



**Crete vota assim: lógicas midiático discursivas sobre a  
identidade político religiosa dos cristãos durante as eleições  
presidenciais de 2022 no Brasil <sup>12</sup>**

**Believers vote like this: discursive media logics about the  
religious political identity of Christians during the 2022  
presidential elections in Brazil**

Flavio Salcedo Rodrigues Moreira<sup>3</sup>

Laiza Fernanda dos Santos Hofmann<sup>4</sup>

**Resumo:** A interação entre política e religião nas eleições brasileiras de 2022 revelou a complexidade dessa relação, com influenciadores digitais religiosos desempenhando papel crucial na construção de identidades político-religiosas. Este artigo investiga como esses influenciadores utilizam discursos religiosos para justificar posicionamentos políticos, analisando a produção e consumo de conteúdos midiáticos. A metodologia inclui uma abordagem interdisciplinar, utilizando teorias de consumo midiático, memória cultural e análise do discurso. Os resultados mostram uma polarização significativa entre discursos de direita e esquerda, evidenciando a ressignificação de textos culturais para legitimar diferentes posicionamentos. A pesquisa destaca a importância do consumo midiático na formação de identidades político-religiosas e sugere a necessidade de estratégias que promovam diversidade e pluralismo no espaço digital.

**Palavras-chave:** Mídia e Processos Sociais; Memória Cultural; Política; Religião; Eleições de 2022.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP.

<sup>2</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

<sup>3</sup> Doutorando PPGCOM-ESPM.

<sup>4</sup> UNASP-SP.



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

**Abstract:** The interaction between politics and religion in the 2022 Brazilian elections highlighted the complexity of this relationship, with religious digital influencers playing a crucial role in shaping political-religious identities. This article investigates how these influencers use religious discourse to justify political positions, analyzing the production and consumption of media content. The methodology includes an interdisciplinary approach, using theories of media consumption, cultural memory, and discourse analysis. The results show significant polarization between right- and left-wing discourses, evidencing the reinterpretation of cultural texts to legitimize different positions. The research underscores the importance of media consumption in forming political-religious identities and suggests the need for strategies that promote diversity and pluralism in the digital space.

**Keywords:** Mediatization; Cultural Memory; Politics; Religion; 2022 Elections.

### 1. INTRODUÇÃO

O último pleito eleitoral para presidência no Brasil, em 2022, evidenciou a intensa interação entre os espectros políticos de direita e esquerda, com destaque para o embate no campo religioso cristão, um fenômeno global que desafia continuamente pesquisadores em sua análise sobre a intrincada relação entre política e religião. A interação entre esses dois campos influencia diretamente o debate público, os processos eleitorais e a construção das identidades individuais e sociais (WUTHNOW, 2021). No entanto, apesar de seu impacto significativo, as dinâmicas e os efeitos dessa interação ainda são um tema complexo e multifacetado que merece uma análise aprofundada. As relações entre política e religião, bem como os valores simbólicos de cada um enquanto fatores de legitimação para escolha de candidatos (BARBOSA, 2022) foi um dos grandes pontos de discussão ao longo das eleições brasileiras de 2022 (FADIL, 2022). O impacto das interações entre política e religião foi marcante nas eleições de 2022 (ARAÚJO e MAGACHO, 2022), mas não é exclusivo do contexto brasileiro. Nas eleições norte-americanas, italiana, espanhola e israelense, a religião teve um grande protagonismo no cenário político (MACHADO, 2022; KNELL, 2022).



## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Além de gerar impactos nas sociedades em nível nacional, a intersecção entre religião e política gera profundos tensionamentos, transformações e embates mesmo em contextos culturais em que se esperaria uma certa hegemonia simbólica e discursiva sobre estes assuntos. Isso pôde ser visto, por exemplo, em denominações cristãs que se dividiram politicamente entre direita e esquerda. Apesar de cada instituição religiosa possuir um conjunto unificado de crenças sistematizadas, quando temas políticos foram introduzidos nestes ambientes culturais, posicionamentos distintos surgiram entre os grupos de fiéis que compunham estas religiões. Neste contexto, discursos religiosos foram utilizados para legitimar posicionamentos políticos e estes foram ressignificados sob uma perspectiva religiosa. Em uma mesma igreja era possível ver pessoas utilizando os mesmos textos culturais religiosos para defender posicionamentos políticos opostos.

Nos campos dos estudos sobre consumo midiático e da memória cultural podemos inferir que, além dos processos de circulação de textos culturais entre os campos político e religioso, houve também o fenômeno de memórias em disputa, em que cada grupo social buscava preservar suas identidades culturais através da ressignificação de seus textos. Durante o período eleitoral de 2022 foi possível observar como representantes dos posicionamentos políticos de direita e esquerda desenvolveram estratégias discursivas sobre o que era ser cristão e, decorrente disso, em quem um cristão deveria votar. Neste contexto, as memórias culturais dos campos política e religião foram mescladas, ressignificadas e reorganizadas, principalmente através das produções midiáticas presentes no meio digital.

