



“PELA MINHA FAMÍLIA E PELA MINHA FÉ”: CANDIDATOS RELIGIOSOS EM CAMPANHA NO PARANÁ

“Pela minha família e pela minha fé”: religious candidates on campaign in Paraná

Rafaela Christi*

Prefeitura Municipal de Maringá

Frank Antonio Mezzomo**

Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR)

DOI: 10.29327/256659.14.1-4

RESUMO:

O presente artigo analisa a participação de grupos religiosos no campo político paranaense, por ocasião das eleições proporcionais à Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP) em 2018. Buscamos problematizar a defesa da chamada família tradicional brasileira, a partir de elementos das trajetórias dos candidatos religiosos e dos *jingles* de suas campanhas eleitorais. Utilizamos *jingles* veiculados no *Facebook* e que foram produzidos por 06 candidatos à ALEP, vinculados a 05 diferentes denominações evangélicas pentecostais. Identificamos a instrumentalização das representações religiosas na esfera pública, a partir de um posicionamento em relação à defesa da família tradicional, promovendo alterações em outros campos da sociedade brasileira, que vão além do religioso.

Palavras-chave: Religião; política; marketing político; *jingles*.

* Mestre em História Pública pela Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR); professora na Prefeitura Municipal de Maringá. E-mail: rafaelachristi@gmail.com

** Doutor em História Cultural pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e professor do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar Sociedade e Desenvolvimento (UNESPAR), do Mestrado Profissional em Ensino de História e do Programa de Pós-Graduação em História Pública da Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR). Líder do grupo de pesquisa Cultura e Relações de Poder. Editor da Revista NUPEM. E-mail: frankmezzomo@gmail.com

INTRODUÇÃO

A corrida eleitoral no Brasil em 2018, como vinha ocorrendo nos últimos pleitos, deixou explícita a presença e atuação de instituições religiosas no campo político: de presença discreta em quase todo o século XX, passaram a atuar expressivamente nas duas últimas décadas, lançando seus candidatos e elegendo seus próprios representantes, constituindo uma parcela expressiva no sistema político nacional. Para alcançarem o posto político desejado, percebe-se que as instituições evangélicas pentecostais, embora podemos notar a presença organizada de segmentos católicos, passam a trabalhar sua comunicação política e estratégias de marketing eleitoral a fim de captarem votos de eleitores que se identificam com questões religiosas de perfil conservador.

Atualmente, testemunhamos candidatos fazendo uso de um marketing cada vez mais midiático, com o objetivo de conquistar espaço e ganhar audiência em determinada disputa de poder. Independente do meio utilizado, os estudos nas áreas da comunicação, política e religião admitem a importância da mídia enquanto estratégia essencial na construção de campanhas eleitorais, nesse caso, de agentes ligados ao campo religioso (Cunha, 2019; Hoover, 2014; Matos; Almeida, 2017; Rodrigues, 2019).

A militância desses grupos religiosos está marcada pela defesa de princípios morais e cristãos, questionando a pauta da descriminalização do aborto e da eutanásia, o apoio ao casamento legal entre pessoas do mesmo sexo e a legalização da maconha. Tais disputas são marcadas por controvérsias e vêm apresentando desdobramentos nas diferentes esferas do legislativo, fazendo ecoar demandas no executivo e judiciário brasileiro. A participação efetiva de denominações religiosas no campo político – tanto evangélicas pentecostais como católica – parece influenciar partidos políticos e público eleitor a considerar a religião em suas pautas prioritárias, também acionadas em disputas eleitorais (Machado, 2012). A propósito, a bancada evangélica, surgida ainda nos anos 1990, é um exemplo de êxito no que se refere a articulação do segmento pentecostal no cenário político que, não obstante suas crises, tem demonstrado crescimento e articulação efetiva na esfera pública, definindo pautas e emplacando leis consoantes as suas compreensões de mundo, friccionando um tipo peculiar de laicidade no Brasil (Mariano, 2011; Silva, 2017; Campos, 2010). Como vem sendo demonstrado pelas Ciências Sociais, esse fenômeno de articulação entre os campos da política e da religião percorre não somente o Brasil, como o mundo globalizado (Guadalupe; Grundberger, 2018).

