e 2020, o que indica a constância de pastores nas disputas municipais das últimas eleições. Assim, justifica-se estudar a campanha a partir do recorte desses candidatos como uma oportunidade de examinar como esse grupo se apresenta aos eleitores, evidenciando ou não elementos inerentes à sua trajetória no campo religioso.

Tabela 2 – Candidatos(as) religiosos(as) a prefeito(a)⁶

Eleição	Bispo(a)	Padre	Pastor(a)
2012	0	71	53
2016	1	37	51
2020	2	33	61
Total geral	3	141	165

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do TSE.

No que tange aos partidos, cabe evidenciar que os pastores se distribuem em diferentes legendas, em decorrência do próprio sistema eleitoral (Rodrigues-Silveira; Cervi, 2019). São candidatos que se apresentam desde as legendas confessionais até as enquadradas como seculares, a exemplo dos deputados federais pastores e membros da Frente Parlamentar Evangélica: Pastor Gil, do PL – partido secular de direita; Pastor Sargento Isidório, do Avante⁷ – partido personalista; e Pastor Marco Feliciano, que esteve

⁶ As titulações apóstolo e pai/mãe de santo não foram encontradas em nenhum dos três anos de eleições a prefeito aqui apresentados.

⁷ Em setembro de 2017, foi aprovada pelo TSE a alteração do nome do Partido Trabalhista do Brasil (PTdoB) para Avante.

filiado ao Republicanos entre 2020 e 2021⁸ – partido confessional de direita⁹. Desse modo, a capilaridade indica que o perfil de candidato religioso tem espaço para ascender em diferentes legendas e perfis ideológicos, ora inclinados mais à direita, ora ao centro e alguns até mesmo à esquerda.

Embora o Brasil não tenha um partido integralmente religioso, há os identificados como confessionais de direita, os quais “baseiam a sua ideologia ou programa explicitamente em concepções religiosas e/ou estão ligados a igrejas e a movimentos com forte apelo conservador (“pró-vida”, “pró-família” etc.)” (Codato; Berlatto; Bolognesi, 2018, p. 879). Seguindo a classificação que Coppedge (1997) propôs para os sistemas de partidos latino-americanos, Codato, Berlatto e Bolognesi (2018) incluem os partidos PEN, PHS, PR, Republicanos¹⁰, PSC e DC¹¹ na categoria político religiosa. Sublinha-se que o Republicanos é um partido diretamente controlado pela Igreja Universal do Reino de Deus (Carvalho Junior; Oro, 2018; Cerqueira, 2021), o que indica o acercamento das Igrejas na política.

Salienta-se que o capital organizacional das Igrejas é fator relevante aos partidos políticos, uma vez que “o candidato da igreja leva consigo uma base eleitoral previamente constituída pelos fiéis; a rede de templos, utilizados como locais de campanha; e seus próprios *brokers*, representados por seus pastores” (Cerqueira, 2021, p. 5). Esses elementos sinalizam aos partidos “uma máquina eleitoral de baixo custo e independente da máquina partidária” (Tanaka, 2018, p. 93). Atenta-se que, além dessa troca com os partidos, “tendo um capital eleitoral significativo, desde 1989, igrejas são procuradas por candidatos aos cargos executivos” (Borges; Babireski; Bolognesi, 2017, p. 4), uma vez que possuem acesso facilitado a um público que constitui um relevante “território de caça” (Panebianco, 2005, p. 25).

O cenário revela, portanto, como a religião perpassa as questões políticas, desde a presença de lideranças eclesiais nas disputas eleitorais a sua presença nos partidos políticos, sendo estes confessionais ou não, e com tendência a concentrarem-se no espectro ideológico de direita (Freston, 1993). Propondo ampliar a discussão acerca desses interseccionamentos entre religião e política, especialmente no que tangencia a vertente evangélica, a subseção a seguir explora as atuações de religiosos como candidatos, a partir da comunicação eleitoral e da mediação das tecnologias.

⁸ Em 26 de agosto de 2021, é comunicada a filiação do Pastor Marco Feliciano ao PL.

⁹ Essas classificações partidárias seguem a organização de Coppedge (1997), atualizada e apresentada por Codato, Berlatto e Bolognesi (2018).

¹⁰ Em agosto de 2019, foi aprovada pelo TSE a alteração do nome do Partido Republicano Brasileiro (PRB) para Republicanos.

¹¹ Em 2017, o Partido Social Democrata Cristão (PSDC) pede ao TSE mudança de nome para Democracia Cristã (DC).

Religiosos e a comunicação política em períodos eleitorais

O período eleitoral é um momento frutífero para acompanhar os imbricamentos entre política, religião e mídia no Brasil (Martino, 2015), pois é possível encontrar religiosos nas figuras de candidatos ou apoiadores. Ao olhar especificamente ao político religioso, é importante lembrar como os evangélicos, segmento de interesse desta pesquisa, compõem um grupo que sabe o valor da mídia e possuem ampla experiência retórica. Logo, candidatos religiosos podem aproveitar o espaço da campanha eleitoral, seja televisiva ou digital, para divulgar suas candidaturas a um público além dos fiéis convertidos, indo ao encontro de um contexto mais conservador na política brasileira (Rocha; Rabelo, 2018) e também de um eleitor que define suas percepções a partir de atravessamentos da Igreja (Prandi; Santos; Bonato, 2019).

Concernente às investigações sobre candidatos evangélicos, Mezzomo, Anjos e Pátaro (2020b) abordam a campanha, no *Facebook*, de doze pleiteantes vinculados à Assembleia de Deus na eleição para deputado estadual do Paraná, em 2018. Como resultado, observaram que as referidas campanhas apresentam a religião de modo central, mas os conteúdos não são sistemáticos e caracterizam-se por serem plurais e descentralizados. Com foco na campanha eleitoral televisiva, Alves e Cassotta (2020) investigaram os programas eleitorais veiculados no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), dos anos 2010, 2014 e 2018, dos evangélicos eleitos para deputado federal por São Paulo e identificaram que “os sentidos mobilizados nas campanhas dos candidatos são, em resumo, dois: a oferta eleitoral comum, independentemente de partido pelo qual se candidata e da denominação religiosa, baseada na preservação de valores tradicionais” (Alves; Cassotta, 2020, p. 54).

Vale ressaltar, ainda no campo da análise de políticos religiosos, o estudo de Mezzomo e Pátaro (2019) sobre os acionamentos religiosos presentes nas campanhas de 26 candidatos à Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP), em 2014. Os autores constataram, em todas as denominações religiosas (católica, evangélica e afro-brasileira), atravessamentos religiosos, por meio de vestes e aparência, símbolos e adereços, linguagem (passagens bíblicas), materiais de campanha, espaços religiosos, pautas de campanha (como as ligadas à moralização religiosa), entre outros. Nas eleições municipais de 2016, atentando-se a todas as capitais brasileiras, Carvalho Junior e Oro (2018) investigaram a atuação dos candidatos ao Executivo e Legislativo municipais, que acionaram seu pertencimento religioso na campanha. Os autores verificaram que “em todas as regiões brasileiras a maior incidência de candidatos que explicitaram o seu pertencimento religioso provém do campo cristão, com destaque para o evangélico e talvez em menor importância o católico” (Carvalho Junior; Oro, 2018, p. 57–58). Candidatos

desses segmentos religiosos¹² também enfatizaram temáticas de cunho ético-moral, como “defesa da família”, da “moral” e “contra corrupção”.

É pertinente destacar que o perfil de atuação religiosa, em nome da “moral” e da “família”, se deu em diversos países da América Latina ao longo de 2018. Mariano e Gerardi (2019) indicam como o ativismo religioso, especialmente no caso brasileiro, se deu por lideranças evangélicas considerarem Bolsonaro o representante de seu valores, capaz de vencer o petismo e o comunismo, assim como a perseguição aos cristãos e a destruição da família.

Apesar de a campanha eleitoral se dar em distintos espaços, como observado, para este artigo importa a campanha que se dá a partir das redes sociais digitais. Além de seu destacado alcance, as redes se caracterizam por ser uma ferramenta que permite a comunicação direta entre candidato e eleitor, sem a limitação de tempo imposta aos partidos no HGPE. Sua importância é vista, por exemplo, em pesquisas que trazem as campanhas eleitorais on-line frente ao debate da comunicação política no cenário brasileiro (Aggio; Reis, 2013; Massuchin; Tavares, 2015; Murta et al., 2017; Alves dos Santos Junior; De Albuquerque, 2019; Murta; Magalhães; Pimentel, 2019), inclusive abrangendo a pauta religiosa (Ortunes et al., 2019; Cesar, 2019; Mezzomo; Anjos; Pátaro, 2020b; Santos; Massuchin, 2020).

No Brasil o uso das redes sociais como recurso digital é autorizado a partir das eleições presidenciais de 2010, pleito no qual, conforme Aggio (2015), já chama a atenção o uso do *Twitter* por parte dos presidentiáveis. Vê-se aqui como o interesse pelos estudos sobre campanha on-line não se limita ao contexto local, assim como indica a relevância das mídias desde eleições da década passada. A consolidação do uso das redes sociais nas campanhas eleitorais ocorre a partir dos anos de 2014 e 2016, dado que, segundo Braga e Carlomagno (2018), virtualmente todos os eleitoráveis a cargos majoritários e elevado número dos que disputavam os proporcionais usaram a internet em suas campanhas naqueles anos. Salienta-se que o *Facebook* é a mídia social que apresenta uma preferência crescente pelos eleitoráveis, superando o *Twitter* em número de candidatos e seguidores a partir de 2014. Em primeiro lugar, em número de visitas, o *Facebook* ostenta um alcance de 94,5% sobre o total da população digital (Grupo de Mídia, 2020), o que justifica o recorte do objeto deste artigo. Em seguida há o *Instagram* e o *Twitter*, com 76,6% e 48,6% de alcance respectivamente¹³. Salienta-se que essas mídias têm como característica a facilidade de criação e compartilhamento de conteúdo, sejam textos, fotos ou vídeos. Neste último caso, ainda há opção de veicular conteúdos previamente gravados e editados ou por meio de *streamings* ao vivo, sendo estes compreendidos como “uma significativa

¹² Sublinha-se que os “católicos na maioria dos casos só assumem atitude militante comparável a dos evangélicos quando estão ligados a movimentos como a Renovação Carismática Católica” (Carvalho Junior; Oro, 2018, p. 63).