Este artigo, portanto, teve como propósito analisar este fenômeno sob a ótica dos estudos do consumo midiático, comunicação e memória cultural. Assim, foi observado como se deram as ações de produção e ressignificação dos textos culturais que circulam nos campos religioso e político brasileiros, através dos processos de produção e consumo de produtos midiáticos no ambiente digital. Desta forma, o problema de pesquisa deste projeto se constituiu no seguinte questionamento: como o discurso sobre o que é ser cristão, presente nas produções midiáticas de influencers digitais religiosos



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

durante o período eleitoral de 2022, foi utilizado para justificar o posicionamento político entre direita e esquerda?

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia adotada detalha a aplicação prática dos conceitos de consumo midiático e midiatização, especificando como estes embasam a análise dos dados coletados. A abordagem interdisciplinar, incorporando teorias da comunicação, memória cultural e análise do discurso, orienta a investigação sobre a o discurso dos influenciadores digitais cristãos, delineando o processo de seleção e análise do conteúdo midiático sob uma ótica crítica. Este artigo foi organizado através das seguintes seções: a) Consumo midiático e construção da memória cultural, b) Política e Religião na memória cultural brasileira e, c) Discurso político religioso nas produções midiáticas de influenciadores digitais cristãos brasileiros.

Na primeira etapa desta pesquisa foi utilizada uma abordagem sobre o consumo das mídias, midiatização e seu impacto na religião. Roger Silverstone (2014) e Stig Hjarvard (2014) foram utilizados para compreender o papel do consumo midiático e dos processos de midiatização como organizadores das práticas sociais. Para estabelecer a conexão entre comunicação e estudos sobre memória, faremos referência aos estudos de Iuri Lotman (1996). Lotman (1996) será fundamental na análise das relações entre comunicação e memória, ampliando nossa compreensão sobre como os textos culturais e a produção simbólica são essenciais na construção das memórias individuais e coletivas. Quanto à memória cultural, foram utilizadas as teorias de Lotman (1996) sobre cultura, semiosfera, fronteiras, memória e textos culturais. Assmann (2008a, 2011) e Assmann (1995 e 2008b) trouxeram suas reflexões sobre a memória cultural, memória coletiva e políticas da memória para contribuir com a compreensão das dinâmicas entre política, religião e memória.

A etapa sobre política e religião na memória cultural brasileira trabalhou as abordagens de Magali (2004, 2019, 2020, 2023), que se dedica ao estudo das relações entre religião, política e democracia no Brasil. Ela aborda o engajamento político dos



## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

evangélicos e o uso das mídias sociais por esses grupos (2020). Cunha (2019 e 2020) oferece uma análise abrangente sobre o engajamento político dos evangélicos, examinando suas motivações, estratégias e formas de organização. Ela também discute a relação entre religião, política e democracia, levantando questões sobre a influência dos grupos religiosos na esfera política e as implicações disso para a democracia brasileira (2020).

O terceiro eixo do marco teórico foi dedicado a análise do discurso político religioso presente nas produções midiáticas de influenciadores digitais cristãos brasileiros. Neste ponto foram apresentados os critérios de definição do corpus e análise do discurso midiático. Para a seleção das religiões a partir de onde foram selecionados os influenciadores foi utilizado o critério demográfico, considerando o número de membros em relação à população total no Brasil. De acordo com o IBGE (2010), dentre as pessoas que professam algum tipo de religião, 64% se identificam como católicos e 22% como protestantes (IBGE, 2010). Destes 22% de protestantes, protestantes de missão são 57% e os protestantes evangélicos correspondem a 43% (IBGE, 2012). Portanto, a escolha das religiões de onde serão escolhidos os influenciadores será composta da seguinte forma: Igreja Católica Apostólica Romana, Igreja Batista (representando os protestantes de missão) e a Igreja Assembleia de Deus (representando dos protestantes pentecostais). O segundo passo foi a escolha dos influenciadores a serem utilizados. Utilizamos dois critérios: um quantitativo e outro qualitativo. Como quantitativo faremos um recorte por número de inscritos no Youtube. Como critério qualitativo selecionamos aqueles que se posicionaram abertamente, durante o período eleitoral de 2022, a favor de um posicionamento político à direita ou à esquerda. Foram selecionados um para cada espectro político.

