

OS PROCESSOS DE MEDIATEZACÃO DAS RELIGIÕES NO BRASIL E O ATIVISMO POLÍTICO DIGITAL EVANGÉLICO

*THE PROCESSES OF MEDIATIZATION OF RELIGIONS IN BRAZIL AND THE
PROTESTANT DIGITAL POLITICAL ACTIVISM*

*LOS PROCESOS DE MEDIATIZACIÓN DE LAS RELIGIONES EM BRASIL Y EL
ACTIVISMO POLÍTICO DIGITAL EVANGÉLICO*

Magali do Nascimento Cunha¹

Resumo: este artigo dedica-se ao fenômeno da ampliação da ocupação de espaço pelos evangélicos na política nacional, com ênfase no lugar das mídias nesse processo. Destina-se atenção a um fenômeno em particular: a emergência do ativismo político evangélico. O objetivo é demonstrar como a mediação das religiões, especificamente o processo que envolve a fé evangélica no Brasil, é potencializadora desse fenômeno, provocando o surgimento do ativismo político digital evangélico. O estudo é desenvolvido em perspectiva interdisciplinar com base em abordagens teóricas da comunicação (estudos sobre mediação social) e das ciências da religião (evangélicos na política no Brasil) e em trabalhos da autora que relacionam mídia, religião e política. Resulta deste estudo a constatação de que o ativismo político digital evangélico emerge dos processos de mediação vividos por esse segmento religioso no Brasil.

Palavras-chave: Mediação. Religião. Política.

Abstract: this article is dedicated to the phenomenon of the expansion of the occupation of space in the national politics by Protestants, with emphasis in the place of the media in this process. Attention is focused on a particular phenomenon: the emergence

¹ Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela USP (2004). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). ORCID: 0000-0002-7679-7242. E-mail: magali.ncunha@gmail.com



of Protestant political activism. The goal is to demonstrate how the mediatization of religions, specifically the process involving the Protestant faith in Brazil, is a potentiator of this phenomenon, provoking the emergence of a Protestant digital political activism. The study is developed in an interdisciplinary perspective based on theoretical approaches of communication (studies on social mediatization), of religion studies (Protestants in politics in Brazil) and on previous works by the author that relate media, religion, and politics. The results of this study show that digital Protestant political activism emerges from the processes of mediatization experienced by this religious segment in Brazil.

Keywords: Mediatization. Religion. Politics.

Resumen: este artículo se dedica al fenómeno de la ampliación de la ocupación de espacio por los evangélicos en la política nacional, con énfasis en el lugar de los medios en este proceso. Es destinada atención a un fenómeno en particular: la emergencia del activismo político evangélico. El objetivo es demostrar cómo la mediatización de las religiones, específicamente el proceso que envuelve la fe evangélica en Brasil, es potencializadora de este fenómeno, provocando el surgimiento del activismo político digital evangélico. El estudio se desarrolla en una perspectiva interdisciplinaria basada en enfoques teóricos de la comunicación (estudios sobre mediatización social) y de las ciencias de la religión (evangélicos en la política en Brasil) y en trabajos de la autora que relacionan medios, religión y política. Resulta de este estudio la constatación de que el activismo político digital evangélico emerge de los procesos de mediatización vividos por este segmento religioso en Brasil.

Palabras clave: Mediatización. Religión. Política.

Introdução

Não se pode mais ignorar ou negar a visibilidade que as religiões alcançaram no espaço público no tempo presente. As religiões estão em evidência seja no âmbito do cotidiano (cultivo da religiosidade e sua pluralidade de práticas), no plano do acesso às mídias e da interação midiática (aquisição de espaços nas mídias tradicionais e digitais, produção e consumo de conteúdos, constituição de suas próprias celebridades, mediatização da linguagem e das práticas religiosas). Também são objeto da indústria cultural (temas de publicações, filmes, telenovelas), segmento do mercado (consumo de bens, serviços e entretenimento), esfera da representação e da participação política institucionalizada ou não (busca de religiosos e de instituições religiosas pela ocupação de cargos públicos, ativismo político e ações de grupos extremistas, com destaque para o Islã). Além

disso, estão presentes nos debates relacionados aos direitos civis (corpo, gênero, sexualidade, reprodução, biopolítica, liberdade de crença).

As abordagens das ciências humanas e sociais sobre o declínio das religiões por conta dos processos de secularização e modernização, introduzidos a partir do século XVIII, passaram, então, a demandar revisões (BERGER, 2001). As religiões, que na modernidade iluminista e humanista deixavam de ser reguladoras da vida coletiva, sendo relegadas ao domínio do privado, do indivíduo, da subjetividade, se mostram na contemporaneidade “desprivatizadas”.

Para João Batista Libânio (2002), isso não significa uma volta ao tempo em que as religiões eram referência fundamental das sociedades, pelo contrário, permanece a noção de emancipação sociocultural da modernidade. No entanto, a subjetivação e a individualização das religiões passam a ser questionadas por distintos grupos religiosos, em nome da superação do “aprisionamento” das religiões “ao universo do indivíduo”. Estes diferentes segmentos religiosos reivindicam a liberdade crítica social da fé, fazendo emergir as teologias políticas (da libertação, da prosperidade, por exemplo), o que resulta na ocupação do espaço público em suas diferentes dimensões (SANTOS, 2010).

Esse contexto “desprivatizante”, de publicização das religiões, dá mais visibilidade à pluralidade religiosa e às religiões como componentes que constituem identidades múltiplas e plurais que marcam as sociedades contemporâneas. Por isso, ele torna possível tanto a emergência de novas formas de comunicação e diálogo quanto as reações com manifestações de violência e de intolerância.