¹³ Embora esta pesquisa tenha como recorte a atuação dos candidatos no *Facebook*, rede social com mais adeptos no Brasil, compreende-se que os candidatos podem também ter realizado suas campanhas em outras redes, a exemplo do *Instagram* e *Twitter*.

reconfiguração de características típicas do modelo massivo da televisão” (D’Andréa, 2015, p. 70).

Ao pesquisar as campanhas eleitorais de 2020, é importante destacar que ela ocorreu no contexto da pandemia da COVID-19, a qual implicou decretos de quarentena e indicações de distanciamento físico à população¹⁴, afetando, até mesmo, a data das eleições, o que, por sua vez, acarretou mudança do calendário de HGPE e da campanha na internet. Com base nesse cenário, compreende-se que as mídias digitais representaram uma valiosa ferramenta para a comunicação entre candidatos e eleitores, uma vez que a campanha se desenvolveu sob uma perspectiva de indicação ao distanciamento físico, evitando aglomerações típicas de eleições tradicionais, tais como passeatas e comícios.

A partir da intersecção entre religião, eleições e comunicação anteriormente apresentada, três hipóteses de pesquisa foram elaboradas. Como visto na seção anterior, o engajamento evangélico na esfera política caracteriza-se por sua oposição à modernização dos costumes, sobretudo no campo da sexualidade (Prandi; Santos, 2017), como direitos LGBTQIA+ e descriminalização do aborto (Tadvald, 2015). Baseada nessas pautas, que se assemelham às justificativas utilizadas pelos neopentecostais, na década de 1980, para se aproximarem da arena política (Mariano, 2011), esta pesquisa traz como primeira hipótese que:

H1 – Os pastores candidatos a prefeito se diferenciam dos não pastores mediante maior ênfase a temas e apelos ético-morais.

Embora a literatura aponte a ênfase moral nas disputas, como descrito nessa primeira hipótese, no âmbito da análise de campanhas eleitorais evangélicas, ao examinar o uso direto da religião e suas denominações como objetos centrais de campanha, constata-se um perfil mais comedido. Exemplo disso está no, já mencionado, estudo de Alves e Cassotta (2020) que identificaram campanhas com destaque à preservação de valores, mas ofertas eleitorais comuns. Ao mesmo tempo, Mezzomo, Anjos e Pátaro (2020b) também verificaram campanhas não sistemáticas, ainda que trouxessem alguns elementos religiosos aos seus conteúdos. Tais resultados revelam campanhas de perfis diversificados, combinando acenos morais e religiosos, mas pouco – ou nada – se fala sobre congregações específicas. Logo, tem-se como segunda hipótese que:

H2 – A denominação religiosa se apresenta por meio de acenos à religiosidade veiculados nas publicações dos pastores, mas não é expressa de modo central nos conteúdos por meio de vínculos a congregações.

¹⁴ Ver em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/04/06/doria-prorroga-quarentena-em-sp-ate-22-de-abril.ghtml>>, <<https://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2021/03/12/covid-19-flavio-dino-prorroga-decreto-e-suspende-atividades-de-bares-e-restaurantes-em-sao-luis.ghtml>>. Acesso em: 30 out. 2021.

Em sequência, recorda-se a descentralização partidária dos evangélicos na política (Rodrigues-Silveira; Cervi, 2019), conforme exposto na seção anterior, da tendência a apresentar um perfil de candidato que opta por campanhas personalistas – característica que não é exclusiva da vertente confessional – e do uso de pistas religiosas que tendem a atrair os votos de eleitores evangélicos (Lacerda, 2017), independentemente do partido político. Ressalta-se, ainda, que os religiosos candidatos trazem como diferencial um personalismo que tende “a representar com maior frequência o mundo religioso e não o mundo partidário” (Borges; Babireski; Bolognesi, 2017, p. 18). Assim, tem-se como terceira hipótese que:

H3 – A filiação partidária não diferencia discursos mais ou menos religiosos dos candidatos pastores, ainda que os partidos confessionais de direita sejam aqueles mais ligados às Igrejas e aos movimentos conservadores.

Isto posto e objetivando introduzir a análise a ser realizada, a próxima seção traz o detalhamento dos protocolos metodológicos empregados na pesquisa.

Percurso metodológico

Com a finalidade de apresentar os resultados e testar as hipóteses apresentadas, esta pesquisa se desenvolveu por meio do mapeamento de todos os candidatos religiosos a prefeito, nas eleições de 2020, no site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Os termos buscados na categoria “nome de urna” foram: pastor, pastora e pr. O foco no nome de urna permite um recorte sistematizado de um cenário mais propício para a presença dos discursos religiosos na campanha eleitoral, ainda que outros candidatos pudessem compartilhar dessa mesma agenda mesmo sem essa nomenclatura.

A partir dessa seleção que revelou 61 prefeituráveis em 2020, realizou-se um levantamento sobre quais deles possuem páginas oficiais no *Facebook*, seguindo para a coleta de todas as suas publicações feitas no período eleitoral de 2020 (26/09/20 a 15/11/20). Foram encontrados 33 pastores com páginas oficiais no *Facebook*, mas apenas 31 publicaram algum conteúdo durante o período eleitoral. Ao todo, 1950 conteúdos foram veiculados nos 45 dias de campanha oficial. Para que se pudesse diferenciar as características dos pastores em disputa, a pesquisa também analisou candidatos não pastores selecionados nos mesmos municípios e com a maior votação naquele pleito. Este grupo somou 3085 posts¹⁵, e a soma dos dois grupos de candidatos totalizou 5035 publicações.

¹⁵ Observa-se que o candidato Moacir Olivatti (Cidadania), do município de Nova Esperança-PR, deletou sua página do *Facebook*. Dentre as suas 34 publicações, 17 vídeos não foram considerados por estarem fora do ar no período da coleta.

Após a coleta dessas publicações, utilizando a ferramenta *Facepacer*, a pesquisa seguiu para a codificação dos materiais levantados. Esse processo foi realizado com base na perspectiva de Bauer (2008) sobre a análise de conteúdo quantitativa, incluindo frequências simples, cruzamento entre variáveis e testes estatísticos (Qui-quadrado e resíduos padronizados). As variáveis codificadas manualmente são: 1) apelo ao voto; 2) tipo de apelo; 3) temas; 4) atravessamentos religiosos; 5) elementos religiosos; e 6) citações diretas à religião.

A variável apelo ao voto identifica solicitações diretas de voto, como a frase “vote em mim”, “vote 70” (Cervi, 2010). Quando há apelo, observa-se na sequência se tem algum apelo específico, como questões ideológicas/partidárias, minorias, moral/valores ou se é diretamente religioso. Esse é um elemento importante para medir a presença de discursos morais, como identificado por Guadalupe (2019), nesse tipo de candidato. Ressalta-se que essa variável é adaptada de Miguel (2010) e Cervi (2010), que a aplicaram para a observação dos conteúdos do HGPE.

No quesito temas, havia um total de 31 possibilidades, as quais posteriormente foram distribuídas em cinco categorias: 1) políticas públicas, se é voltado a questões como segurança, saúde, infraestrutura, educação, economia e emprego, combate à corrupção, minorias, esporte e lazer ou outra política pública; 2) imagem da cidade, do candidato, partido, adversário ou eleitor; 3) discurso religioso ou ético moral, considerando tradição, costumes, honestidade e corrupção (esta quando não relacionada à política pública, a exemplo de candidatos que apenas se declaram “ficha limpa”); 4) diferentes tipos de meta campanha, como pesquisa eleitoral, cenas externas da campanha, apelos ao engajamento do eleitor, agenda, debate e irregularidades. Trata-se de uma adaptação importante para medir o foco dos discursos religiosos em comparação, inclusive, com a ênfase nas políticas públicas; 5) por fim, verifica-se se a publicação é apenas uma forma de presença, como datas comemorativas, contagem regressiva ou outra temática que não se enquadra nas demais possibilidades.

Soma-se a essas variáveis, a codificação de elementos específicos por meio da variável ausência/presença. Nesse ponto, a religião não é necessariamente o foco central do conteúdo, como é quando observado na temática religiosa, por exemplo, que se trata do post todo tendo aquele assunto como central. São detalhes e nuances que se interseccionam com outros assuntos centrais das postagens. Inicialmente observa-se se há pelo menos um atravessamento religioso – seja no texto ou na fala do candidato – considerando também cenário religioso e/ou personalidade religiosa. Segue-se, então, para a observação específica desses elementos, os quais denotam acenos à religião: citações à Bíblia Sagrada (como versículos), menções ao cristianismo e gesticulações religiosas (a exemplo de mãos ao alto em oração). Destaca-se que um mesmo post pode ter mais de um desses elementos, já que alguns se encontram no campo visual e outros na escrita, a exemplo de elementos vistos na página do deputado Marco Feliciano no

Facebook, que incluem citações bíblicas e gesticulações religiosas¹⁶. Outra variável observada é a menção direta à religião. Verifica-se se o candidato cita ao menos uma religião de forma direta em seu conteúdo, considerando as seguintes opções: não cita nenhuma, cita a religião evangélica, religião católica, outra religião ou mais de uma. A presença dessas especificidades coopera para o reconhecimento da intensidade que os candidatos atribuem à religião, como visto na pesquisa de Mezzomo e Pátaro (2019) sobre os acionamentos religiosos presentes na disputa à ALEP em 2014. Recordar-se que os autores consideraram elementos similares aos examinados nesta pesquisa, como símbolos, espaços religiosos, entre outros.