No Paraná, com o início da corrida eleitoral em 2018 à Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP), foi perceptível um crescimento de candidaturas ligadas a setores da direita conservadora, como já vinha ocorrendo nos dois mandatos do pessedebista Beto Richa (2010/2018). Nomes que representavam essa concepção ideológico-partidária estavam presentes na disputa desse ano, como foi o caso dos evangélicos pentecostais Cantora Mara Lima e Gilson de Souza, e dos católicos Cobra Repórter e Evandro Araújo. A esses nomes, outros tantos engrossariam a legião dos autointitulados defensores de pautas morais, pelo bem do país, do Paraná e da família brasileira.

Para nosso artigo¹, interessam-nos problematizar a defesa da chamada família tradicional brasileira, a partir de elementos das trajetórias dos candidatos religiosos e dos *jingles* de suas campanhas. Os *jingles*, que foram recolhidos diretamente das redes sociais dos candidatos, demonstram como a internet é capaz de potencializar a prática historiográfica ao ser não somente depositária de fontes ou ela mesma a própria fonte (Malerba, 2017). Com base no domínio digital onde foram publicados, é possível visualizar como se desenvolveu a veiculação virtual de tais materiais entre os eleitores, permitindo utilizar as “fontes digitais para a história pública e novos contextos nos quais analisá-las” (Noiret, 2015, p. 41).

Os *jingles* fazem parte de um conjunto de estratégias que buscam explicitar determinados elementos com o intuito de definir o perfil político religioso do candidato, o qual tem ganho um destaque no cenário brasileiro e atenção analítica das Ciências Sociais. Tais candidatos apresentaram, por meio de recursos linguísticos e visuais, conteúdos que refletiam seus valores morais e cristãos, a fim de construir sua imagem pública através da associação direta entre os próprios princípios com os de seus eleitores. Essas questões são desenvolvidas nas próximas sessões do texto.

O trabalho de coleta de dados iniciou em janeiro de 2018, quando passamos a acompanhar as articulações que vinham sendo construídas antes mesmo das definições dos possíveis candidatos que concorreriam a uma vaga na ALEP, até o período final das campanhas eleitorais, em outubro do mesmo ano. Foram identificados 140 candidatos que fizeram uso, direta ou indiretamente, de elementos religiosos em suas campanhas. Entre esses, 34 eram

¹ O presente artigo integra parte das pesquisas desenvolvidas pelo Grupo de Pesquisa Cultura e Relações de Poder. Em especial, mantém vinculação com a pesquisa de pós-doutorado apoiada pela Fundação Araucária e desenvolvida por Frank Antonio Mezzomo. Mais informações sobre os usos de *jingles* político-religiosos nas eleições à Assembleia Legislativa do Paraná em 2018, podem ser acessadas em Christi (2020).

católicos, 2 ligados a religiões de matriz afro, 42 evangélicos e 62 cuja vinculação específica não foi identificada². Com os materiais coletados, devidamente organizados, selecionamos os candidatos que exploraram o tema família na produção de seus *jingles* oficiais. Trata-se de 06 candidatos, filiados a 04 partidos políticos e vinculados a 05 denominações religiosas (Quadro 01).

Quadro 01: Candidatos religiosos que produziram *jingles* com conteúdo referente à família

Nome Urna	Partido	Denominação
Cantora Mara Lima	PSC	Igreja Assembleia de Deus (IAD)
Misael Pereira Junior	PSC	Igreja Assembleia de Deus (IAD)
Pastor Sandro Martins	PV	Igreja Batista Renovada (IBR)
Gilson De Souza	PSC	Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ)
Andreza Albuquerque	PSD	Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD)
Alexandre Amaro	PRB	Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)

Fonte: Dados da pesquisa

Para o recorte das discussões, e nos limites de um artigo, focamos nos candidatos evangélicos pentecostais que tiveram o tema da família como uma das principais pautas de sua campanha. Mesmo que tenha aparecido entre outros candidatos, tal temática foi topicalizada com maior intensidade nos materiais dos candidatos selecionados, os quais produziram um *corpus* documental expressivo, inclusive em seus *jingles* de campanha. Vale ressaltar que não procuramos analisar as interações entre os candidatos e o público-eleitor presente nas páginas do *Facebook*, pois tal problemática demandaria outra operação metodológica e que não caberiam na presente discussão.