Depois foi desenvolvida a seleção de conteúdo produzido por estes influenciadores. Utilizamos como critério para definição do conteúdo a ser analisado os procedimentos e classificações apresentados por Sampaio (2021): unidade amostral, unidade de análise e referencial de codificação. Como unidade amostral tomamos os vídeos postados no Youtube em que os influenciadores selecionados apresentaram seu



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

posicionamento político. A escolha de cada unidade amostral foi pautada por: período (durante a campanha presidencial de 2022) e assunto (apresentação e/ou defesa de posicionamento político). Para delimitar a quantidade de material a ser analisada pelo critério período, propusemos a utilização do calendário eleitoral estabelecido pelo Tribunal Superior Eleitoral, que foi de 16 de agosto (início da veiculação de propaganda eleitoral) até 30 de outubro, votação do segundo turno para presidente, totalizando dez semanas. Desta forma, foi escolhido um vídeo por influenciador, por posicionamento político, por religião.

1 Vídeo x 2 Influenciadores x 3 religiões = 6 vídeos

Quanto à unidade de análise (SAMPAIO, 2021), propomos a seleção, a partir dos critérios mencionados na unidade amostral, dos vídeos que abordem o assunto política e/ou eleições. Dentro deste escopo, a unidade de contexto proposta é o conteúdo falado nos vídeos selecionados. Sendo assim, não serão tomados para a análise outros fatores de produção presentes no vídeo, tais como cenário, efeitos musicais ou visuais. Para o referencial de codificação elaboramos um livro de códigos. Sampaio (2021) menciona que nesta etapa é necessário que sejam definidas as categorias que serão utilizadas para classificar os códigos selecionados. Utilizamos as categorias religião e política, representando os sistemas de memória cultural analisados por este trabalho. Quanto aos códigos, demos enfoque ao termo “cristão”, observando como ele foi utilizado na correlação com outros conceitos – tais como amor, pátria, país, família, próximo, religião, estado, política, eleições, voto – presentes nos discursos de cada influenciador. Estas palavras foram compreendidas como os textos culturais analisados em cada vídeo.

### 3. MIDIATIZAÇÃO, MEMÓRIA E RELIGIÃO

Stig Hjarvard (2014) argumenta que a midiatização vai além da simples mediação, influenciando profundamente as estruturas sociais e culturais. Ele descreve a





## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

mediatização como a transformação da sociedade e da cultura pela influência das mídias em todos os aspectos da vida social (Hjarvard, 2014). No contexto religioso, Hjarvard (2014) explora como a mediatização afeta práticas e crenças, sugerindo que a mídia não apenas transmite conteúdos religiosos, mas também compete e substitui instituições religiosas tradicionais. Ele identifica três formas principais de interação entre mídia e religião: a mídia como transmissora de conteúdos religiosos, substituta das instituições religiosas, e concorrente das religiões tradicionais (Hjarvard, 2014).

Hjarvard (2014) também apresenta o conceito de "religião banal", onde elementos religiosos são integrados em produtos midiáticos e na cultura popular sem a intenção explícita de promover a fé. Ele afirma que programas de televisão, filmes e outros produtos culturais muitas vezes contêm temas e símbolos religiosos que contribuem para a disseminação de valores e narrativas religiosas de maneira sutil e indireta (Hjarvard, 2014). Esta integração pode reconfigurar o campo religioso, criando formas singulares de prática e experiência religiosa que refletem as lógicas e formatos da mídia.

Roger Silverstone (2014) explora como a mediatização transforma as práticas religiosas e a própria natureza da fé. Ele argumenta que a mídia não apenas reflete a realidade, mas também a molda, sendo uma força poderosa na construção do significado cultural (Silverstone, 2014). O autor destaca que a mídia oferece uma plataforma para a expressão pública da religião, permitindo que discursos religiosos alcancem audiências mais amplas (Silverstone, 2014). Esse processo, no entanto, não é neutro; a mídia seleciona, enquadra e transforma as mensagens religiosas, influenciando sua percepção e compreensão pelo público (Silverstone, 2014).

Silverstone (2014) também discute a secularização e desinstitucionalização da religião através da mediatização, sugerindo que a mídia contribui para a fragmentação da autoridade religiosa tradicional e promove a individualização da fé. Ele indica que a mídia permite que os indivíduos acessem e escolham entre uma ampla gama de tradições e práticas religiosas, criando uma espiritualidade personalizada (Silverstone, 2014). Além disso, ele aborda a espetacularização da religião, onde práticas e eventos



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

religiosos são transformados em entretenimento, aumentando a visibilidade da religião, mas potencialmente diluindo seu conteúdo espiritual (Silverstone, 2014).

Ambos os autores concordam que a mídia exerce uma influência significativa na transformação das práticas e crenças religiosas. No entanto, enquanto Hjarvard (2014) foca nas disputas e interações entre as instituições religiosas e a mídia, Silverstone (2014) enfatiza a moldagem e construção do significado cultural pela mídia. A ideia de Hjarvard (2014) sobre a "religião banal" pode ser vista como um complemento à análise de Silverstone (2014) sobre a espetacularização da religião. Ambos reconhecem que a mídia incorpora elementos religiosos em contextos seculares, mas Hjarvard (2014) foca no impacto sutil e indireto desses elementos na cultura popular, enquanto Silverstone (2014) se preocupa com a transformação desses elementos em formas de entretenimento.