Temas, apelos e atravessamentos religiosos: comparando pastores e não pastores

Inicia-se a análise abordando as variáveis apelo ao voto e temas, as quais dialogam com a primeira hipótese desta pesquisa, concernente à ênfase a questões ético-morais entre os pastores. Incluem-se, ainda, os atravessamentos religiosos e menções à religião que são analisados para testar a segunda hipótese, relativa ao destaque aos atravessamentos e à omissão de denominações religiosas específicas.

Tabela 3 - Frequência e percentual de apelo ao voto nas publicações

Apelo ao voto	Pastor			Não pastor			Total	
	N	%	Resíduo Padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%
Ausência	1424	73,0	-2,4	2491	80,7	1,9	3915	77,8
Presença	526	27,0	4,4	594	19,3	-3,5	1120	22,2

Sig: 0,000 | qui-quadrado: 41,168

Fonte: Elaboração própria.

O apelo ao voto (Tabela 3), variável que indica a solicitação direta de apoio aos eleitores, tem como característica principal o fato de não ser acionado na maioria das publicações dos candidatos. Está presente em 27% dos conteúdos dos pastores e 19% dos não pastores. Ainda que o apelo ao voto não tenha sido majoritário entre as publicações, é importante destacar que há uma associação estatisticamente significativa (0,000), uma vez que os pastores tendem a apelar mais ao voto (Resíduo padronizado = 4,4) que os não pastores (Resíduo padronizado = -3,5). Portanto, é uma característica típica dos pastores e menos relacionada aos demais candidatos.

Quanto às especificidades desses apelos (Tabela 4), nota-se que são predominantemente não tipificados, somando 90% das publicações entre os pastores e 95% entre os não pastores. Os casos pontuais identificados são especialmente os de

¹⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/PastorMarcoFeliciano/photos/2206095909530416>>. Acesso em: 25 out. 2021.

associação a moral e valores, representando 7% dos pastores e 4% entre o grupo sem nomenclatura religiosa. Exemplos desses casos podem ser observados no discurso do cantor Tuca Nascimento pedindo voto ao Pastor Jezaías (PL), em que ele diz: “vamos votar em pessoas comprometidas com a família”¹⁷. Já o pastor Leonardo Luz (PRTB) declara de modo veemente para que votem no “28 para um Brasil mais conservador”¹⁸.

Tabela 4 - Frequência e percentual de tipos de apelo ao voto

Tipos de apelo	Pastor		Não pastor		Total	
	N	%	N	%	N	%
Não tipificado	472	90	587	99	1059	95
Consciente	9	2	0	0	9	1
Ideológico	0	0	1	0	1	0
Religioso	10	2	1	0	11	1
Moral/valores	35	7	5	1	40	4
Total	526	100	594	100	1120	100

Fonte: Elaboração própria.

No quesito puramente religioso, é possível observar no discurso de um eleitor do Pastor Gil (Cidadania) a afirmação “cristão vota em cristão”¹⁹, mensagem similar à divulgada pelo Pastor Alex Cerqueira (PSC) de que “irmão que é irmão vota no melhor”²⁰. Essas declarações remetem à justificativa da participação dos evangélicos na política, quando atualizaram o lema “crente não se mete em política” para “irmão vota em irmão” (Mariano, 2011). A substituição da palavra irmão, com conotação mais evangélica, pela palavra cristão engloba demais religiosos e, possivelmente, mais eleitores.

Ainda que o apelo ao voto tenha sido usualmente não tipificado entre os pastores e entre os não pastores, com enunciados que se limitavam a variações de frases do tipo “vote em mim”, “vote 15”, os exemplos dispostos acima, observados nas páginas dos pastores Gil (Cidadania) e Alex Cerqueira (PSC), revelam como os casos que se destacam para além dos não tipificados são aqueles que se relacionam à pauta moral, proporcionalmente mais frequentes no grupo dos pastores. Note-se, no entanto, que esse aceno à moral também vai ao encontro de um contexto mais conservador na política brasileira (Rocha; Rabelo, 2018) de forma geral, o que colabora para a interpretação do interesse do grupo de não pastores em aproveitar também esse tipo de apelo, mesmo que em menor quantidade. No caso específico dos líderes religiosos, pode-se somar ainda o

¹⁷ Vem em: <<https://www.facebook.com/pastorjezaias/posts/186305249731186>>. Acesso em: 25 out. 2021.

¹⁸ Ver em: <https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=3002627309964425>. Acesso em: 25 out. 2021.

¹⁹ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=394702475012744>>. Acesso em: 30 out. 2021.

²⁰ Ver <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=159618919189812&id=109786240839747>. Acesso em: 30 out. 2021.

histórico conservador que a atuação evangélica tem na política, como visto no alinhamento de parlamentares da Frente Parlamentar Evangélica quando o tema em questão relaciona-se à agenda moral (Prandi; Santos, 2017).

Seguindo para a análise dos temas em destaque (Tabela 5), variável que indica o teor do conteúdo veiculado, observa-se que a ordem de preferência dos dois grupos é similar: meta campanhas em primeiro lugar, seguido por imagem e políticas públicas. Embora a ordem de preferência se aproxime entre os grupos, é importante frisar que há uma variação estatisticamente significativa entre eles (0,000), visto que a ênfase dada a determinadas categorias se diferencia, a exemplo dos resíduos padronizados apresentados nas categorias imagem e meta campanha. Ressalta-se que nessa variável os discursos ético-morais e religiosos se configuram como a categoria que apresenta maior distanciamento entre os eleitoráveis, uma vez que os pastores a destacam notadamente em relação aos não pastores, sendo um dos principais achados desta pesquisa quanto à caracterização dos discursos. Apesar de os discursos religiosos e/ou ético-morais não serem o principal conteúdo das contas dos pastores, é nessa categoria que se observa o maior resíduo padronizado (15,6), associando esse discurso a esse perfil de candidato.

Tabela 5 - Frequência e percentual de temas em destaque

Temas	Pastor			Não pastor			Total	
	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%
Políticas Públicas	397	20,4	0	628	20,4	0	1025	20,4
Imagem	435	22,3	-4	926	30,0	3,2	1361	27,0
Discursos religiosos e/ou ético-morais	313	16,1	15,6	31	1,0	-12,4	344	6,8
Meta campanha	589	30,2	-4,4	1234	40,0	3,5	1823	36,2
Presença	216	11,1	2,1	266	8,6	-1,7	482	9,6

Sig: 0,000 | qui-quadrado: 461,355

Fonte: Elaboração própria.

Em virtude da relevância da variável “tema” nos conteúdos analisados, apresentam-se alguns detalhamentos, pormenorizando a categoria “Discursos religiosos e/ou ético-morais”, a partir da exposição dos dados presentes nas duas subcategorias, já que esse é o principal diferencial, até então, entre pastores e não pastores. A Tabela 6 mostra as duas possibilidades discursivas que caracterizam majoritariamente o discurso dos pastores. Embora não tenha sido o conteúdo mais veiculado pelos pastores, com 16% de acionamento, sua diferença em comparação aos não pastores é expressiva, uma vez que este último grupo o fez em apenas 1% de suas publicações. Assim, esse dado indica uma relevante distinção em suas atuações como prefeituráveis em campanha eleitoral on-line.

Tabela 6 - Frequência e percentual de subcategorias de discursos (religioso/ ético moral)

Discursos	Pastor		Não pastor		Total geral	
	N	%	N	%	N	%
Ético moral	64	20,4	2	6,5	66	19,2
Religioso	249	79,6	29	93,5	278	80,8
Total	313	100,0	31	100,0	344	100,0

Fonte: Elaboração própria.

No que tange às especificações da categoria “Discursos” (Tabela 6), nota-se que ambos os grupos priorizam o conteúdo religioso, embora o puramente ético moral - aquele em que o candidato opta por falar sobre a família ou sobre o fato de ser “ficha limpa” e contra corrupção, como visto no post do Pastor Paulo Peres (PSL), o qual diz: “Se você é contra a corrupção, a favor da família, respeita o próximo, é contra conchavos, é a favor da transparência da gestão pública, você é 17”²¹ - também esteja presente.

Em relação ao discurso religioso, os não pastores, ainda que com poucos casos (31), quando trazem a religião ao centro do conteúdo, incluem as vertentes cristãs evangélica e católica, a exemplo de publicações relativas a datas comemorativas religiosas, como “Dia do Evangélico”²² e mensagens de “Feliz Círio”²³. Os pastores, por outro lado, ao abordarem a religião como tema central de seus conteúdos, o fazem com mais versatilidade, resultado esperado devido à maior recorrência desse tema em relação aos não pastores. Observam-se conteúdos cujo foco são orações²⁴, mensagens bíblicas²⁵ e notícias gospels – como o aniversário da Reforma Protestante²⁶ e notícias relacionadas a uma percepção de intolerância religiosa internacional, a exemplo de “Pastor é preso em Cuba enquanto filmava demolição de Assembleia de Deus”²⁷ e “Armênios temem que limpeza étnica acabe com cristianismo após acordo com Azerbaijão”²⁸.

²¹ Ver em: <<https://www.facebook.com/pr.pauloperes/posts/127578739113277>>. Acesso em: 30 out. 2021.

²² Ver em: <<https://www.facebook.com/kellydestroulianopolis/posts/3351582754961455>>. Acesso em: 30 out. 2021.