No que diz respeito ao Brasil, transformações nos quadros sociocultural e político, em especial nos anos de passagem da década de 1990 para a primeira dos 2000, têm intensificado e chamado a atenção de estudiosos e de pessoas interessadas nas questões que envolvem “religião” no Brasil.

Podemos identificar nesta transformação, a articulação de cinco fenômenos interligados entre si (CUNHA, 2017a):

(1) o fortalecimento do segmento Pentecostal, com o seu extenso número de igrejas autônomas, autóctones, que deu novos contornos ao cenário do Cristianismo, e provocou um crescimento significativo da população evangélica no País, em termos numéricos e geográficos, ressaltando a forte queda do número de católicos²;

² Este trabalho refere-se a evangélicos como todos os cristãos não católicos e não ortodoxos do Brasil. Há uma grande variedade de tipologias elaboradas por estudiosos da religião. Aqui optamos por uma síntese com

- (2) a intensa ocupação de espaços nas mídias tradicionais (rádio e TV) por grupos evangélicos, majoritariamente os pentecostais, em programação própria e não, ampliada pela extensa participação dos variados segmentos desse grupo cristão nas mídias digitais;
- (3) o crescimento do mercado da religião e o avanço do *marketing* religioso, que consolida os cristãos como um segmento de mercado, por meio da oferta de produtos e serviços especialmente concebidos para atender às suas necessidades religiosas, sejam de consumo de bens ou de lazer e entretenimento;
- (4) maior ocupação de espaço pelos evangélicos na política institucional, com a consequente consolidação da bancada evangélica no Congresso Nacional, articulada como Frente Parlamentar Evangélica (FPE), e a ampliação dos esforços, da parte de algumas igrejas e de suas lideranças, por mais presença e participação nos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário;
- (5) emergência de um ativismo político entre evangélicos, para além da política institucional, com discussão e realização de campanhas relacionadas a temas da pauta política, convocação para ações públicas e intensa atividade nas mídias digitais;
- (6) ampliação dos casos de intolerância religiosa, com maior incidência contra pessoas e grupos de religiões de matriz afro-brasileira, o que provoca presença mais intensa desses grupos no espaço público com reivindicações do direito à liberdade religiosa.

Este estudo se dedica ao fenômeno da ampliação da ocupação de espaço pelos evangélicos na política nacional, com ênfase no lugar das mídias nesse processo. É destinada atenção a um fenômeno em particular: a emergência do ativismo político evangélico. O objetivo é demonstrar como a mediação das religiões,

base nos estudos em mídia e religião desenvolvidos por Cunha, 2007: evangélicos históricos, que aportaram no País por meio da atuação de missionários originados dos Estados Unidos, no século XIX (congregacionais, metodistas, batistas, presbiterianos, episcopais, luteranos), e por meio de processos migratórios (anglicanos e luteranos); pentecostais, que chegaram ao Brasil por meio de trabalho missionário dos Estados Unidos, no início do século XX (Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, Evangelho Quadrangular) ou que se organizaram em torno de divisões dos grupos missionários (Deus é Amor, Brasil para Cristo, Cristo Vive, Igreja de Deus) ou que iniciam igrejas com base na ação de um líder carismático e privilegiam propostas mais massivas e centradas em presença midiática (Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça, Renascer em Cristo, entre muitas outras).

especificamente o processo que envolve a fé evangélica no Brasil, é potencializadora desse fenômeno, provocando o surgimento do ativismo político digital evangélico.

O estudo é desenvolvido em perspectiva interdisciplinar com base em revisão bibliográfica das abordagens teóricas da comunicação (estudos sobre midiaticização social e das religiões) e das ciências da religião (evangélicos na política no Brasil), combinada com o mapeamento e a classificação da atuação de indivíduos e grupos evangélicos que praticam ativismo político nas mídias sociais no Brasil do tempo presente, realizado pela autora em pesquisa de estágio pós-doutoral (CUNHA, 2017a).

Importa registrar que neste trabalho o olhar é voltado para a relação entre evangélicos, política e mídias interpretando-a como um fenômeno cultural. Joanildo Burity (2016) chama a atenção para isto, quando reconhece que como a cultura é mais do que o modo de vida de um grupo, sendo campo de disputas pelo horizonte de uma ordem alternativa, a religião não veio apenas ocupar um lugar no espaço público, mas construir o que denomina religião pública. Nesta compreensão, não apenas a religião se projeta para além da fronteira do privado, por meio da vivência pessoal e coletiva, das práticas religiosas informais e institucionalizadas, mas se torna uma ação coletiva, no espaço público, como cultura e como discurso sobre valores. Daí ter se tornado uma religião pública.

No Brasil da segunda década dos anos 2000, os evangélicos se apresentam “desprivatizados”, tendo saído da condição de minoria invisível para uma visibilidade publicizada por meio de estreita relação com as mídias e de participação política com a realização de projetos sociais em parceria com o poder público, com voz nos debates de temas amplos e na mediação de conflitos sociais, com a profissionalização da atuação política e o estabelecimento de estratégias. Esta nova postura e imagem se localiza no contexto da cultura gospel (CUNHA, 2007), com a recriação da identidade religiosa evangélica e o alargamento das fronteiras delineadas no passado entre o sagrado e o profano, baseadas em uma relação em torno da tríade música-consumo-entretenimento. E a participação política em interação no espaço público é elemento fundamental nesse processo.