Além disso, a discussão de Hjarvard (2014) sobre a mídiatização como uma condição estrutural para a comunicação social se alinha com a perspectiva de Silverstone (2014) sobre a mídia como um espaço de significado e interação social. Ambos veem a mídia como um agente ativo na redefinição das formas de prática e experiência religiosa, mas com abordagens ligeiramente diferentes em relação às consequências dessa transformação.

### 3.2 MEMÓRIA RELIGIOSA MIDIATIZADA

Iuri Lotman (1996,) apresenta uma perspectiva fundamental para analisar a semiosfera como o espaço semiótico onde a comunicação e a cultura interagem, criando e transformando memórias. Segundo Lotman (1996), a semiosfera é composta por textos culturais que atuam como agentes de memória, preservando e transmitindo significados ao longo do tempo. Esses textos, que incluem desde documentos históricos até produções midiáticas, são essenciais na construção das memórias individuais e coletivas, moldando a maneira como as sociedades recordam e reinterpretam o passado (Lotman, 1996).





## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

A memória cultural, conforme elaborada por Lotman (1996), envolve um processo contínuo de negociação e reinterpretação dos significados culturais, onde as fronteiras entre diferentes textos e discursos são constantemente redefinidas. Essa visão é ampliada pelas teorias de Jan e Aleida Assmann, que distinguem entre memória coletiva e memória cultural. Jan Assmann (2008b, 1995) argumenta que a memória coletiva se refere às lembranças compartilhadas por um grupo específico, enquanto a memória cultural abrange as tradições e narrativas que transcendem gerações, sendo preservadas por meio de textos culturais e práticas simbólicas. Aleida Assmann (2008<sup>a</sup>, 2011) complementa essa perspectiva ao discutir as políticas da memória, que envolvem a seleção, organização e institucionalização de lembranças específicas em detrimento de outras. Essas políticas são influenciadas por fatores políticos e religiosos, que moldam a forma como as sociedades recordam e interpretam eventos históricos.

Quando essas teorias são aplicadas ao contexto da mediação da religião, conforme analisado por Stig Hjarvard (2014), podemos observar como a mídia moderna atua como um importante agente de memória, transformando não apenas a transmissão de conteúdos religiosos, mas também as práticas e crenças associadas. Ao atuar como transmissora, a mídia amplia o alcance das mensagens religiosas, inserindo-as no espaço semiótico descrito por Lotman (1996). Os textos midiáticos tornam-se parte da semiosfera, contribuindo para a construção e manutenção da memória cultural e coletiva. Isso é especialmente relevante nas sociedades onde as práticas religiosas tradicionais estão cada vez mais dependendo dos recursos midiáticos. Desta forma, a mídia assume o papel de preservadora e disseminadora de símbolos e narrativas religiosas.

Devido à sua presença e atuação constante, a mídia reconfigura funções anteriormente desempenhadas pelas instituições religiosas, oferecendo novas formas de interação espiritual que são integradas à memória cultural. A substituição de funções religiosas pela mídia é uma forma de redefinir as fronteiras semióticas, criando novas modalidades de religiosidade que são, ao mesmo tempo, individuais e comunitárias, refletindo a transformação das práticas religiosas analisadas por Hjarvard (2014).



O relacionamento entre mídia e instituições religiosas, por sua vez, ilustra a dinâmica de fronteiras e reconfiguração de significados dentro da semiosfera. A introdução de narrativas seculares que rivalizam com as tradições religiosas contribui para a transformação da memória coletiva, ao integrar elementos religiosos em contextos culturais mais amplos e menos institucionalizados. Um dos pontos onde isso pode ser verificado é no aumento das narrativas políticas presentes no discurso religioso.

Desta forma, a midiática da religião, conforme descrita por Stig Hjarvard (2014), resulta em uma profunda transformação das práticas religiosas e das memórias associadas, integrando-se às teorias de Iuri Lotman (1996), Aleida Assmann (2008a, 2011) e Ian Assmann (1995, 2008b) sobre memória cultural e coletiva. A mídia não apenas transmite e preserva conteúdos religiosos, mas também redefine a forma como esses conteúdos são experienciados e lembrados, criando novas modalidades de religiosidade e memória que são simultaneamente preservadas e transformadas pelas influências midiáticas.

#### **4. POLÍTICA E RELIGIÃO NA MEMÓRIA CULTURAL BRASILEIRA**

A relação entre política e religião no Brasil é um fenômeno complexo que permeia a memória cultural do país. Utilizaremos as perspectivas de Cunha (2004, 2019, 2020, 2023) para observar as dinâmicas deste fenômeno, visando, em especial, os processos de mediação, midiática e as interações entre religião e política no contexto brasileiro. Cunha (2004) compreende a mediação como o espaço intermediário entre o estímulo e a resposta, preenchido por crenças, costumes e práticas culturais. A autora destaca que a mediação envolve um "espaço de crenças, costumes, sonhos, medos" de que configura a cultura cotidiana (Cunha, 2004, p. 21). Cunha complementa essa ideia ao afirmar que a mediação cultural não é algo externo às práticas sociais, mas parte integrante delas, influenciando e sendo influenciada por essas práticas (Cunha, 2004).