OS CANDIDATOS RELIGIOSOS À ALEP EM DEFESA DA FAMÍLIA TRADICIONAL

Até 2010, candidatos religiosos apresentavam em seus discursos e projetos, ideias que raramente modificavam a ampla ordem social do país. A partir de 2011, no Brasil, tais agentes acentuaram o teor conservador e moralista em suas atuações, ganhando espaço em diferentes esferas e setores do poder público. Tais “mandatos religiosos”, agora, contemplam

² A coleta dos dados para a realização dessa pesquisa foi realizada com o apoio dos membros do Grupo de Pesquisa Cultura e Relações de Poder. O grupo de pesquisa já vem trabalhando no acompanhamento de campanhas eleitorais em pleitos anteriores, tanto em nível estadual como municipal, sendo o eixo religião-política uma das principais temáticas em discussão. Para mais informações sobre o grupo e a pesquisa, acessar: <http://culturaepoder.unespar.edu.br/>.

pautas em defesa da família e da moral cristã, além de atuações contra a plataforma dos movimentos feministas e de homossexuais (Cunha, 2017). O argumento da defesa e modelo de família é inspirado no Evangelho, onde os papéis de gênero são interpretados como imutáveis entre seus membros. Os candidatos, assim, discursam a favor de políticas públicas voltadas para essas famílias, ou seja, outros arranjos e definições de famílias, na perspectiva de candidatos religiosos, não se enquadrariam e não teriam direito as mesmas garantias por parte do Estado brasileiro (Almeida, 2018).

Os candidatos religiosos à ALEP apresentaram propostas envolvendo diferentes pautas, com destaque para o tema família, como podemos constatar analisando os materiais de campanha, em particular os *jingles* oficiais. Constatamos que a representação da temática, principalmente nas imagens dos videoclipes, seguia o modelo patriarcal constituído por homem, mulher e filhos, em sua maioria caucasiana. Não identificamos a representação de quaisquer outros problemas contemporâneos que atingem esse modelo de família presente nos materiais.

Nas letras dos *jingles* selecionados, o discurso faz referência a um candidato comprometido com os valores conservadores e que está disposto a lutar em defesa da família dos eleitores. Nos videoclipes, as imagens exploram a figura do candidato junto à família da população, como também com a deles mesmos. Em outros momentos, veiculam imagens que remetem a uma composição familiar tradicional patriarcal, símbolo defendido por esse grupo de candidatos. Alguns videoclipes apresentam legendas reafirmando as letras dos *jingles*.³

Para melhor compreender a dinâmica das campanhas que produziram os materiais audiovisuais selecionados, apresentamos, além dos *jingles* oficiais, os elementos mais relevantes da trajetória de cada candidato, contendo informações sobre a filiação partidária, o vínculo religioso, a vivência política e profissional, além de outros detalhes que dizem respeito à constituição subjetiva e sua campanha eleitoral. Também buscamos destacar as características e conteúdo de outros materiais recorrentes em tais campanhas, como os tipos

³ Segundo a Lei n. 12.034, de 29 de setembro de 2009 a qual diz “A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: [...] IV- por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.” mudou as perspectivas do marketing político-eleitoral no modo em como os candidatos trabalhavam seu plano de carreira pessoal na política e entre seus pares mas, principalmente, na maneira como passou a comunicar-se com maior intensidade com seu público-eleitor. Sendo assim, decorrentes das transformações na esfera do marketing político devido o advento da web 2.0, passamos a ter a visualização da imagem como elemento mais relevante do que o conteúdo em si do material produzido para as campanhas.

de postagens nas redes sociais, as pautas defendidas e os apoios recebidos. A apresentação dos candidatos será por Igreja a que se vinculam e seguindo a ordem alfabética dos nomes de urna. Dois candidatos estão vinculados à Igreja Assembleia de Deus (IAD) e um candidato na Igreja Batista Renovada (IBR), na Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ) e na Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

IGREJA ASSEMBLEIA DE DEUS (IAD)

Dois candidatos foram oficialmente lançados pela IAD, sendo eles: a Cantora Mara Lima, filiada ao Partido Social Cristão (PSC), que foi reeleita ao seu terceiro mandato, e Misael Junior, filiado ao mesmo partido da cantora, o qual conquistou a vaga como suplente.