O conceito de espaço público neste estudo está relacionado ao de *pólis*, tal como recuperado da filosofia grega e ressignificado por Hanna Arendt. É uma compreensão que transcende a noção geográfica e territorial relacionada ao espaço público da cidade, do Estado e da Nação, e também à visão que a vincula ao Estado moderno, à cidadania, à democracia, à mobilização, ao engajamento e à participação na política, ao discurso e à opinião pública (HABERMAS, 1984). Arendt refere-se à *pólis* como um lugar de aparição e de interação, “não importa onde [as pessoas] estejam”:

A rigor, a polis não é a cidade-estado em sua localização física; é a organização da comunidade que resulta do agir e falar em conjunto, e o seu verdadeiro espaço situa-se entre as pessoas que vivem juntas com tal propósito, não importa onde estejam. 'Onde quer que vás, serás uma polis': estas famosas palavras não só vieram a ser a senha da colonização grega, mas exprimiam a convicção de que a ação e o discurso criam entre as partes um espaço capaz de situar-se adequadamente em qualquer tempo e lugar. Trata-se do espaço da aparência, no mais amplo sentido da palavra, ou seja, o espaço no qual eu apareço aos outros e os outros a mim; onde os homens assumem uma aparência explícita, ao invés de se contentar em existir meramente como coisas vivas ou inanimadas (ARENDR, 2009, p. 211).

É aqui que o lugar das mídias e do processo da sociedade em mediação se destaca. Reconhecemos que não é possível compreender a “desprivatização” dos evangélicos brasileiros e a construção da religião pública por esse segmento cristão, sem se considerar a dinâmica acelerada e diversa de formas de interação dos diferentes grupos evangélicos entre si e com outros (religiosos e não religiosos) por meio das diferentes mídias. Parafraseando José Luiz Braga (2012, p. 37), assim vemos os processos de interacionalidade mediadora estimulando os modos pelos quais os evangélicos se comunicam e, em consequência, tentativamente se organizam no espaço público, em um movimento que os tira da reclusão dos templos à visibilidade da *pólis* mediada.

Evangélicos na política: dos templos à *pólis*

A estreita relação entre religiões e política não é novidade, basta retomar na história a romanização do Catolicismo e a sua constituição como poder cultural e político; as disputas culturais e políticas que envolvem o Islamismo e as religiões asiáticas; a emergência das teologias contextuais que buscam responder a demandas de movimentos sociais identitários (teologias negras, teologias feministas, teologias da libertação – latino-americana, dalit, minjung, africana, por exemplo).

No caso brasileiro, além de ser importante se considerar o poder do catolicismo e o lugar das teologias contextuais, é preciso reconhecer que há um lugar consolidado das religiões no espaço público, que delinea formas de relação entre religião e política no País, que inclui a participação político-partidária, mas vai muito além dela. Poderíamos listar vários elementos que demonstram isto:

- a) inúmeros programas sociais em parceria com o poder público, com ONGs e movimentos sociais e a presença de religiosos em conselhos de direitos, de políticas e de gestão de políticas sociais específicas;
- b) atuações de grupos religiosos em redes e articulações da sociedade civil; participação das religiões na economia não só com o comércio interno de produtos das religiões, mas com o crescimento das ofertas de entretenimento religioso (turismo e lazer em torno da religião);
- c) intensa presença nas mídias.

Joanildo Burity lê este momento da relação religião-política como uma redefinição do conceito e da abrangência da democracia:

O incômodo e a incerteza causados por essa “reaparição” da religião foi, aos poucos, sendo articulado à redefinição do conceito e abrangência da democracia, como forma política da inclusão social e da justiça, por meio da cidadania e do reconhecimento. De um lado, parte das políticas multiculturais dirigiu-se à incorporação da identidade religiosa ao rol das formas legítimas de afirmação da diferença cultural. De outro lado, um crescente número de ativistas religiosos foi acertando contas com o discurso democrático, e construindo seus espaços de visibilidade no interior das lutas democratizantes (BURITY, 2016, p. 27-28).

Portanto, nas demandas contemporâneas em torno de políticas culturais, das identidades coletivas, de ações afirmativas, do pluralismo, do consumo, dos movimentos sociais, de redes de articulação social e da política partidária, há uma intensa presença das religiões que deve ser reconhecida, seja ela avaliada de forma positiva, crítica ou relativizada.

Além deste “retorno” das religiões ao espaço público, elas são também lugares de afirmação de identidades e de práticas cotidianas que estruturam a vida, produzindo comunidade, integrando socialmente, inculcando valores. É neste sentido que as religiões se inscrevem culturalmente no espaço público e (re)legitimam sua função pública (BURITY, 2016). Com isso, a vivência pessoal e coletiva, informal e institucionalizada das práticas religiosas fica mais retida na fronteira do privado, mas também se projeta pelo espaço público como ação coletiva, como cultura e como discurso sobre valores, configurando-se uma religião pública.

Religião pública significa levar a religião para além de suas fronteiras institucionais e simbólicas, permitindo que o “outro-religioso” e o não religioso interajam na vivência religiosa. O religioso vai ao secular e o secular vai ao religioso, em um intercâmbio que, por vezes, leva a confrontos, que por vezes leva à formação de alianças antes impensáveis. Eis uma importante característica da religião pública: ser constituída de fronteiras permeáveis transpassáveis e fluídas.

É nesse sentido que podemos afirmar que a configuração da religião pública entre os evangélicos brasileiros dá-se no contexto da dinâmica da sociedade em mediação. Por mediação, referimo-nos, com base nos estudos de José Luiz Braga (2006), aos processos interacionais (de sociabilidade) que “se realizam de modos bastante diversos, em sociedades específicas”, e que se desenvolvem segundo as lógicas das mídias (BRAGA, 2006). A expressão “em mediação” refere-se ao fenômeno como um processo em curso, uma dinâmica, não um elemento consolidado ou determinado por uma única forma de estruturação.

Recorremos também a Roger Silverstone na compreensão de que a mediação é “um processo fundamentalmente dialético, ainda que não sempre igual, mediante o qual os meios de comunicação institucionalizados formam parte da circulação geral de símbolos dentro da vida social” (1999 apud Silverstone, 2006, p. 168-169, tradução nossa).