Já sobre midiática, Cunha (2004) refere-se ao processo pelo qual os meios de comunicação não apenas retransmitem informações, mas moldam e reconfiguram a vida



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

social e cultural. Cunha (2019) explica que a midiatização implica uma dinâmica em curso, onde as lógicas das mídias estruturam os processos interacionais. Essa visão é corroborada por Roger Silverstone (2019, p. 82), que descreve a midiatização como um "processo dialético fundamental" que integra os meios de comunicação na circulação geral de símbolos na vida social.

No Brasil, a relação entre religião e política é histórica e multifacetada. Cunha (2019) destaca que a religião não apenas participa do espaço público, mas também o constrói, transformando-se em "religião pública". Isso significa que a religião transcende suas fronteiras institucionais, interagindo com o secular e o não religioso em um intercâmbio dinâmico (Cunha, 2019). Esse processo é intensificado pela midiatização, que proporciona uma arena de visibilidade para os grupos religiosos, especialmente os evangélicos, que se articulam como um bloco social e político poderoso (Cunha, 2019).

Cunha (2020) observa que os evangélicos brasileiros, ao contrário de grupos fechados do passado, agora buscam integrar sua religiosidade com a vida moderna, incluindo a presença nas mídias e no mercado. Esse fenômeno é exemplificado pelo ativismo político evangélico, que se intensificou na última década, com líderes religiosos e fiéis participando ativamente de campanhas eleitorais e debates públicos (Cunha, 2019).

Quanto a memória cultural brasileira, pode-se inferir que ela é profundamente influenciada por essas interações entre política e religião. Cunha (2004) sugere que a cultura religiosa no Brasil é mediada por uma variedade de fatores sociais, econômicos e políticos, refletindo a pluralidade cultural do país. A midiatização desempenha um papel crucial ao moldar a percepção pública e a memória coletiva, promovendo uma reconfiguração contínua das identidades e práticas sociais.

## **5. ANÁLISE DO DISCURSO POLÍTICO RELIGIOSO**

### **5.1 O discurso dos Influenciadores**



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Padre Júlio Lancellotti (2022), em sua homilia do 22º Domingo do Tempo Comum, adota uma postura crítica em relação às injustiças sociais e à desigualdade no Brasil. Ele enfatiza a conexão entre fé e realidade social, criticando o uso da religião como instrumento de discriminação e preconceito. Lancellotti (2022) argumenta que a verdadeira prática da fé cristã deve levar a uma transformação social, promovendo a justiça e a solidariedade. Ele critica o distanciamento entre fé e vida prática, destacando a importância de um compromisso ativo com os mais vulneráveis, como os pobres, aleijados e cegos, que são frequentemente rejeitados pela sociedade e pelas instituições religiosas tradicionais (Lancellotti, 2022).

Já o Padre Paulo Ricardo (2022), em seu vídeo "Comunismo no Brasil: onde mora realmente o perigo?", adota uma postura fortemente contrária ao comunismo e ao socialismo, associando essas ideologias a uma ameaça às tradições e valores cristãos. Ele utiliza uma abordagem histórica e doutrinária para criticar o que ele vê como uma infiltração dessas ideologias nas instituições educacionais e culturais do Brasil (Ricardo, 2022). Padre Paulo Ricardo (2022) defende que o socialismo, assim como o comunismo, é incompatível com o cristianismo, e alerta para os perigos de uma doutrinação ideológica que busca formar uma sociedade socialista a partir da educação infantil.

Sob a perspectiva batista, Pastor Ed René Kivitz (2022), em seu vídeo, adota uma abordagem reflexiva e crítica sobre a prática da fé cristã, destacando a necessidade de um compromisso ético e social. Kivitz (2022) enfatiza que a fé cristã deve se manifestar em ações concretas de justiça e solidariedade, criticando a hipocrisia religiosa e a desconexão entre discurso e prática. Pastor Kivitz (2022) questiona a instrumentalização da fé para fins políticos e defende uma prática religiosa que seja coerente com os ensinamentos de Jesus, voltada para a transformação social e a promoção do bem comum.

Pastor Lucinho (Barreto, 2022), em seu vídeo "Porque vou votar 22", apoia explicitamente o presidente Jair Bolsonaro, apresentando-o como um defensor dos valores cristãos e das liberdades individuais. Ele critica fortemente o ex-presidente Luiz



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Inácio Lula da Silva, associando-o à corrupção e à ameaça socialista (Barreto, 2022). Lucinho usa uma retórica combativa, comparando a eleição a uma batalha decisiva, e conclama seus seguidores a votar em Bolsonaro como uma forma de proteger os valores cristãos e a liberdade no Brasil (Barreto, 2022).