²³ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=340973576960935>> e <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=130035885520700&id=112280047296284>. Acesso em: 25 out. 2021.

²⁴ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=2791295694480551>>, <<https://www.facebook.com/watch/?v=1059401017909552>>. Acesso em: 25 out. 2021.

²⁵ Ver em: <<https://www.facebook.com/pastordanielsemzack/posts/1020958104993059>>. Acesso em: 25 out. 2021.

²⁶ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=422521085811323&id=124832022246899>. Acesso em: 25 out. 2021.

²⁷ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=425667382163360&id=124832022246899>. Acesso em: 25 out. 2021.

²⁸ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=436550781075020&id=124832022246899>. Acesso em: 25 out. 2021.

Embora esses conteúdos estejam mais direcionados ao segmento evangélico, há algumas publicações acenando aos católicos. É o caso do vídeo em que o Pastor Bruno Marquezi (PODE) apresenta seu amigo e eleitor Carlos Buiú, que se identifica como católico, participante da Renovação Carismática Católica (RCC)²⁹. Sublinha-se que a RCC, assim como o segmento neopentecostal, é considerada colaboradora decisiva "para o ressurgimento na liturgia cristã no país da transformação moral dos indivíduos, do ideário da família e da rígida moral sexual" (Silva, 2017, p. 242). Na publicação de Marquezi vê-se que a pauta religiosa-moral continua aproximando essas duas vertentes religiosas. Nas palavras do pastor, eles estão juntos "pela fé em prol da nossa cidade para priorizar os valores cristãos, a família, o respeito ao próximo e o amor para com a nossa população". Note-se que essa pauta religiosa, entremeada à moral, que une católicos e evangélicos em um pleito majoritário, intercorre da mesma forma no Congresso Nacional, quando juntos formam a Bancada da Bíblia (Prandi; Santos, 2017).

A partir do estudo das duas variáveis (apelos e temas), identifica-se que os pastores tendem a apelar mais ao voto que os não pastores, com apelos predominantemente não tipificados. Porém, nos casos em que há tipificação, eles se associam mais às categorias relacionadas a moral e valores que os demais candidatos. Seguindo para os temas agrupados, observam-se determinados pontos de similaridades, a exemplo da categoria políticas públicas. Por outro lado, a categoria temática que apresentou maior distinção entre os grupos é a relacionada aos discursos religiosos e ético-morais, novamente com maior uso por parte dos pastores candidatos. Com base nesses achados, tem-se a confirmação da primeira hipótese desta pesquisa (H1), que "os pastores candidatos a prefeito se diferenciam dos não pastores mediante à maior ênfase a temas e apelos ético-morais". Esse resultado vai ao encontro da justificativa para a aproximação evangélica da política já difundida na década de 1980, que ressaltava a necessidade da defesa da família, moral e costumes (Goldstein, 2020; Guadalupe, 2019; Mariano, 2011).

Prosseguindo a análise, o foco se move para os atravessamentos mais pontuais da religião na campanha (Tabela 7), os quais não ocupam necessariamente o posto de temática ou item central do conteúdo, mas que aparecem lateralmente nas postagens. Verifica-se, mais uma vez, uma variação estatisticamente significativa (0,000) na atuação dos dois grupos, já que os pastores trazem ao menos um elemento religioso em 32,5% de suas publicações, enquanto os não pastores o fazem em somente 8,9%. Os resíduos padronizados comprovam a relevância desse distanciamento, uma vez que os pastores (15,1) tendem a incluir substancialmente mais elementos religiosos em suas publicações que os demais candidatos (-12,0).

²⁹ Ver em: <<https://www.facebook.com/prbrunomarquezi/posts/185834659822558> >. Acesso em: 25 out. 2021.

Tabela 7 - Frequência e percentual de atravessamentos religiosos

Atravessamentos religiosos	Pastor			Não pastor			Total	
	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%
Ausência	1316	67,5	-7,1	2811	91,1	5,6	4127	82,0
Presença	634	32,5	15,1	274	8,9	-12	908	18,0

Sig: 0,000 | qui-quadrado: 451,376

Fonte: Elaboração própria.

Mensagens como “Paz do Senhor, Tucumã”³⁰, “povo de Deus, povo de Ulianópolis”³¹ e imagens de mãos elevadas em oração³² são exemplos das possibilidades de atravessamentos religiosos vistos nas publicações dos candidatos analisados. Relativo às especificidades destes atravessamentos, observadas por meio de seis variáveis de ausência e presença (Tab. 8), todos os elementos, com exceção do símbolo da cruz, apresentam resíduos padronizados positivos na relação entre presença da característica e candidatos pastores. Reiterando que, ainda que tangenciais às postagens, são elementos constantes e bastante variados em sua utilização.

Tabela 8 - Frequência e percentual de elementos que denotam acenos religiosos

Elementos religiosos		Pastor			Não pastor			Total	
		N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%
Saudações religiosas	Ausência	1744	89,4	-2	2985	96,8	1,6	4729	93,9
	Presença	206	10,6	8	100	3,2	-6,4	306	6,1
Menção à Bíblia	Ausência	1893	97,1	-0,7	3076	99,7	0,6	4969	98,7
	Presença	57	2,9	6,2	9	0,3	-4,9	66	1,3
Menção ao Cristianismo	Ausência	1490	76,4	-4,6	2847	92,3	3,7	4337	86,1
	Presença	460	23,6	11,5	238	7,7	-9,2	698	13,9
Gesticulação religiosa	Ausência	1912	98,1	-0,4	3072	99,6	0,3	4984	99,0
	Presença	38	1,9	4,1	13	0,4	-3,3	51	1,0
Símbolo Bíblia	Ausência	1841	94,4	-1,5	3079	99,8	1,2	4920	97,7
	Presença	109	5,6	9,7	6	0,2	-7,7	115	2,3
Símbolo Cruz	Ausência	1944	99,7	0	3077	99,7	0	5021	99,7
	Presença	6	0,3	0,2	8	0,3	-0,2	14	0,3

Saudações religiosas: Sig. 0,000 | qui-quadrado: 112,236

Menção à Bíblia: Sig. 0,000 | qui-quadrado: 63,949

Menção ao Cristianismo: Sig. 0,000 | qui-quadrado: 252,157

Gesticulação religiosa: Sig. 0,000 | qui-quadrado: 27,797

Símbolo Bíblia: Sig. 0,000 | qui-quadrado: 155,830

Símbolo Cruz: Sig. 0,751 | qui-quadrado: 0,101

Fonte: Elaboração própria.

³⁰ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=818706085572044>>. Acesso em: 25 out. 2021.³¹ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=2761865440725889>>. Acesso em: 25 out. 2021.³² Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=2791295694480551>>. Acesso em: 25 out. 2021.

Tem-se em primeiro lugar a menção ao cristianismo, ocorrendo em 23,6% dos conteúdos dos pastores e 7,7% dos não pastores. Essas menções se sucedem em um contexto abrangente, incluindo frases como "nossa cidade nas mãos de Deus"³³, "somos cristãos e conhecemos o valor da verdade..."³⁴, "vamos com fé em Deus"³⁵ e "agradecemos primeiramente a Deus..."³⁶. O próximo elemento religioso que se tem são as saudações religiosas, usualmente incluindo as frases "Deus abençoe", "Fiquem com Deus", "Graças a Deus". Os demais elementos que apresentam uma diferença significativa entre os grupos são a presença da Bíblia, menção à Bíblia e gesticulação religiosa.

O livro sagrado fisicamente esteve comumente presente nas publicações do Pastor Sargento Isidório (AVANTE), como no caso da *live* transmitida no dia 5 de outubro³⁷, iniciada pelo pastor sem a presença do objeto sagrado, o que o deixa desconfortável e o leva a explicar que a Bíblia foi levada por um de seus assessores, e, em seguida ela é devolvida. Essa cena indica a importância da Bíblia para o pastor: mais que um item para a Igreja ou orações particulares, torna-se uma extensão do candidato. A menção à Bíblia, caracterizada pela propagação de versículos bíblicos, teve como destaque o trecho "quando o justo governa o povo se alegra, mas quando o ímpio domina o povo geme", veiculado, por exemplo, pelos pastores Alex Cerqueira³⁸, Daniel Semzack³⁹, Jezaias Alves de Souza⁴⁰, Odaías Rocha⁴¹ e Suail Martins⁴². As reiteraões desse versículo associam os candidatos pastores a representantes da justiça, para o bem do povo, enquanto os adversários o levariam a um futuro de angústia.

As gesticulações religiosas, outro elemento codificado, são marcadas usualmente por mãos elevadas ao céu em contexto de oração. Embora com menor presença no conteúdo dos pastores (1,9%), elas apresentaram um distanciamento significativo dos não pastores. Por fim, o último elemento observado foi a presença da cruz nas publicações, o que é desconsiderado pelos pastores (Resíduo padronizado = 0,2) e não pastores (Resíduo padronizado = -0,2) de forma similar.

³³ Ver em: <<https://www.facebook.com/PastorCapitaoAnderson/posts/3296281623812713>>. Acesso em: 25 out. 2021.

³⁴ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=656350758396461>>. Acesso em: 05 out. 2021.

³⁵ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=2157796044355549>>. Acesso em: 05 out. 2021.

³⁶ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=424135775614289>>. Acesso em: 05 out. 2021.

³⁷ Ver em: <<https://www.facebook.com/pastorisidorio/posts/2667727643478096>>. Acesso em: 05 out. 2021.

³⁸ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=138354201316284&id=109786240839747>. Acesso em: 12 out. 2021.

³⁹ Ver em: <<https://www.facebook.com/pastordanielsemzack/photos/a.296613074094236/1020958031659733>>. Acesso em: 12 out. 2021.

⁴⁰ Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=3629090787111489>>. Acesso em: 12 out. 2021.