Esta noção se relaciona ao que Jesus Martín-Barbero explica quando se refere às “mediações comunicacionais na cultura”:

Inverto meu primeiro mapa [as mediações culturais da comunicação] e proponho as mediações comunicativas da cultura que são: a “tecnicidade”; a “institucionalidade” crescente nos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural; “a socialidade” - como o laço social está se transformando para os jovens, como as relações entre pais e filhos, e entre casais estão mudando. [...] E, finalmente, as novas “ritualidades” que acontecem em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela “tecnicidade”. De alguma maneira, nesse momento aceito que muda o lugar a partir do qual estava olhando. [...] Era preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que “o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito mais forte” (2009, p. 151-152).

No que diz respeito à mediação das religiões, Fausto Neto afirma essas “novas ritualidades” ao reconhecer que, no contexto a que Martín-Barbero se refere das novas interações via “tecnicidade”, ocorre uma “construção e publicização das

novas formas de religiosidades” (FAUSTO NETO, 2002, p. 152). Para o pesquisador, estas novas formas se constituem na dinâmica em que grupos religiosos “subordinam” as suas práticas e pautas de ação a processos de produção “que são tomados como empréstimos à esfera do campo dos media” (FAUSTO NETO, 2002, p. 152).

Identificamos, portanto, que novos fluxos comunicacionais – a circulação de sentidos e valores pelas fronteiras religiosas porosas – passam a dar novo significado às experiências e práticas e às doutrinas enraizadas nas tradições religiosas evangélicas brasileiras, conforme trataremos a seguir.

Novos significados

Independente das peculiaridades dos distintos grupos que formam o segmento evangélico, os evangélicos brasileiros foram classicamente identificados, nos estudos de religião, de acordo com Magali Cunha (2007):

- a) por uma predominante leitura fundamentalista (literalista) do texto sagrado cristão, a Bíblia;
- b) pela ênfase na piedade pessoal na busca da salvação da alma (influência do puritanismo e do pietismo dos pioneiros missionários que vieram do sul dos EUA do século XIX ao Brasil);
- c) por frequentes posturas de rejeição das manifestações culturais não cristãs do País (fruto da mesma ação de missionários);
- d) por um isolamento das demandas sociais (resultante da espiritualização das questões da existência individual e social), entre elas a participação política.

Como descrito anteriormente neste trabalho, transformações na cultura evangélica, na passagem do século XX para o XXI, provocaram alterações deste quadro.

Uma delas é identificada no apagamento da máxima “crente não é deste mundo, por isso não se mete em política”. Esta mudança ocorre especialmente a partir do Congresso Constituinte de 1986, quando foi formada a primeira bancada evangélica. A partir dali, pode-se dizer que a postura de isolamento desse segmento com relação à participação política – até então interpretada como algo “do mundo”, identificado a paixões terrenas – passou a conviver com outros ideais, referentes à participação e visibilidade na vida pública, que podem ser resumidos na formulação “irmão vota em irmão”.

Depois de altos e baixos numéricos, decorrentes de casos de corrupção e fisiologismo, a bancada evangélica se consolidou como força, o que resultou na criação da Frente Parlamentar Evangélica (FPE) em 2003. Até 2010, esses parlamentares não eram identificados como conservadores do ponto de vista sociopolítico e econômico. Suas vitórias consistiam em barrar o avanço de projetos considerados ofensivos à moralidade sexual religiosa: descriminalização do aborto e casamento *gay*, especialmente. Seus projetos raramente interferiam na ordem social: se revertiam em “praças da Bíblia”, criação de feriados para concorrer com os católicos, benefícios para templos. O perfil dos partidos aos quais a maioria desses políticos estava afiliada refletia isso, bem como recorrentes casos de fisiologismo.

Em pesquisa³ sobre as dinâmicas sociopolíticas e culturais enfatizadas nas narrativas de grande mídia noticiosas e mídias religiosas sobre a participação de evangélicos no processo eleitoral, podemos identificar uma potencialização da força do segmento no espaço público. Identificamos os seguintes elementos que contribuíram para isso:

a) uma nova aproximação dos políticos evangélicos com o Governo Federal. Ela já havido sido forte durante o Congresso Constituinte, foi enfraquecida nos anos 1990, apesar de todo o apoio eleitoral dado por lideranças das diferentes igrejas a Fernando Collor e Fernando Henrique Cardoso em suas candidaturas, mas se renova com a eleição de Luís Inácio Lula da Silva à presidência, em 2002. Esta situação foi facilitada pelas alianças feitas pelo PT com diversos partidos, nos quais deputados evangélicos estavam alocados, e à estratégia de campanha de aproximação com lideranças evangélicas das igrejas e da política partidária a fim de se superar a demonização da figura de Lula como comunista, opositor das igrejas, com a abertura do governo a várias iniciativas e a diversas lideranças evangélicas;

b) duas igrejas evangélicas tornam visíveis seus projetos de ocupação da política institucional do País: as Assembleias de Deus (AD) e a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Ambas passaram a ocupar, depois de 2003, espaços plenos de poder em partidos (respectivamente o Partido Social Cristão/PSC e o Partido Republicano Brasileiro/PRB) e em cargos públicos, como as nomeações dos ministros de Estado de Dilma Rousseff, Marcelo Crivella (PRB, Pesca, IURD), George Hilton (PRB, Esportes, IURD), e de Michel Temer, Marcos Pereira (PRB, Indústria, Comércio Exterior e Serviços, IURD), Ronaldo Nogueira (PTB, Trabalho, AD). A Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil tem trabalhado para o registro do seu próprio partido, o Partido Republicano Cristão (PRC). Nos últimos dois