Pastor Silas Malafaia (2022), em seu vídeo "O Cristão e a Política", defende a participação ativa dos cristãos na política como um dever cívico e espiritual. Ele argumenta que a cidadania terrena e a celestial são complementares, e que os cristãos devem votar de acordo com seus valores e crenças (Malafaia, 2022). Malafaia (2022) critica a tentativa de alienar os cristãos do processo político e enfatiza a importância de votar em candidatos que compartilhem dos mesmos fundamentos cristãos. Ele usa uma retórica forte contra a esquerda política, associando-a a uma ameaça aos valores cristãos e à liberdade (Malafaia, 2022).

O discurso do Pastor Paulo Marcelo é caracterizado por uma orientação política de esquerda, refletindo seu apoio explícito ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e ao Partido dos Trabalhadores (PT) (Schallenberger, 2022). Ele se posiciona contra o bolsonarismo e a influência de líderes religiosos conservadores, como Silas Malafaia, no cenário político brasileiro (Schallenberger, 2022). Em suas falas, Paulo Marcelo critica fortemente a desigualdade social e a manipulação política dentro das igrejas evangélicas (Schallenberger, 2022). Ele destaca a importância da união entre os progressistas, independentemente de suas diferenças pessoais ou teológicas, para combater o fascismo e promover a democracia no Brasil (Schallenberger, 2022).

A análise dos discursos destes influenciadores religiosos brasileiros — Padre Júlio Lancellotti, Padre Paulo Ricardo, Pastor Ed René Kivitz, Pastor Lucinho, Pastor Silas Malafaia e Pastor Paulo Marcelo — revela tanto convergências quanto divergências significativas em suas abordagens político-religiosas. Cada líder utiliza a retórica religiosa para mobilizar seus seguidores politicamente, mas suas orientações políticas e a forma como apresentam as memórias religiosas variam amplamente, como veremos a seguir.



## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

### 5.2 Aproximações nos Discursos Político-Religiosos

Todos os líderes analisados utilizam a retórica religiosa para mobilizar seus seguidores em torno de suas causas políticas. Eles reconhecem a importância da participação política dos cristãos e justificam suas posições políticas com base em princípios religiosos. Cada líder, porém, interpreta as escrituras e os ensinamentos cristãos para apoiar suas posições políticas. Por exemplo, Malafaia (2022) cita Mateus 22:21 e Romanos 13:7 para defender a participação política dos cristãos, enquanto Lancellotti (2022) utiliza o Evangelho de Lucas para criticar a desigualdade social. Tanto Lancellotti (2022) quanto Kivitz (2022) criticam a hipocrisia dentro das instituições religiosas e a desconexão entre discurso e prática. Lancellotti (2022) enfatiza a necessidade de um compromisso ativo com os mais vulneráveis, e Kivitz (2022) destaca a importância de uma prática religiosa ética e coerente.

### 5.3 Distanciamentos nos Discursos Político-Religiosos

Padre Paulo Ricardo (2022), Pastor Lucinho (2022) e Pastor Silas Malafaia (2022) adotam uma postura política de direita. Eles criticam fortemente o socialismo e o comunismo, associando essas ideologias a uma ameaça aos valores cristãos. Já o Padre Júlio Lancellotti (2022), Pastor Ed René Kivitz (2022) e Pastor Paulo Marcelo (2022) adotam uma postura de esquerda, enfatizando a justiça social e criticando as políticas conservadoras e a manipulação política dentro das igrejas.

### 5.4 Visão sobre a Religião e a Política:

Padre Paulo Ricardo (2022), Pastor Lucinho (2022) e Pastor Silas Malafaia (2022) veem a participação política dos cristãos como uma defesa dos valores tradicionais contra ameaças ideológicas. Eles enfatizam a proteção da família, da propriedade privada e das liberdades individuais. Padre Júlio Lancellotti (2022) e Pastor Paulo Marcelo (2022) veem a prática religiosa como um instrumento para promover a justiça social e a inclusão. Eles criticam a desigualdade e a manipulação política dentro das instituições religiosas. Pastor Silas Malafaia (2022) e Pastor Lucinho (2022)





## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

utilizam uma retórica combativa e direta, convocando seus seguidores para uma "batalha" política contra o que consideram ser ameaças à liberdade e aos valores cristãos. Enquanto Padre Júlio Lancellotti (2022) e Pastor Ed René Kivitz (2022) utilizam uma abordagem mais reflexiva e crítica, enfatizando a necessidade de uma prática religiosa ética e solidária.