⁴¹ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1315422852131561&id=930111273996056>. Acesso em: 12 out. 2021.

⁴² Ver em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=1911846568956362>>. Acesso em: 25 out. 2021.

Complementando a discussão sobre atravessamentos religiosos, o olhar é direcionado às menções de religiões específicas (Tabela 9), que seriam uma forma mais direta de recorrer à religião. Observa-se, no entanto, que, embora tenham ocorrido mais entre os pastores, aparecendo em cerca de 3% de seus conteúdos, foram, de modo geral, pouco utilizadas por todos os prefeituráveis. O destaque à religião evangélica ocorreu em 2% dos conteúdos dos pastores, em publicações que usualmente evitam citar congregações específicas, a exemplo da publicação da Pastora Luciana que informa ser evangélica desde os 13 anos⁴³ e do vídeo do Pastor Daniel Semzack que pede voto aos “irmãos evangélicos”⁴⁴. Ambos mencionam o termo evangélico em um enquadramento abrangente.

Na sequência, verifica-se a presença de falas direcionadas aos católicos e a outras denominações religiosas, como espíritas, e “cardápio”, que se refere a menções conjuntas a diversas religiões. Cabe aqui ressaltar que essas menções ocorreram usualmente de modo superficial, com o intento de mostrar que estão ali para todas as denominações religiosas, tal como visto na frase do Pastor Sargento Isidório: “A paz de Jesus a todos independente de religião. A Bíblia não é só de evangélico, é universal, para católicos, espíritas, matrizes africanas e até ateus leem a Bíblia porque ela é a palavra de Deus”⁴⁵. Esta é uma forma de agregar fiéis para além dos que já estão habituados a suas pregações.

Tabela 9 - Frequência e percentual de posts que citam a religião diretamente

Cita religião	Pastor		Não pastor		Total	
	N	%	N	%	N	%
Não cita	1886	96,7	3074	99,6	4960	98,5
Religião evangélica	42	2,2	7	0,2	49	1,0
Religião católica	4	0,2	4	0,1	8	0,2
Outra religião	6	0,3			6	0,1
“Cardápio”	12	0,6			12	0,2
Total Geral	1950	100,0	3085	100,0	5035	100,0

Fonte: Elaboração própria.

Considerando os resultados apresentados, referentes aos elementos que denotam acenos pontuais à religião nos conteúdos, chamados nesta pesquisa de atravessamentos, assim como menções diretas dos prefeituráveis às crenças religiosas, confirma-se a segunda hipótese desta pesquisa (H2): “a denominação religiosa se apresenta por meio de acenos à religiosidade veiculados nas publicações dos pastores, mas não é expressa

⁴³ Ver em: <https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=731784200879430>. Acesso em: 25 out. 2021.

⁴⁴ Ver em: <<https://www.facebook.com/pastordanielsemzack/posts/1038966059858930>>. Acesso em: 25 out. 2021.

⁴⁵ Ver em: <https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=696474274306218>. Acesso em: 25 out. 2021.

de modo central nos conteúdos por meio de vínculos a congregações”. Recorda-se que os pastores ocultaram a menção direta à religião em cerca de 97% das suas publicações e nas poucas vezes que o fizeram foi em um contexto genérico, citando evangélicos, por vezes, junto a demais denominações religiosas. A própria Igreja a qual o candidato pertencia foi ocultada em quase a totalidade das páginas do *Facebook* dos pastores aqui analisados. Note-se que, embora isso possa ocorrer, como demonstrado por Mezzomo, Anjos e Pátaro (2020a) em estudo relativo à eleição de candidatos evangélicos para a Assembleia Legislativa do Paraná, essa estratégia não é priorizada entre as campanhas aqui estudadas.

Tendo em vista que o objeto deste estudo se dá em um contexto de pleito majoritário, compreende-se que é vantajoso ao candidato envolver todas as religiões ou, como foi preferência, evitar mencionar congregações específicas, como forma de garantir os votos da maioria cristã – que ainda não é evangélica. Não obstante, os acenos seguem presentes e os pastores o fazem em cerca de um terço de suas publicações (32,5%), notadamente mais que os não pastores (8,9%). Assim, verifica-se que há intenção em conquistar o voto dos fiéis, mas de forma sutil, por meio de pistas, as quais são observadas no nome de urna que especifica o papel de liderança religiosa evangélica do candidato, nas menções a versículos bíblicos, ao cristianismo e pelas saudações religiosas. As pistas religiosas têm o benefício de atrair o voto evangélico (Lacerda, 2017), e compõem um valioso território de caça aos pleiteantes, incluindo os não pastores que, embora façam menos uso das pistas, não as descartam.

Os dados expostos nesta seção mostram pontos de similaridade e distanciamento nas campanhas on-line de candidatos pastores e não pastores. Os primeiros, ainda que não explorem o discurso moral com a mesma ênfase das eleições proporcionais (Santos; Massuchin, 2020), apresentam esse elemento de forma recorrente e associado à uma campanha plural, que inclui políticas públicas na mesma proporção que os não pastores. Apesar deste último achado, que poderia enquadrá-los em uma campanha secular tradicional, observa-se no grupo de pastores maior ênfase a temas e apelos religiosos, do mesmo modo que os acenos à religião são realizados com certa recorrência e de forma mais intensa, sendo uma marca do grupo eclesialístico.

Comportamento dos pastores a partir da classificação ideológica partidária

Nesta seção o foco está exclusivamente no grupo religioso, com o objetivo de verificar as especificidades de suas atuações frente às classificações ideológicas de seus partidos quanto ao modo que isso pode estar relacionado com a forma de articulação entre comunicação e religião durante as campanhas. Para tanto, observam-se as variáveis temas e atravessamentos religiosos, a partir da vinculação partidária dos candidatos.

Fundamentado na classificação de Coppedge (1997), atualizada por Codato, Berlatto e Bolognesi (2018), este estudo encontrou religiosos em cinco categorias⁴⁶: a) partidos confessionais de direita: baseiam-se em concepções religiosas ou estão ligados a Igrejas e movimentos fortemente conservadores; b) partidos personalistas⁴⁷: focam no apelo em carisma ou poder de sua liderança, "partidos eleitoralmente oportunistas, que podem ligar-se indiferentemente à esquerda ou à direita" (Codato; Berlatto; Bolognesi, 2018, p. 880); c) partidos seculares de centro: possuem programas vagos e difundem princípios políticos liberais; d) partidos seculares de centro-esquerda: enfatizam igualdade e mobilidade social, distribuição de renda e acumulação de capital privado; e) partidos seculares de direita: partidos autoritários e com mensagem conservadora.

A maioria dos pastores está presente nos partidos seculares de direita, que agregam 12 candidatos. Em seguida, estão os confessionais de direita e personalistas, com oito candidatos em cada. Por fim, com menor intensidade, há presença de dois candidatos em partidos seculares de centro e um em um partido secular de centro-esquerda. Essas informações reiteram a descentralização partidária desse perfil de candidato, característica já indicada por Rodrigues-Silveira e Cervi (2019), do mesmo modo que também reforça sua preferência pelo espectro ideológico de direita. Conforme anteriormente exposto, esse é um padrão observado desde que os evangélicos se aproximaram da política, após a última redemocratização (Freston, 1993).

Neste artigo, de forma complementar, tem-se a possibilidade de verificar se o pastor candidato atua de maneira uniforme, independente da sua classificação ideológica partidária, ou se a associação política interfere em suas campanhas on-line no que diz respeito, especialmente, à intensidade de uso da religião. De imediato, ao observar os dados relativos aos atravessamentos da religião (Tabela 10), nota-se que há uma associação estatisticamente significativa (0,000) entre suas atuações e o espectro ideológico partidário. Os resíduos padronizados indicam que os partidos personalistas foram aqueles que mais enfatizaram acenos religiosos pontuais em seus conteúdos, enquanto os de centro foram os que menos os incluíram.

⁴⁶ Não foram encontrados pastores entre os partidos seculares de esquerda.

⁴⁷ Os autores indicam que os partidos personalistas são também chamados de partidos fisiológicos, especialmente no Brasil (Codato; Berlatto; Bolognesi, 2018).

Tabela 10 - Atravessamentos da religião a partir da classificação ideológica partidária⁴⁸

Classificação Ideológica	Ausência			Presença			Total	
	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%
Confessional de direita	469	69,6	0,7	205	30,4	-1	674	100,0
Secular de direita	379	71,8	1,2	149	28,2	-1,7	528	100,0
Personalista	344	57,0	-3,1	259	43,0	4,5	603	100,0
Secular de centro	105	91,3	3,1	10	8,7	-4,5	115	100,0
Secular de centro-esquerda	19	63,3	-0,3	11	36,7	0,4	30	100,0
Total Geral	1316	67,5		634	32,5		1950	100,0

Sig: 0,000 | qui-quadrado: 65,701

Fonte: Elaboração própria.