³ Cf. pesquisa desenvolvida para estágio pós-doutoral que resultou na obra CUNHA, 2017a.

pleitos eleitorais, as ADs foram capazes de lançar dois candidatos à Presidência da República, Marina Silva (2010 e 2014) e o pastor Everaldo (2014), e a IURD conseguiu eleger o bispo e senador Marcelo Crivella como prefeito do Rio de Janeiro, o que dá o tom da força política alcançada por essas duas denominações evangélicas;

c) a partir de 2010 a grande mídia passou a enfatizar o tema dos direitos LGBTI na campanha eleitoral e nos projetos debatidos no Congresso Nacional (Plano Nacional de Direitos Humanos-3). Junto com esse tema, veio também a pauta legalização do aborto, com pressão sobre a então candidata à Presidência da República pelo PT, Dilma Rousseff. Houve muita mobilização de grupos evangélicos contra Dilma Rousseff, cuja campanha era defensora destes temas. Em 2013, o Caso deputado Marco Feliciano (antes PSC/SP, depois PODE/SP) retomou com força essas temáticas, com amplo espaço na mídia. Foi a inusitada nomeação do deputado como presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara e de escândalos que estiveram a ela relacionados. Este processo culminou no revigoramento das bandeiras políticas da bancada evangélica e de lideranças evangélicas, com projetos de visibilidade pública em torno da garantia da moralidade sexual no plano da legislação, sob o rótulo “Defesa da Família Tradicional” contra movimentos feministas e LGBTI. Na esteira dessa tendência, houve o fortalecimento do Partido Social Cristão (PSC) nas eleições de 2014, favorecendo o lançamento de candidato próprio à Presidência da República, o pastor Everaldo, e projetando a candidatura do deputado federal Jair Bolsonaro (ex-PSC, agora no PSL) à Presidência da República em 2018;

d) a eleição do deputado federal evangélico Eduardo Cunha (MDB/RJ) como presidente da Câmara dos Deputados, em 2015, ano de sua transferência da Igreja Sara a Nossa Terra para a Assembleia de Deus, contribuiu para uma reconfiguração da presença dos evangélicos na política nacional e para o fortalecimento de pautas conservadoras no congresso. Eduardo Cunha atuou intensamente na articulação do *impeachment* da residente Dilma Rousseff, em 2015 e 2016. Sua queda foi postergada, mas não evitada, tendo sido preso, em 2016, com acusações de corrupção, pela Operação Lava Jato da Polícia Federal (PF). Entretanto, continua a exercer seu poder;

e) uma série de pautas garantidoras da moralidade religiosa puritana, sob o rótulo de “defesa da família”, ganhou espaço na Câmara dos Deputados a partir de 2015, em especial sob a liderança de Eduardo Cunha, na forma de projetos de lei e projetos de emendas constitucionais e mais espaço foi dado para pautas relativas a privilégios à atuação pública das igrejas;

f) posicionamentos de parlamentares evangélicos ganham espaço para além das pautas religiosas, por meio de alianças com parlamentares e frentes

conservadoras, para a revisão de temas sociais como a redução da maioria penal e fim do Estatuto do Desarmamento. A articulação da bancada denominada BBB (Bala/Segurança, Boi/Ruralista e Bíblia/Evangélica) torna este processo visível assim como o apoio de evangélicos à candidatura do deputado Jair Bolsonaro, à Presidência da República em 2018;

g) a Operação Lava Jato, da Polícia Federal, com a Força Tarefa do Ministério Público Federal (MPF), que investiga crimes de corrupção na Petrobrás, ganha caráter messiânico com a liderança do procurador evangélico Deltan Dallagnol;

h) as mídias noticiosas consolidam a figura do pastor da Assembleia de Deus Vitória em Cristo Silas Malafaia como porta-voz dos evangélicos. Ele foi credenciado nos espaços midiáticos como “a voz” apta a emitir opiniões e avaliações sobre a relação evangélicos-política. Ele tornou-se porta-voz do discurso conservador de defesa da “família tradicional”, de reação contrária a avanços sociais, em especial no tocante aos direitos das mulheres e aos direitos sexuais. É possível afirmar que o discurso conservador de Malafaia alcança amplo espaço na grande mídia, pois responde a expectativas com a religião (imaginário e ideologia) da parte dos produtores do noticiário. A acreditação de Silas Malafaia como grande líder evangélico, atuando como porta-voz do grupo, foi também consolidada em mídias religiosas de grande alcance;

i) as mídias religiosas passam a dar visibilidade e a alimentar as ênfases temáticas e as dinâmicas em torno de pautas da moralidade sexual, veiculadas na grande mídia, em especial em torno da “guerra” entre políticos evangélicos e militantes de movimentos feministas e LGBTI. Com isso, essas mídias proporcionaram a recriação do “imaginário do inimigo” entre os evangélicos com abordagens como “salvar a família” dos militantes LGBTI, das feministas e da esquerda, cujo projeto maior é implantar o comunismo no País. Esses temas passaram a aparecer como conteúdo de campanha de candidatos a cargos públicos e estão presentes em discursos de lideranças das igrejas. Nesse contexto, as mídias religiosas contribuíram na recriação do imaginário da perseguição dos evangélicos em terras brasileiras, presente desde a implantação do protestantismo no século XIX, e do estímulo a uma “guerra espiritual” como resposta.

Estes elementos compõem o quadro que hoje coloca os evangélicos como grupo religioso protagonista no processo político em curso no Brasil, o que resulta na intensa visibilidade da bancada evangélica no Congresso Nacional, e também o surgimento de lideranças religiosas ativistas políticas não institucionais, com forte presença nas redes sociais digitais.