Candidata Cantora Mara Lima	
<i>Cantora de música cristã, apresentadora de televisão e empresária do setor gospel</i>	
Partido:	PSC
Votos:	33.866
Denominação religiosa:	Igreja Assembleia de Deus
Vinculação:	Cantora
Situação:	Suplente

Fonte: Dados da pesquisa

Marilei de Souza Lima que se apresenta com o nome de Cantora Mara Lima, deu início à sua carreira política nas eleições de 2006 como candidata a deputada estadual, não sendo eleita. Em contrapartida, nas eleições municipais de 2008, foi eleita vereadora em Curitiba e considerada a mulher mais votada da história da capital paranaense. Nos pleitos de 2010 e 2014, a candidata se apresentava como a representante do “povo de Deus” em busca de uma vaga na ALEP, sendo eleita como deputada estadual em ambos os pleitos. Entretanto, na eleição de 2018, ficou como primeiro suplente, assumindo posteriormente a cadeira devido à nomeação de dois deputados para cargos no novo governo do estado.

Em relação às suas pautas de campanha, a candidata se posicionava a favor dos princípios cristãos e, principalmente, na apresentação de pautas que fossem referentes a questões familiares. Com o *slogan* “A deputada da família”, condenava a legalização do aborto e a ideologia de gênero. Quanto à ampliação do seu eleitorado, buscava destacar suas atividades desenvolvidas e seus projetos aprovados durante seus mandatos anteriores, como também em apresentar novas pautas com uma abrangência de público maior, como o combate às drogas, à pedofilia e à violência doméstica.

Durante o período eleitoral de 2018, Cantora Mara Lima utilizou-se do mesmo perfil pessoal e página no *Facebook* onde divulgava sua carreira para realizar publicações de materiais de campanha. Além de convites para shows e videoclipes com seus louvores, passou a publicar imagens oficiais da campanha acompanhadas com versículos bíblicos, pregações que realizava na Igreja AD e o videoclipe de seu *jingle*, comumente acompanhados pelas seguintes *hashtags*: #CandidataDeputadaEstadual #PSC #20123.

Imagem 1: Publicações referentes ao *jingle* da candidata Cantora Mara Lima



Fonte: Página oficial de Mara Lima no *Facebook*⁴

Fonte: Página oficial de Mara Lima no *Facebook*⁵

O *jingle* da candidata em questão possui quase um minuto e o videoclipe apresenta uma sequência de imagens com referências ao seu trabalho enquanto deputada e ao modelo familiar tradicional, com homens, mulheres e crianças, fortalecendo a alcunha de “Deputada da família”. Quanto à divulgação do *jingle* como material de campanha, verificamos a recorrência de duas publicações realizadas em setembro de 2018 (Imagem 1). Ambas foram veiculadas acompanhadas das *hashtags* #adeputadadafamilia e #obomtrabalhocontinua, frases recorrentes na composição do *jingle*. Quanto ao alcance desse material, as publicações mantiveram uma média semelhante de curtidas, compartilhamentos e visualizações, o que aponta para um fluxo regular de visitantes em sua página.

⁴ Disponível em <https://www.facebook.com/cantoramaraLima/videos/1895535297409096/>. Acesso em 10 de maio de 2021.

⁵ Disponível em <https://www.facebook.com/cantoramaraLima/videos/914754355383343/>. Acesso em 10 de maio de 2021.



Candidato Misael Junior	
<i>Pregador, formado em Direito e Teologia</i>	
Partido:	PSC
Votos:	12.195
Denominação religiosa:	Igreja Assembleia de Deus
Vinculação:	Pregador
Situação:	Suplente

Fonte: Dados da pesquisa

Esse começou sua participação nas disputas eleitorais em 2008, mas somente em 2016 conquistou seu primeiro cargo político como vereador de sua cidade, Cascavel. Em 2018, concorreu pela primeira vez ao legislativo paranaense.