### 5.5 Apresentação das Memórias Religiosas

Padre Júlio Lancellotti (2022) e Pastor Paulo Marcelo (2022) evocam memórias de luta por justiça social e resistência contra a opressão. Lancellotti (2022), por exemplo, menciona a importância de convidar os marginalizados para a mesa, seguindo o exemplo de Jesus que rompeu com as normas sociais para promover a inclusão. Paulo Marcelo (2022) critica a instrumentalização da fé para fins políticos conservadores e enfatiza a necessidade de combater o fascismo e promover a democracia, evocando memórias de resistência e união entre os progressistas.

Padre Paulo Ricardo (2022), Pastor Lucinho (2022) e Pastor Silas Malafaia (2022) utilizam memórias de ameaças ideológicas, como o comunismo e o socialismo, para justificar suas posições políticas. Ricardo (2022) alerta sobre a doutrinação nas escolas e a ameaça do socialismo educador, enquanto Lucinho (2022) e Malafaia (2022) convocam seus seguidores para votar contra candidatos de esquerda, associando-os à corrupção e à ameaça à liberdade religiosa.

Pastor Ed René Kivitz (2022) e Padre Júlio Lancellotti (2022) destacam memórias de hipocrisia religiosa e desconexão entre discurso e prática. Kivitz (2022) critica a instrumentalização da fé para fins políticos e enfatiza a necessidade de uma prática religiosa coerente e ética. Lancellotti (2022) critica a discriminação e a exclusão dentro das igrejas, promovendo uma fé que se manifesta em ações concretas de justiça e solidariedade.

## 6. RESULTADOS



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

A análise dos discursos político-religiosos dos líderes estudados revela uma polarização significativa entre defensores de uma postura crítica à desigualdade social e aqueles que veem na política de direita uma defesa dos valores cristãos tradicionais. As memórias religioso-políticas são instrumentalizadas de maneiras distintas, seja para promover a justiça social ou para defender uma visão tradicionalista da sociedade. Estas memórias são essenciais para entender as motivações e justificativas apresentadas em cada discurso, refletindo as complexas interações entre religião, política e cultura na sociedade brasileira. A diversidade de opiniões e abordagens dentro das igrejas evangélicas no Brasil destaca a complexidade e a riqueza do debate político-religioso no país, mostrando que a fé pode ser um poderoso instrumento tanto para a transformação social quanto para a defesa de valores tradicionais.

Os resultados desta pesquisa evidenciam uma interação complexa e multifacetada entre religião, política e consumo midiático. A pesquisa destaca a posição central dos influenciadores digitais religiosos, não apenas como mediadores, mas como criadores ativos de novos discursos e identidades, utilizando estratégias digitais para navegar e moldar a intersecção entre fé e política. A análise demonstrou que esses influenciadores não apenas reproduzem discursos existentes, mas também participam ativamente na construção de novos discursos e identidades, evidenciando o papel ativo dos consumidores de mídia na formação de suas próprias identidades político-religiosas. Um dos principais resultados observados foi como os influenciadores organizam seus discursos a partir de memórias culturais políticas para construir sua identidade religiosa. Sendo assim, cada discurso tenta construir semanticamente as identidades de um cristão de direita e esquerda.

Outro ponto significativo diz respeito à maneira como os textos culturais são mobilizados e ressignificados em contextos político-religiosos. A pesquisa mostrou que, apesar das claras divisões ideológicas, há uma permeabilidade e adaptabilidade dos símbolos e narrativas religiosas, que são empregadas para legitimar uma ampla gama de posicionamentos políticos. Este processo de ressignificação é evidenciado na utilização de memórias em disputa, onde os mesmos textos culturais são interpretados de maneiras



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

divergentes por diferentes grupos, refletindo a complexidade das dinâmicas identitárias em jogo.

### 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo contribuiu para uma compreensão mais aprofundada da relação entre consumo midiático e construção de identidades político-religiosas, especialmente em contextos de polarização política. Os influenciadores digitais religiosos, através de seus discursos midiáticos, desempenham um papel crucial na mediação desta relação, atuando como agentes de ressignificação cultural e política. As memórias em disputa, ressaltadas pela pesquisa, sublinham a natureza dinâmica e contestada da construção identitária, apontando para a necessidade de abordagens que considerem a multiplicidade de vozes e interpretações presentes no espaço público digital.

Em termos de implicações práticas, este estudo enfatiza a importância de reconhecer o papel do consumo midiático na formação de identidades político-religiosas, sugerindo que estratégias de comunicação e engajamento político devem considerar a complexidade e a fluidez das identidades culturais. Além disso, ressalta a necessidade de políticas e práticas que promovam a diversidade e o pluralismo no espaço digital, como forma de enriquecer o debate público e fortalecer a democracia.

### Referências

ARAÚJO, MARCOS e MAGACHO, GABRIEL. **Por que a religião está em alta nestas eleições?** Tribuna de Minas, 2022. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/politica/eleicoes-2022/30-09-2022/por-que-a-religiao-esta-em-alta-nestas-eleicoes.html>>. Acesso em 29 de maio de 2023.