Relação evangélicos-política e as mídias

Esta pauta anteriormente descrita, passa pela compreensão dos processos comunicacionais que envolvem a ampla ocupação dos espaços da mídia tradicional por evangélicos, nos últimos 30 anos, por meio de concessões públicas, fenômeno denominado “coronelismo eletrônico evangélico” (FIGUEIREDO FILHO, 2010). Passa também pelo entendimento dos significados em torno da popularização da presença dos evangélicos na grande mídia em espaços noticiosos e de entretenimento, como parte do fenômeno “cultura gospel” (CUNHA, 2007). Inclui ainda a avaliação da relação do (novo) ativismo político evangélico com a forte presença de indivíduos, instituições e vinculados a este segmento religioso nas mídias digitais com inúmeros *sites*, *blogs* e perfis em mídias sociais (CUNHA, 2017a).

É fato que a dimensão da participação e da transformação dos receptores em emissores, por meio de processos de interação possibilitados pelas mídias digitais, especialmente, pela internet, mudou o quadro da relação igrejas-mídias, de forma expressiva. Quando se dedica à reflexão sobre as mídias sociais, uma infinidade de articulações e espaços é nítida. Igrejas e grupos cristãos passam de usuários das mídias, com o objetivo de apresentar o Evangelho e lhe dar visibilidade, a participantes de um espaço para além das fronteiras do sagrado e do profano – a *pólis* midiática, espaço de aparição midiaticizado (SILVERSTONE, 2010), uma realidade que não substitui as experiências vivida, mas as atravessa e as representa, espaço no qual indivíduos e grupos aparecem aos outros e os outros a eles. Nesse sentido igrejas e grupos cristãos podem firmar comunidade, articular, promover socialidade, expor posições diante de demandas sociais e discuti-las.

Por outro lado, as igrejas passam a não ter mais o controle do sagrado e da doutrina como tinham antes (HOOVER, 2014). As mídias digitais tornam possível que qualquer pessoa que manifeste uma fé, tenha ela vínculo formal com uma instituição cristã ou não, expresse suas ideias, reflexões e opiniões de forma livre. Nesse sentido, tirou o controle dos conteúdos da fé (doutrinas, símbolos, rituais, dogmas) das mãos das lideranças. Uma pessoa que tenha um simples espaço digital, seja um *blog* ou uma conta em mídias sociais, o que envolve baixíssimo custo acesso e de produção, tem abertura ampla para a livre manifestação, o que nem sempre foi possível nos espaços presenciais religiosos. Este processo de presença da religião no universo digital faz surgir novas autoridades religiosas: as celebridades evangélicas (pastores midiáticos e cantores gospel) e os *blogueiros* e *youtubers* gospel. Essas novas autoridades tornam-se referência para muitos evangélicos, quanto ao que pensar e como agir (KARHAWI, 2017).

Venício Lima instiga a uma compreensão deste fenômeno, quando chama a atenção para o importante papel que as mídias desempenham nas dinâmicas sociopolíticas: o poder de longo prazo que elas têm na construção da realidade por meio da representação que faz dos diferentes aspectos da vida humana e, particularmente, dos políticos e da política. “É através da mídia – em sua centralidade – que a política é construída simbolicamente, adquire um significado” (LIMA, 2009, p. 21). Desta forma, pode-se afirmar que a relação entre evangélicos e política no tempo presente, no Brasil, é marcada pelo processo de midiatisação social.

Não deixando de se tomar em conta os argumentos positivos e negativos referentes ao lugar da internet na promoção da participação política em sociedades democráticas (GOMES, 2005), é preciso reconhecer que a ocupação desse espaço possibilitou algum avanço na limitada visibilidade política destes grupos evangélicos minoritários, com efeitos nas mídias tradicionais, o que instiga à análise. É uma “arena de visibilidade” que forma a “esfera de visibilidade pública” (GOMES, 2014) dos evangélicos no Brasil.

Nesse sentido, como indicado em todos os elementos descritivos nos itens anteriores deste estudo, os evangélicos se colocam na arena como um bloco organicamente articulado. Não são mais “os crentes” ou os grupos fechados de outrora. A separação social, “do mundo”, deixa de ser um valor evangélico da tradição fundamentalista-puritana: são hoje um grupo que desenvolve a cultura “da vida normal” combinada com a religião com presença nas mídias, moda própria, artistas e celebridades, com inserção no mundo do mercado e do entretenimento. Além disso, esse segmento religioso se vê fortalecido como parcela social que tem suas próprias reivindicações e pode eleger seus próprios representantes para os espaços de poder público.

A essas situações, paradigmáticas para a relação evangélicos-política, soma-se um elemento novo e expressivo: o ativismo político evangélico, que deixa de ser restrito a épocas de eleições, com a atividade voltada à ação de cabos eleitorais dos candidatos em suas respectivas igrejas. Este ativismo ganha corpo a partir de 2010, com o envolvimento de lideranças religiosas e fiéis, tanto em períodos eleitorais, predominantemente (e curiosamente) em campanhas de oposição (para que não se vote em candidatos, fundamentalmente da esquerda), quanto na defesa ou na oposição a temas, como o apoio ao pastor Marco Feliciano, em 2013, quando presidente da CDHM, o projeto de redução da maioria penal liderado pelo senador evangélico Magno Malta, em 2015, ou o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, em 2016 (CUNHA, 2017a).