Os partidos personalistas, conhecidos por se apoiarem na autoridade ou no carisma de suas lideranças (Codato; Berlatto; Bolognesi, 2018), destacam-se nessa categoria por reforçarem mais acenos à religião (43%), mesmo quando comparados aos confessionais de direita (30,4%). Os usos desses acenos se dão como forma de cativar os eleitores cristãos e a religião é incluída de forma sutil no conteúdo, sem que ela corresponda ao tema principal da publicação, podendo se apresentar em mensagens como “Deus abençoe a todos”, ou seja, em uma simples sinalização. Da mesma forma, pode ser incluída com maior ênfase, ainda que não seja o elemento central da postagem, como na mensagem veiculada pelo Pastor Janilson Nascimento (PODE):

Ebenézer! “Até aqui nos ajudou o Senhor!” I Samuel 7.12. Sem recurso e sem uma vasta estrutura para fazermos nossa campanha, somente com a ajuda de Deus, e daqueles que acreditam em novo projeto político para Mazagão, conseguimos chegar até aqui! Sem promessas, mas um compromisso com cada cidadão, é o que nos faz ser diferentes, aos olhos da população. Sem nos aliançar e apoio de políticos de carreira, estamos caminhando somente com a verdade. E conhecereis a verdade, e ela vos libertará! Amanhã vote certo!⁴⁹

Essa publicação, que inclui menção a Deus e versículo bíblico, não está ali exclusivamente para falar sobre religião, mas também para indicar o baixo custo da

⁴⁸ Seguindo a classificação de Codato, Berlatto e Bolognesi (2018), a distribuição partidária ideológica dos pastores analisados foi: Confessional de direita: DC (1), PSC (5), REPUBLICANOS (2); Personalista: AVANTE (4), PODE (4); Secular de centro: CIDADANIA (2); Secular de centro-esquerda: PSB (1); e Secular de direita: DEM (1), PL (1), PP (1), PRTB (1), PSL (4), PTB (3).

⁴⁹ Ver em: <<https://www.facebook.com/PR.JANILSON.NASCIMENTO/posts/389516942493453>>. Acesso em: 25 out. 2021.

campanha, falta de apoio político e, por fim, apelar ao voto dos eleitores. Os acenos religiosos estão presentes no texto, constituem pistas que colaboram para a representação do candidato, que não tem dinheiro, mas tem a figura divina e a verdade. Recorda-se que o candidato religioso tem como fator de atratividade aos partidos um capital organizacional que colabora para um baixo custo de campanha, dado que há possibilidade de agregar os fiéis da Igreja (Cerqueira, 2021). Logo, o aceno religioso se configura como um recurso bem-vindo aos candidatos associados às legendas, pois usufruem da sua autoridade pastoral acenando ao público cristão na tentativa de convertê-los em eleitores, sem a necessidade de grandes investimentos.

Em contrapartida aos conteúdos de candidatos pastores de partidos personalistas, que enfatizaram os acenos religiosos, os de partidos de centro, cuja característica é reforçar princípios políticos liberais (Codato; Berlatto; Bolognesi, 2018), mostraram-se mais comedidos nesses acenos – em apenas 8,7% de suas publicações, menor índice entre todas as classificações apresentadas. Os candidatos pastores associados aos partidos confessionais de direita, secular de direita e secular de centro-esquerda, no entanto, equiparam-se nos acionamentos religiosos em seus conteúdos, ao redor de 30%. Esse é um resultado singular no que tange aos confessionais, devido ao fato de adequarem seus programas sob uma perspectiva religiosa. Assim, verifica-se que nos acenos pontuais eles se igualam às demais classificações ideológicas e recorrem de modo similar à presença dos elementos religiosos em suas publicações.

Prosseguindo com a discussão, observa-se a relação entre a variável tema e a classificação ideológica. Nesse ponto, ao observar os conteúdos priorizados pelos pastores, a partir de suas classificações ideológicas partidárias (Tabela 11), verifica-se que há novamente associação estatisticamente significativa (0,000). Note-se que, enquanto os conteúdos de candidatos pastores dos partidos personalistas se destacaram nos acenos à religião, na relação entre tema e classificação ideológica tem-se um comportamento inverso, em que o tema discurso religioso e/ou ético moral se deu em apenas 8,3% de seus conteúdos, categoria menos priorizada por eles. As candidaturas de classificações seculares de centro, secular de centro-esquerda e secular de direita também evitaram destacar os discursos religiosos como temática central, conforme indicam os resíduos padronizados negativos.

Por outro lado, verifica-se um nítido destaque efetuado especialmente pela vertente confessional de direita. Enquanto nos acionamentos pontuais à religião (Tabela 10) esse grupo não se sobressaiu, quando o tema central evidencia a pauta da moral e religião, ele assume um posto de notoriedade e se diferencia dos demais grupos partidários. Traz-se à atenção que, entre as suas 674 publicações, 213 (31,6%) foram de discursos morais e religiosos, sendo que a divisão interna dessa categoria foi de 8% puramente ético moral, enquanto 92% se caracterizaram por trazer a religião ao centro do conteúdo.

Esses dados, portanto, reiteram a força da religião para os partidos incluídos nessa categoria. Quando mencionada, a religião assume o protagonismo da mensagem, a exemplo das publicações veiculadas pelo Pastor Daniel Semzack (Republicanos), que escreveu: “Na nossa caminhada, paramos em frente a prefeitura e fizemos uma oração para que Deus abençoe nossa querida cidade de Jardim e com Deus a frente cremos que seremos mais que vencedores”⁵⁰. O mesmo candidato diz, ainda, que está disputando a prefeitura “para que nós venhamos a honrar o nome de Deus nessa terra e priorizar as causas humanas. Por isso venho pedir essa chance de ser prefeito e colocar Deus acima de tudo”⁵¹. Outro exemplo do protagonismo da religião são as notícias divulgadas pelo Pastor Severino (DC) relacionadas à cultura gospel, como o lançamento de videoclipe pela Assembleia de Deus Roraima⁵², o musical da Igreja Batista de Marília⁵³ e a divulgação de conferência para adolescentes evangélicos⁵⁴. Esses conteúdos ilustram de que forma a religião ascende ao tema central das publicações veiculadas pelos candidatos confessionais de direita, ora envolvendo a campanha eleitoral de modo direto e incisivo, ora divulgando notícias gospels genéricas, mas que servem para indicar a pertinência da religião ao prefeiturável que se apresenta por esse grupo de partidos.

Tabela 11 - Temas a partir da classificação ideológica partidária

Classificação Ideológica	Políticas Públicas			Imagem			Discursos			Meta Campanha			Presença			Total Geral	
	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%	Resíduo padronizado	N	%
Confessional de direita	71	10,5	-5,7	138	20,5	-1	213	31,6	10,1	150	22,3	-3,8	102	15,1	3,2	674	100,0
Secular de direita	132	25,0	2,4	132	25,0	1,3	39	7,4	-5	181	34,3	1,7	44	8,3	-1,9	528	100,0
Personalista	154	25,5	2,8	122	20,2	-1,1	50	8,3	-4,8	218	36,2	2,7	59	9,8	-1	603	100,0
Secular de centro	27	23,5	0,7	34	29,6	1,6	9	7,8	-2,2	38	33,0	0,6	7	6,1	-1,6	115	100,0
Secular de centro-esquerda	13	43,3	2,8	9	30,0	0,9	2	6,7	-1,3	2	6,7	-2,3	4	13,3	0,4	30	100,0

Sig: 0,000 | qui-quadrado: 263,691

Fonte: Elaboração própria.

⁵⁰ Ver em: <<https://www.facebook.com/pastordanielsemzack/posts/1009080856180784>>. Acesso em: 25 out. 2021.

⁵¹ Ver em: <<https://www.facebook.com/pastordanielsemzack/posts/1019566521798884>>. Acesso em: 25 out. 2021.

⁵² Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=434063937990371&id=124832022246899>. Acesso em: 25 out. 2021.

⁵³ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=431965528200212&id=124832022246899>. Acesso em: 25 out. 2021.

⁵⁴ Ver em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=419319829464782&id=124832022246899>. Acesso em: 25 out. 2021.

Dado que os resultados acima expostos indicaram diferenças significativas tanto nos acenos religiosos quanto nas temáticas a partir da classificação ideológica partidária dos candidatos, é refutada a terceira hipótese desta pesquisa (H3), de que “a filiação partidária não diferencia discursos mais ou menos religiosos dos candidatos pastores, ainda que os partidos confessionais de direita sejam aqueles que estão mais ligados às igrejas e movimentos conservadores”. Enquanto nos acionamentos religiosos pontuais verifica-se uma ênfase realizada pelos personalistas, nas temáticas religiosas os confessionais se destacaram, priorizando esse tema em cerca de 32% de suas postagens e diferenciando consideravelmente seus discursos.

Destaca-se que os partidos confessionais que apareceram nos resultados foram: Democracia Cristã (DC) com um candidato, Partido Social Cristão (PSC) com cinco candidatos e o Republicanos com dois candidatos. Os dois últimos são associados historicamente à Assembleia de Deus e à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), respectivamente. No que tange ao Republicanos, é relevante mencionar que a IURD orienta seus candidatos a evitarem titulações eclesiásticas em pleitos majoritários, como forma de agregar votos de outras vertentes religiosas (Cerqueira, 2021). Tal orientação pode ter influenciado no número de candidatos com o título de pastor no nome de urna, porém os dois casos aqui destacados reiteram a centralidade da religião em suas campanhas.

Verificou-se, assim, que ostentar o título de pastor no nome de urna não torna os candidatos imunes às características de seus partidos políticos, conforme visto nos atravessamentos religiosos e temas centrais. Esse fato, inclusive, remete aos congressistas da Frente Parlamentar Evangélica que, de modo geral, “nas sessões plenárias seguem as orientações dos líderes dos seus respectivos partidos” (Cassotta, 2016, p. 98), embora possam diferir quando o tema é relacionado à moral e à sexualidade (Prandi; Santos, 2017).

Considerações finais

Este artigo buscou analisar como a religião atravessa a comunicação eleitoral, tendo como foco a atuação de candidatos pastores evangélicos, em comparação a não pastores, no *Facebook*, durante a campanha eleitoral de 2020. Dessa forma, foi possível identificar o quanto a religião permeou a esfera política a partir da campanha digital, evidenciando nuances típicas de pastores, algumas que se aproximam também de não pastores e outras que são específicas a determinadas vertentes partidárias, especialmente aos partidos confessionais de direita. O pleito analisado foi atravessado pela pandemia de COVID-19, evidenciando maior centralidade do ambiente on-line nas disputas eleitorais.