ASSMANN, Aleida. Canon and Archive. In: ERLI, Astrid; NÜNNING, Ansgar (Ed.). Cultural Memory Studies: **An International and Interdisciplinary Handbook**. Berlin: Walter De Gruyter, 2008a. p. 97-107.

\_\_\_\_\_. **Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural**. Campinas: Unicamp, 2011.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

ASSMANN, Jan. **Collective Memory and Cultural Identity**. *New German Critique*, n. 65, p. 125-133, 1995.

\_\_\_\_\_. **Communicative and Cultural Memory**. In: ERLI, Astrid; NÜNNING, Ansgar (Ed.). **Cultural Memory Studies: An International and Interdisciplinary Handbook**. Berlin: Walter De Gruyter, 2008b. p.109-118.

BARBOSA, Bernardo. **Fé no Voto**. Uol, 2022. Disponível em: < <https://www.uol/eleicoes/especiais/politica-e-religiao.htm#fe-no-voto>>. Acesso em 29 de maio de 2023.

BARRETO, Lúcio. **Pastor Lucinho: Porque vou votar 22**. Canal Pastor Lucinho, 2022. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=HUxnRDuj0po> >. Acesso em 29 jun. 2024.

\_\_\_\_\_. **Vinho novo em odres velhos**. Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. doi:10.11606/T.27.2004.tde-29062007-153429. Acesso em: 2024-06-30.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Os processos de mediação das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico**. *Revista Famecos*, v. 26, n. 1, p. e30691-e30691, 2019.

\_\_\_\_\_. **Religião e política no Brasil nas primeiras décadas dos anos 2000: o protagonismo dos evangélicos**. *Fronteiras-Revista de Teologia da Unicap*, v. 3, n. 1, p. 40-65, 2020.

\_\_\_\_\_. **Global Populism: Its Roots in Media and Religion “Brazil Above Everything. God Above Everyone.” Political-Religious Fundamentalist Expressions in Digital Media in Times of Ultra-Right Populism in Brazil**. *International Journal of Communication*, v. 17, p. 23, 2023.

FADIL, Leonardo Namba. **Influências das organizações religiosas no processo eleitoral**. *Conjur*, 2022. Disponível em: < <https://www.conjur.com.br/2022-set-26/leonardo-fadil-influencias-religiosa-processo-eleitoral>>. Acesso em 29 de maio de 2023.

HJARVARD, Stig. **A mediação da cultura e da sociedade**. Editora Unisinos, 2014.

IBGE. **Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência do Censo Demográfico 2010**. IBGE, 2010. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/educacao/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9749>>. Acesso em 30 de maio de 2023.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

IBGE. **Censo 2010:** número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião. IBGE, 2012. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14244-asi-censo-2010-numero-de-catolicos-cai-e-aumenta-o-de-evangelicos-espíritas-e-sem-religiao>>. Acesso em 30 de maio de 2023.

KIVITZ, Ed René. **O bolsonarismo é COMPATÍVEL com o cristianismo?** Youtube, 24 de outubro de 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=D6xRO-XH38g>>. Acesso em 04 de jun de 2024.

KNELL, Yolande. **Eleição em Israel:** como vitória de Netanyahu alça extrema-direita ao poder. BBC, 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-63495033>>. Acesso em 29 de maio de 2023.

LANCELLOTTI, Júlio. **Homilia do Pe. Julio Lancellotti no 22º Domingo do Tempo Comum.** Canal O Arcanjo no Ar, 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SgHOJ8IUsOI>>. Acesso em 29 de jun de 2024.

LOTMAN, Yuri M. **La semiosfera I.** trad, de Desidério Navarro. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996.

MACHADO, Leandro. **Eleições 2022:** intolerância religiosa vai piorar seja qual for o eleito, diz pesquisadora. BBC, 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63152672>>. Acesso em 29 de maio de 2024.

MALAFAIA, SILAS. **O Cristão e a Política.** Canal Silas Malafaia Oficial, 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-GSYOp3U1AI>>. Acesso em 29 de jun de 2024.

RICARDO, Paulo. **Comunismo no Brasil:** onde mora realmente o perigo? Canal Padre Paulo Ricardo, 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IwCYmJ6FwUw>>. Acesso em 29 jun 2024.

SAMPAIO, Rafael Cardoso. **Análise de conteúdo categorial:** manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.

SCHALLENBERGER, Paulo Marcelo. **Pastor Paulo Marcelo Schallenberger #SIMPODCRER 34.** Youtube, 29 de ago. de 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VWICSQM2kRw>>. Acesso em 02 de jun 2024.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia.** São Paulo: Edições Loyola, 2014.

WUTHNOW, Robert. **Why religion is good for American democracy.** In: Why Religion Is Good for American Democracy. Princeton University Press, 2021.