Esse ativismo tem se dado presencialmente nas ruas, como na anual Marcha para Jesus, evento de massa realizado pela Igreja Renascer em Cristo, no feriado católico de *Corpus Christi*, na cidade de São Paulo, com a presença de políticos evangélicos ou apoiados por igrejas evangélicas; ou em manifestações especificamente convocadas por lideranças evangélicas, como a Marcha pela Família Tradicional, realizada em Brasília, em 2013, convocada pelo Conselho Nacional de Pastores do Brasil, à época presidido pelo pastor Silas Malafaia; ou ainda em atos públicos em locais estratégicos, como os que são realizados pela Frente Evangélica pelo Estado de Direito, criada em 2016, para fazer oposição ao processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Os ativistas também são mobilizados a distância, por meio de manifestações múltiplas na internet, em especial postagens escritas, em áudios e em vídeos em mídias digitais (*websites, blogs, e mídias sociais*), especialmente o Twitter e o Facebook, como demonstrado no mapeamento realizado pela autora em 2016 (CUNHA, 2017a).

Este processo de dilatação do ativismo político evangélico coincide com o período do fortalecimento da bancada evangélica entre 2002 a 2004, e com a intensa campanha de grupos conservadores, em 2010, contra a eleição de Dilma Rousseff à Presidência da República. De forma surpreendente, a partir daí, e mais ainda depois de 2014, evangélicos de diferentes denominações, identificados com o discurso assumido por lideranças da bancada evangélica e por celebridades do cenário religioso, passam a se identificar publicamente como “conservadores” e “de direita” (CUNHA, 2017a). Os protestos de junho de 2013 e os movimentos conservadores dele derivados, a eleição do Congresso Nacional mais conservador desde 1964 no pleito de 2014 (DIAP, 2014) e a posse de Eduardo Cunha como Presidente da Câmara Federal, forneceram o ambiente propício para que os grupos identificados com o conservadorismo religioso, teológico e político, se revitalizassem e passassem a se expor mais publicamente.

É possível identificar que é no espaço da *pólis* midiática que a vida política tem se desenvolvido com mais intensidade e paixão, com a construção e reconstrução das visões de mundo (imaginários) com discursos tornados públicos e chamamento a ações coletivas.

Aqui temos o que Fausto Neto (2010) denomina “jogos complexos de oferta e reconhecimento”. Por meio deles se legitimam valores morais e se deslegitimam outros. No mundo da religião isto é muito intenso, basta observar a oferta do discurso religioso de “salvação da família que está em risco”, com as propostas e campanhas por direitos sexuais por parte de mulheres e de LGBTIs (CUNHA, 2017a). Esta oferta promoveu identificação e reconhecimento de evangélicos e católicos

romanos conservadores a ponto, por exemplo, de consolidar o termo “ideologia de gênero” como delimitador de uma nova fronteira identitária (CUNHA, 2017b).

Nesse sentido, as lógicas de fidelização e “contratos de leitura” (FAUSTO NETO, 2010) são postas em xeque. Evangélicos que, historicamente, condenam católicos como idólatras e pagãos, rompem esta fronteira pelas mídias e quebram a lógica clássica da hostilidade e do antiecumenismo, por meio da associação de combate a um inimigo comum.

Pesquisa publicada sobre a relação mídia, religião e política indicou um predomínio da corrente conservadora evangélica no Brasil nos espaços midiáticos religiosos tradicionais e digitais (CUNHA, 2017a). É o reflexo do predomínio que alcançam no espaço político partidário. Nesse contexto, a ação midiática promove a invisibilidade de outros grupos religiosos e mesmo de evangélicos de vertente progressista.

O mapeamento realizado na pesquisa mostrou que os grupos evangélicos em evidência nas mídias tradicionais no Brasil são pentecostais na totalidade e dispõem de recursos financeiros, alcançados pelas práticas religiosas baseadas na Teologia da Prosperidade, aquela que reafirma as lógicas do mercado (bênção de Deus manifesta-se em elementos materiais – saúde, felicidade na família e bens). Isso tornou possível a profissionalização de sua presença nas mídias e o estabelecimento de um padrão de visibilidade midiática. Nesse rastro, criou-se uma cultura midiática evangélica que possibilitou que estes grupos e os indivíduos e segmentos evangélicos que neles se inspiram se pusessem inteiramente à vontade no mundo das mídias digitais. Como exemplo, temos a figura do pastor Silas Malafaia, que por conta desta visibilidade foi alçado à condição de “porta-voz” dos evangélicos também pelas mídias tradicionais não religiosas, sendo personagem alvo da coleta de depoimentos, opiniões e pronunciamentos na quase totalidade da grande mídia (CUNHA, 2015).

Portanto, o mapeamento indica que os ativistas evangélicos conservadores têm noção do lugar das mídias na conquista de espaço e de visibilidade no espaço público e dominam as técnicas e métodos de alcance das mídias sociais. Esses grupos também têm discursos com teologia e linguagem que respondem ao imaginário fortemente fundamentalista dos evangélicos brasileiros. Recorrem à Bíblia como regra literal de fé e como respaldo às ideias que propagam.

O espaço privilegiado a grupos evangélicos conservadores na programação da grande mídia tradicional, pode ser compreendido pelo fato de estas serem historicamente alinhadas a valores e políticas conservadoras, dado o perfil dos seus proprietários.

O ativismo progressista evangélico não tem o mesmo nível de alcance dos conservadores: não há celebridades midiáticas neste grupo; sua teologia e linguagem são conflitantes com o imaginário religioso conservador que caracteriza os evangélicos brasileiros; não têm a simpatia da grande mídia. Como minoria, os evangélicos progressistas ocupam as mídias digitais e têm este espaço midiático como sua maior possibilidade de expressão e visibilidade no presente. As mídias digitais são o seu ambiente de ação contra-hegemônica tanto na esfera política como também no cenário evangélico brasileiro, e têm possibilidade de alcance e visibilidade nunca antes alcançada.