Quanto aos principais resultados, no campo da afinidade entre os grupos de prefeituráveis, tem-se elementos que os aproximaram, a exemplo da prioridade dos temas relacionados a políticas públicas. Os dados revelam como o título de liderança eclesiástica

não faz do pastor um candidato que ignora totalmente os temas tradicionais de campanha, enfatizando-os como os demais pleiteantes.

Em contrapartida, verifica-se que os temas de cunhos religioso e ético-moral, de forma específica, diferenciam os grupos de candidaturas. Ainda que a temática relacionada aos discursos religiosos e/ou ético-morais não tenha sido maioria entre as publicações dos candidatos pastores, ela se apresentou com diferença significativa em relação aos demais pleiteantes, o que reitera o valor da religião na campanha desse grupo de candidatos. Já o apelo ao voto foi, em sua maioria, não tipificado. Porém, o grupo eclesial se diferenciou por apelar mais que os demais prefeituráveis, do mesmo modo que intensificou mais o tipo de apelo moral-religioso, entre os casos tipificados. Esses dados confirmam a primeira hipótese desta pesquisa (H1), de que, ao tratar de temas e apelos, “os pastores candidatos a prefeito se diferenciam dos não pastores mediante à maior ênfase a temas e apelos ético-morais”.

A campanha, porém, não é feita apenas de temas e apelos. No entanto, nem sempre a estratégia vai ser o foco em congregações, igrejas e grupos específicos. Por isso, a segunda hipótese da pesquisa (H2) destacava que “a denominação religiosa se apresenta por meio de acenos à religiosidade veiculados nas publicações dos pastores, mas não é expressa de modo central nos conteúdos por meio de vínculos a congregações”. Isso se confirma com os dados sobre os acenos religiosos, pois ainda que sejam usados por não pastores (8,9%), têm ênfase muito mais significativa entre os pastores (32,5%), demonstrando formas alternativas de levar a religião para a campanha, sem citar nomenclaturas específicas, elemento este que foi irrisório nas publicações.

A partir desse resultado, infere-se que a ênfase à moral e/ou à religião, já apontada em estudos sobre a campanha eleitoral de evangélicos (Alves; Cassotta, 2020; Mezzomo; Anjos; Pátaro, 2020b), segue presente como uma característica comum a esse grupo. Porém, demais atravessamentos religiosos são mais generalistas. Verificou-se que não é interesse dos prefeituráveis realçar nichos congregacionais, apesar de apresentarem o título pastor em seus nomes de urna. Esse dado indica que há valorização dos acenos religiosos na disputa, os quais ocorrem de modo abrangente, como menções a Deus, presença da Bíblia e citações de versículos, entre outros. São elementos que agregam diferentes núcleos cristãos e configuram estratégia para prevenir o afastamento de eleitores que não se identifiquem com vertentes religiosas específicas.

Ao investigar a terceira hipótese desta pesquisa (H3), com a qual afirma-se que “a filiação partidária não diferencia discursos mais ou menos religiosos dos candidatos-pastores, ainda que os partidos confessionais de direita sejam aqueles que estão mais ligados às Igrejas e movimentos conservadores” constataram-se diferenças significativas nos temas e atravessamentos religiosos a partir de suas classificações ideológicas partidárias. Os dados, portanto, refutam essa hipótese e demonstram que as particularidades do partido político se sobrepõem ao título de pastor no nome de urna, diferenciando esse agrupamento.

Ressalta-se que, no caso específico do tema discurso moral-religioso, a vertente confessional de direita se destacou, enquanto nos acenos pontuais apresentou uma performance modesta. Assim, ao citar algum elemento religioso, ele é trazido para a centralidade do conteúdo, diferenciando-se das demais classificações que optaram por não enfatizar a temática. Esses achados recordam o fato de que os deputados da FPE são reconhecidos por não formarem um grupo homogêneo (Prandi; Santos, 2017). Logo, essa característica prova se repetir em um cenário de eleição majoritária em que os líderes evangélicos atuam, por vezes, diferenciando suas prioridades de acordo com classificações ideológicas partidárias, mesmo que todos tenham no seu histórico social alguma relação com a religião.

De modo geral, a partir dos resultados expostos, verificou-se que, apesar de optarem por ter no nome de urna o título de pastor, os candidatos tateiam com prudência o campo religioso em seus conteúdos, tendendo a marcas mais sutis antes de enfatizar congregações. O peso da temática puramente religiosa não foi o foco geral das publicações desses candidatos, ainda que esse quesito diferenciasse pastores de não pastores e fosse importante especialmente aos confessionais de direita. A pouca ênfase, aqui referida, se apresenta, também, por meio da não menção à religião diretamente. Isso pode ser considerado como reflexo de uma campanha majoritária, na qual focar em um só grupo não seria estrategicamente a melhor opção. Por outro lado, ainda que com especificidades, os achados mostram que a intersecção entre política e religião adentra as eleições e também a comunicação dos pleiteantes realizada durante as campanhas. Não há candidaturas religiosas apenas, o que os números do TSE já têm indicado longitudinalmente, mas a própria religião perpassando o processo eleitoral a partir da comunicação política, com maior atenção entre candidatos da vertente confessional de direita.

Referências bibliográficas

AGGIO, C. D. O. "Os candidatos ainda evitam a interação? Twitter, Comunicação Horizontal e Eleições Brasileiras". *E-Compós*, vol. 18, nº 1, 2015.

AGGIO, C. D. O.; REIS, L. D. S. "Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a este site pelos candidatos durante as eleições municipais de 2012". *Compólitica*, vol. 3, nº 2, p. 155-188, 2013.

ALVES DOS SANTOS JUNIOR, M.; DE ALBUQUERQUE, A. "Perda da hegemonia da imprensa - a disputa pela visibilidade na eleição de 2018". *Lumina*, vol. 13, nº 3, p. 5-28, 2019.

ALVES, M.; CASSOTTA, P. L. "Políticos de Deus: análise das campanhas de evangélicos eleitos para Deputado Federal por São Paulo (2010, 2014 e 2018)". *Revista Debates*, vol. 14, p. 36-59, 2020.

BALLOUSIER, A. V. *Cara típica do evangélico brasileiro é feminina e negra, aponta Datafolha*, [online]. Folha de S.Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/cara-tipica-do-evangelico-brasileiro-e-feminina-e-negra-aponta-datafolha.shtml>>. Acesso em: 12 nov. 2020.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 7ª ed. Petrópolis: Vozes, p. 189-217, 2008.

BORGES, T. D. P.; BABIRESKI, F. R.; BOLOGNESI, B. "No voto e na fé: bases sociais e estratégias eleitorais dos candidatos evangélicos nas eleições de 2016 em Curitiba". In: *Anais do 41º Encontro Anual Anpocs*, Caxambu (MG), [s.n.], 2017.

BRAGA, S. S. "O uso das mídias sociais é um bom preditor do sucesso eleitoral dos candidatos? Uma análise das campanhas on-line dos vereadores das capitais das regiões sul, sudeste, e nordeste do Brasil no pleito de outubro de 2012". *Revista Política Hoje*, vol. 22, nº 2, p. 125-148, 2013.

BRAGA, S.; CARLOMAGNO, M. "Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016)". *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 26, p. 7-62, 2018.

CAMURÇA, M. "Religião, política e espaço público no Brasil: perspectiva histórico/sociológica e a conjuntura das eleições presidenciais de 2018". *Estudos de Sociologia*, vol. 2, nº 25, p. 125-159, 2019.

CARVALHO JUNIOR, E. T.; ORO, A. P. "Eleições municipais 2016: religião e política nas capitais brasileiras". *Debates do NER*, vol. 2, nº 32, p. 15-68, 2018.

CASSOTTA, P. L. "Uma análise do comportamento dos deputados evangélicos no legislativo brasileiro". *E-legis*, vol. 53, nº 20, p. 75-101, 2016.

CERQUEIRA, C. "Igreja como partido: a relação entre a Igreja Universal do Reino de Deus e o Republicanos". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 36, nº 107, p. 1-20, 2021.

CERVI, E. U. "HGPE em eleições proporcionais no Brasil: Proposta de instrumento de análise de conteúdo do horário eleitoral no rádio e tevê de candidatos a cargos legislativos". In: *Anais do 7º Encontro da ABCP*, p.1-16, 2010.

CESAR, L. O. "Pastor Silas Malafaia nas eleições de 2018: o uso estratégico do Twitter como palanque no cotidiano midiático". Dissertação de Mestrado em Mídia e Cotidiano. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

CODATO, A.; BERLATO, F.; BOLOGNESI, B. "Tipologia dos políticos de direita no Brasil: uma classificação empírica". *Análise Social*, vol. LIII, nº 229, p. 870-897, 2018.

COPPEDGE, M. "A classification of Latin American political parties". Helen Kellogg Institute for International Studies, vol. 244, 1997.

CUNHA, M. D. N. "Os processos de midiáticação das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico". *Revista FAMECOS*, vol. 26, nº 1, p. 30691, 2019.

D'ANDRÉA, C. "Conexões intermediárias entre transmissões audiovisuais ao vivo e redes sociais online: possibilidades e tensionamentos". *Revista Comunicação Midiática*, vol. 10, nº 2, p. 61-75, 2015.

FRESTON, P. "Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment". Tese de Doutorado em Ciências Sociais. Universidade Estadual de Campinas, 1993.

GOLDSTEIN, A. A. *Poder evangélico: Cómo los grupos religiosos están copando la política en América*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Marea, 2020.

GRUPO DE MÍDIA. Mídia Dados Brasil 2020. São Paulo: [s.n.]. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/538201583/midia-dados-2020>>. Acesso em: 08 mai. 2024.