Misael Junior contou com o apoio de inúmeros pastores e membros da AD, porém, a principal força para sua campanha veio do apoio oficial que o candidato recebeu da Convenção das Igrejas Evangélicas Assembleia de Deus do Estado do Paraná (CIEADep). Durante todo o período de campanha, registrava as visitas realizadas nas diversas Assembleias de Deus pelo Paraná e publicava as fotos onde aparecia recebendo orações dos pastores e fiéis da igreja. Com base no material analisado, é possível perceber que o espaço de fala cedido pela IAD ao candidato acabou tornando o meio religioso um de seus principais espaços para realização de campanha eleitoral.

Em relação às suas pautas, Misael Junior assumiu uma postura moralmente conservadora durante a campanha. O logotipo do candidato era veiculado em várias de suas publicações juntamente com a frase “Em defesa dos princípios da família”. Um dos seus principais projetos era combater a ideologia de gênero e o uso de dinheiro público que ameaçasse a moral das famílias. O candidato também se declarava cristão, patriota e ficha limpa em busca da decência das famílias.

No *Facebook*, possuía dois perfis onde se descrevia como “advogado, cristão, esposo e pai”. Os materiais de campanha ali publicados eram, basicamente, constituídos por vídeos, *flyers*, santinhos e fotos. Em seu material divulgado *online*, Misael Junior recorria com frequência a elementos religiosos, em especial a passagens bíblicas. Inclusive, fazia uso da própria bíblia, que o acompanhava em diversos momentos, atribuindo a construção de sua imagem a este que é um dos maiores símbolos do cristianismo.

Imagem 2: Publicação referente ao *jingle* do candidato Misael Pereira

Fonte: Página oficial de Misael Pereira no *Facebook*⁶

O *jingle* do candidato Misael Junior possui um minuto de duração e o videoclipe apresenta imagens do candidato em visita à sua igreja, sendo recebido pelo público frequentador e realizando um pronunciamento no púlpito do local. Os versos do *jingle* giram em torno do comprometimento do candidato com a família e a renovação do campo político. Sobre a divulgação do *jingle* como material de campanha, identificamos apenas uma publicação realizada durante o período das campanhas eleitorais (Imagem 2). A mesma foi acompanhada por uma legenda em agradecimento a todos que estavam presente na noite do lançamento de sua candidatura, que ocorreu na IAD a qual frequenta. Quanto ao alcance desse material, a publicação teve poucas curtidas e compartilhamentos, ocasionando um baixo alcance, com menos de 500 visualizações.

IGREJA BATISTA RENOVADA (IBR)

Como único representante da IBR nesta pesquisa, temos o Pastor Sandro Martins, filiado ao Partido Verde (PV). O candidato encerrou a eleição com pouco mais de 5 mil votos, o que lhe rendeu a uma vaga como suplente nessa gestão.

⁶ Disponível em <https://www.facebook.com/misaeljunioroficial/videos/294241611388531/>. Acesso em 10 de maio de 2021.



Candidato Pastor Sandro Martins	
<i>Pastor e auxiliar de escritório</i>	
Partido:	PV
Votos:	5.148
Denominação religiosa:	Igreja Batista Renovada
Vinculação:	Pastor
Situação:	Suplente

Fonte: Dados da pesquisa

Sua primeira participação em eleições foi em 2016 quando concorreu a uma vaga na Câmara Municipal de Maringá. Em 2018, lançou sua pré-candidatura a deputado estadual na sede mundial da IBR de Maringá. Em ambas as disputas eleitorais não alcançou votos suficientes para a conquista de uma cadeira política.

O pastor acabou recebendo o apoio de importantes líderes religiosos conhecidos da comunidade evangélica de sua cidade, Maringá. Entre pastores e cantores gospel, o nome mais importante que declarou apoio ao candidato e o apresentou como representante de sua comunidade foi o Apóstolo Celso Santos, líder das Igrejas Batista Renovada. Em outros momentos, também recebeu orações e a aprovação por parte de líderes evangélicos de outras denominações religiosas, como a Igreja de Nosso Senhor Jesus Cristo.