Como exemplo, o pastor da Igreja Batista do Caminho, Henrique Vieira, liderança do PSOL no Rio de Janeiro, por conta de sua presença em mídias digitais e eventos públicos, tem conquistado espaço em mídias alternativas noticiosas, como também em grande mídia tradicional⁴. Da mesma forma, a Frente Evangélica pelo Estado de Direito, fundada em 2014, e a visibilidade alcançada por sua liderança maior, o pastor de origem batista Ariovaldo Ramos, que tem conquistado a atenção e espaço em mídias digitais alternativas, como o *blog* Nocaute e o coletivo Mídia Ninja. Nesse sentido, a superação da condição de invisibilidade dos evangélicos progressistas é elemento novo que deve ser observado e analisado em novas e atualizadas pesquisas.

Considerações finais

O ativismo político digital evangélico é componente novo na forma como os evangélicos brasileiros se inscrevem culturalmente na *pólis*, como um grupo religioso “desprivatizado”, construtor de uma religião pública. Esse ativismo torna-se elemento destacado no processo de participação política desse grupo religioso.

O ativismo político digital evangélico emerge dos processos de midiaticização vividos pelo segmento evangélico no Brasil, diga-se, dos circuitos criados e recriados pela intermediação das mídias que viabilizam interação entre evangélicos e de evangélicos com outros grupos religiosos e não religiosos, interessados em discutir temas, realizar campanhas e estabelecer ações em torno das pautas políticas do País.

Do ponto de vista da participação política, a presença dos evangélicos na *pólis* midiática, ao mesmo tempo em que potencializa a visibilidade deste segmento religioso, amplifica o sentimento de existência e pertença, ressignifica identida-

⁴ De novembro de 2017 até a redação deste artigo, em maio de 2018, o pastor Henrique Vieira teve três participações como comentarista do Programa Encontro, ancorado pela apresentadora Fátima Bernardes, nas manhãs da Rede Globo.

des e identificações político-ideológicas e redesenha as fronteiras institucionais e simbólicas.

Referências

ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

BERGER, Peter. A dessecularização do mundo: uma visão global. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 9-23, 2001.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. *In*: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). **Mediação & mediação**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 29-52. <https://doi.org/10.7476/9788523212056>

BURITY, Joanildo. Religião, cultura e espaço público: onde estamos na presente conjuntura? *In*: MEZZOMO, Frank Antonio; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira; HAHN, Fábio André (org.). **Religião, Cultura e Espaço Público**. São Paulo/Campo Mourão: Olho D'Água/Fecilcam, 2016. p. 13-50. <https://doi.org/10.22456/1982-8136.61270>

CUNHA, Magali do Nascimento. **Do púlpito às mídias sociais**. Evangélicos na política e ativismo digital. Curitiba: Prismas, 2017a.

CUNHA, Magali do Nascimento. Construções imaginárias sobre a categoria “gênero” no contexto do conservadorismo político-religioso no Brasil dos anos 2010. **Perspectiva Teológica**, Belo Horizonte, v. 49, n. 2, p. 253-276, maio-ago., 2017b. <https://doi.org/10.20911/21768757v49n2p253/2017>

CUNHA, Magali do Nascimento. Quem tem moral entre os evangélicos? **Observatório da Imprensa**, n. 848, 28 abr. 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/quem-tem-moral-entre-os-evangelicos/>. <https://doi.org/10.5151/despro-ped2016-0153>

CUNHA, Magali do Nascimento. **A Explosão Gospel**. Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico contemporâneo. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. <https://doi.org/10.11606/t.27.2004.tde-29062007-153429>

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ACESSORIA PARLAMENTAR (DIAP). **Radiografia do Novo Congresso**: Legislativa 2015-2019. Brasília: DIAP, 2014. (Estudos Políticos do DIAP).

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. *In*: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (org.). **Mediatización, Sociedad y Sentido**: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario: Departamento de Ciências de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-15. Disponível em: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wpcontent/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>. <https://doi.org/10.21475/poj.10.04.17.pne831>

FAUSTO NETO, Antônio. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas. **Galáxia**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 151-164, 2002.

FIGUEIREDO FILHO, V. **Coronelismo eletrônico evangélico**. Rio de Janeiro: PublIT Soluções Editoriais, 2010.

GOMES, Wilson. Dinâmicas e estruturas da esfera pública contemporânea: a esfera pública além da deliberação pública. In: SOUSA, Mauro Wilton; CORRÊA, Elizabeth Saad (org.). **Mutações no espaço público contemporâneo**. São Paulo: Paulus, 2014. p. 177-214. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2010.3.8194>

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Famecos**, n. 27, p. 51-78, ago. 2005. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3323/2581>. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2005.27.3323>

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, São Paulo, v. 17, n. 12, p. 46-61, 2 set. 2017. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1984.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 41-68, 2014. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/viewArticle/4906>. Acesso em: 20 jun. 2016. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v35n2p41-68>

LIBÂNIO, João Batista. **A religião no início do milênio**. São Paulo: Loyola, 2002.

LIMA, Venício. Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n. 51, p. 13-37, jan./jun. 2009. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v30n51p13-37>

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Se Deus fosse um ativista dos direitos humanos**. São Paulo: Cortez, 2013. <https://doi.org/10.5752/horizonte.v13i40.9196>

SILVERSTONE, Roger. **La moral de los medios de comunicación**: sobre el nacimiento de la polis de los medios. Madri: Amorrortu Editores, 2010. <https://doi.org/10.2307/j.ctv6jmw2.8>

Dados da autora:

Magali do Nascimento Cunha – magali.ncunha@gmail.com

Pesquisadora em Comunicação e Religião da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). Pós-Doutorado em Comunicação e Política pela Universidade Federal da Bahia – UFBA. Doutora em Ciências da Comunicação pela USP (2004). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).

Endereço da autora: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom, Rua Joaquim Antunes, 705 Pinheiros, 05.415-012 – **São Paulo (SP)** – Brasil