GUADALUPE, J. L. P. *Evangelicals and Political Power in Latin America*. Lima: Konrad Adenaur Stiftung e Institute of Social Christian Studies of Peru, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. *Censo 2010: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião*, [online]. IBGE. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/component/saladeimprensa/?view=noticia&id=3&idnoticia=2170&busca=1&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espíritas-sem-religiao>>. Acesso em: 08 mai. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA - IBOPE. Brasileiro está mais confiante nas instituições. Disponível em: <<https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/brasileiro-esta-mais-confiante-nas-instituicoes/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

LACERDA, F. "Pentecostalismo , eleições e representação política no Brasil Contemporâneo". Tese de Doutorado em Ciência Política. Universidade de São Paulo, 2017.

MARIANO, R. "Laicidade à brasileira: católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública". *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, vol. 11, nº 2, p. 238-258, 2011.

MARIANO, R.; GERARDI, D. A. "Eleições presidenciais na América Latina em 2018 e ativismo político de evangélicos conservadores". *Revista USP*, nº 120, p. 61-76, 2019.

MARTINO, L. M. S. "A mediatização do campo religioso: esboço de uma síntese possível". *Comunicação & Informação*, vol. 18, nº 2, p. 6-21, 2015.

MASSUCHIN, M. G.; SILVA, L. F. "Campanha permanente nas redes sociais digitais: um estudo de caso da análise da fanpage do governador Flávio Dino, no Brasil"/ "Permanent campaign on digital social networks: a case study analysis of Flavio Dino's fanpage, in Brasil". *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, vol. 9, nº 17, p. 229-248, 2019.

MASSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q. "Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook". *Compólitica*, vol. 5, nº 2, p. 76-112, 2015.

MEZZOMO, F. A.; ANJOS, B. L.; PÁTARO, C. S. O. "Os usos do Facebook em campanhas eleitorais: atuação de candidatos evangélicos apoiados por instituições religiosas". *Compólitica*, vol. 10, p. 109-136, 2020a.

_____.; _____.; _____. "A milícia dos remidos marcha impoluta': campanha de evangélicos assembleianos ao legislativo paranaense em 2018". *Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História*, vol. 67, p. 42-78, 2020b.

MEZZOMO, F. A.; PÁTARO, C. S. O. "Religião católica, evangélica e afro-brasileira em disputa eleitoral: acionamento de elementos religiosos na campanha à Assembleia Legislativa do Paraná". *Tempo e Argumento*, vol. 11, nº 26, p. 456-485, 2019.

MIGUEL, L. F. "Apelos discursivos em campanhas proporcionais na televisão". *Política & Sociedade*, vol. 9, nº 16, p. 151-175, 2010.

MURTA, F., et al. "Eleições e mídias sociais: Interação e participação no Facebook durante a campanha para a Câmara dos Deputados em 2014". *Compólitica*, vol. 7, nº 1, p. 47-72, 2017.

MURTA, F.; MAGALHÃES, L.; PIMENTEL, R. "Social Big data, eleições e Facebook: Índícios digitais de previsão eleitoral aplicados ao pleito presidencial de 2018 no Brasil". In: *Anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política* (VIII Compólitica), p.1-18, 2019.

ORO, A. P. "A política da Igreja Universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 18, nº 53, p. 53-69, 2003.

ORTUNES, L., et al. "Pastores influenciadores digitais e o ciber-rebanho de suas redes nas eleições de 2018". In: *Anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política* (VIII Compólitica), p.1-26, 2019.

PANEBIANCO, A. *Modelos de partido: organização e poder nos partidos políticos*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PEW RESEARCH CENTER. *Religion in Latin America*, [online]. Disponível em: <https://www.academia.edu/38034670/Religion_in_Latin_America_Pew_Research_Center>. Acesso em: 08 mai. 2024.

PRANDI, R.; SANTOS, R. W. "Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no congresso nacional e na frente parlamentar evangélica". *Tempo Social*, vol. 29, nº 2, p. 187-214, 2017.

PRANDI, R.; SANTOS, R. W.; BONATO, M. "Igrejas evangélicas como máquinas eleitorais no Brasil". *Revista USP*, nº 120, p. 43-60, 2019.

QUADROS, M. P. R.; MADEIRA, R. M. "Fim da direita envergonhada? Atuação da bancada evangélica e da bancada da bala e os caminhos da representação do conservadorismo no Brasil". *Opinião Pública*, Campinas, vol. 24, nº3, p. 486-522, 2018.

RIVEIRA, C.; LAGO, C. *Eleições 2020: aumenta em 34% o número de candidatos evangélicos*, [online]. Exame, 11 out. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/eleicoes-2020-aumenta-em-34-o-numero-de-candidatos-evangelicos/>>. Acesso em: 13 abr. 2024.

ROCHA, M. R. F.; RABELO, I. M. "Avanço do conservadorismo no Brasil: a PEC nº. 181/2015 e o regresso na legislação permissiva do aborto". *Revista Políticas Públicas*, p. 665-685, 2018.

RODRIGUES-SILVEIRA, R.; CERVI, E. U. "Evangélicos e voto legislativo: Diversidade confessional e voto em deputados da bancada evangélica no Brasil". *Latin American Research Review*, vol. 54, nº 3, p. 560-573, 2019.

SANTOS, M. B. *Pastores na urna: como se distribuíram os prefeituráveis na eleição de 2020*, [online]. CPOP, 2021. Disponível em: <<http://www.cpop.ufpr.br/portal/tag/religiao/>>. Acesso em: 25 maio 2021.

SANTOS, M. B.; MASSUCHIN, M. G. "Religiosos na propaganda eleitoral: estratégias nas disputas proporcionais no Paraná de 2002 a 2018". In: *Anais do 44º Encontro Anual da ANPOCS*, 2020. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/9097?locale-attribute=es>>. Acesso em: 08 mai. 2024.

SILVA, L. G. T. "Religião e política no Brasil. Latinoamérica". *Revista de Estudos Latinoamericanos*, vol. 64, nº 64, p. 223, 2017.

TADVALD, M. "Eleitos de Deus e pelo povo: Os evangélicos e as eleições federais de 2010". *Debates do NER*, vol. 2, nº 18, p. 83-109, 2010.

_____. "A reinvenção do conservadorismo: os evangélicos e as eleições federais de 2014". *Debates do NER*, vol. 16, nº 27, p. 259-288, 2015.

TANAKA, M. G. "O voto da fé: comportamento eleitoral e recrutamento partidário dos deputados estaduais evangélicos em São Paulo (2002-2014)". Dissertação de Mestrado em Ciência Política. Universidade Estadual de Campinas, 2018.

Abstract

Religious intersections in Brazilian electoral campaigns: speeches, appeals and signaling in the online communication of candidates who are pastors and those who are not in 2020

Considering the importance of evangelicals to the national political scenario, this research seeks to identify how candidacies are permeated by discourses, appeals and signals of a religious nature. To this end, the content published on the Facebook pages of mayoral candidates whose ballot name includes the term pastor during the 2020 election period was analyzed. The posts of candidates without religious nomenclature are included to verify the distinctions and similarities between the groups. Five thousand and thirty-five posts were analyzed using content analysis. Elements that approximate the candidates were identified, such as public policy issues, while religious references and ethical-moral themes are more valued by pastors. Focusing on the specifics of the ecclesiastical group, we found that the emphasis on religious influences differs according to the party's ideological classification.

Keywords: 2020 elections; Facebook; religion; pastors as candidates; comparative analysis

Resumen

Cruces religiosas en las campañas electorales brasileñas: discursos, llamadas y alusiones en la comunicación online de candidatos pastores y no pastores en 2020

Conscientes de la relevancia evangélica en el escenario político nacional, esta investigación busca identificar cómo las candidaturas son atravesadas por discursos, llamamientos y gestos de carácter religioso. Para ello, se analizó el contenido publicado en las páginas de Facebook de los candidatos a la alcaldía cuyo nombre en las urnas incluye el término pastor durante el periodo electoral 2020. Los contenidos de candidatos sin nomenclatura religiosa se suman para verificar las distinciones y similitudes entre los grupos. Se analizaron 5035 publicaciones mediante análisis de contenido. Como resultados, se identificaron elementos que los aproximan, como cuestiones de políticas públicas, pero con distinta preferencia por los temas y guiños religiosos. Al centrarnos en el grupo eclesástico, comprobamos que el énfasis en el cruce religioso difiere según la clasificación ideológica del partido.

Palabras clave: elecciones 2020; Facebook; religión; candidatos pastorales; análisis comparativo

Résumé

Les croisements religieux dans les campagnes électorales brésiliennes : discours, appels et accents sur la communication en ligne des candidats pasteurs et non pasteurs en 2020

Compte tenu de l'importance de l'évangélisme sur la scène politique nationale, cette recherche identifie comment les candidatures sont traversées par des discours, des appels et des attitudes à caractère religieux. A cet effet, les contenus publiés sur les pages Facebook des candidats à la mairie dont le nom de vote comporte le terme pasteur, lors de la période électorale de 2020, ont été analysés. Les contenus des candidats sans nomenclature religieuse sont ajoutés afin de vérifier les distinctions et similitudes entre les groupes. 5035 publications ont été analysées à l'aide de l'analyse de contenu. Cette analyse a permis d'identifier les éléments qui rassemblent les candidats, tels que les questions de politique publique. Cependant, les connotations religieuses et les thèmes éthiques et moraux sont plus appréciés par les pasteurs. En se concentrant sur les spécificités du groupe ecclésiastique, on constate que l'accent mis sur le croisement des religions diffère selon la classification idéologique du parti.

Mots-clés : élections 2020 ; Facebook ; religion ; candidats pasteurs ; analyse comparative

Artigo submetido à publicação em 06 de junho de 2022.

Versão final aprovada em 06 de fevereiro de 2024.

Opinião Pública adota a licença Creative Commons CC-BY.