Suas pautas eram baseadas em seu *slogan* de campanha “Em defesa da família” e nos valores cristãos. Pastor Sandro Martins se posicionava contra o aborto e contra o relacionamento entre pessoas do mesmo sexo, fazendo a defesa do modelo familiar patriarcal (pai, mãe e filhos) defendido por grande parte do seu eleitorado.

Sua campanha eleitoral *online* foi discreta. O candidato possuía apenas um perfil pessoal onde costumava apresentar sua agenda de campanha, as atividades realizadas durante o pleito, sua participação em passeatas e em cultos. Nos materiais de campanha veiculados em suas redes sociais, era frequente a presença de elementos que remetiam à religiosidade cristã evangélica, como a frase “Quero ser usado cada vez mais por ti meu Deus” e versículos bíblicos. Também era comum a publicação de imagens do candidato participando de momentos de celebrações cristãs, como cultos e batismos. Foi recorrente a postagem de fotos do candidato presente em celebrações evangélicas em diversas cidades do estado.

Em outros casos, suas postagens foram convites ao público eleitor, para que colaborassem na divulgação de sua campanha, compartilhando as publicações, marcando os amigos nas postagens ou adesivando os carros particulares.

Sobre o *jingle* do candidato Pastor Sandro Martins, temos um videoclipe com duração de um minuto, no qual são apresentadas imagens de visitas realizadas pelo candidato nas casas da população de sua cidade, Maringá (PR). Os versos do *jingle* trazem referências à renovação do campo político a partir da eleição do mesmo, o qual também se posiciona como defensor dos princípios da família. A veiculação do *jingle* como material de campanha ocorreu na página oficial do candidato. Porém, após o fim das eleições, seu perfil foi excluído da rede social *Facebook*, impossibilitando posteriormente uma análise do alcance que tal material teve durante o período eleitoral.

IGREJA DO EVANGELHO QUADRANGULAR (IEQ)

Enquanto único representante da IEQ, temos o Pastor Gilson de Souza, filiado ao Partido Social Cristão (PSC). Para a eleição de 2018, o candidato contou mais uma vez com o apoio oficial de sua Igreja durante todo o período eleitoral, sendo reeleito ao seu terceiro mandato como deputado estadual para a ALEP.



Candidato Gilson de Souza	
<i>Pastor e graduado em Teologia</i>	
Partido:	PSC
Votos:	46.116
Denominação religiosa:	Igreja do Evangelho Quadrangular
Vinculação:	Pastor
Situação:	Reeleito

Fonte: Dados da pesquisa

Em 2018, o candidato foi reeleito para o terceiro mandato como deputado estadual. Na ALEP desde 2010, é presidente da Comissão de Finanças e componente de outras duas comissões, a de Constituição e Justiça (CCJ) e de Assuntos Metropolitanos, Orçamento e Cultura. Além das comissões, o candidato compõe a Bancada Evangélica e é líder da Frente Parlamentar em Defesa da Vida e da Família.

O candidato recebeu o apoio de líderes religiosos, como o Pastor Eduardo Castilho, coordenador do Movimento REAGE (Rede Cristã de Agentes em Proteção e Prevenção às Drogas) e do Pastor Flavio Sauerbronn, presidente do Núcleo de Pastores de Curitiba, sendo o apoio de Damares Alves, Ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos no Governo do presidente Jair Bolsonaro, o mais importante.

Em busca de público eleitor para além dos fiéis vinculados à IEQ e ao seu discurso religioso, o candidato relembra frequentemente em sua campanha o fato de ter sido autor de 51 projetos de lei durante sua vida política, como também buscava trazer novas propostas ao futuro mandando, entre elas estavam melhorias na segurança pública e na saúde, a valorização dos idosos e das pessoas com deficiência, dos professores e da educação, a prevenção e combate às drogas.

Sua campanha *online* foi realizada através de um perfil pessoal e uma página referente à sua vida enquanto político. Os materiais compartilhados nas redes sociais eram variados: vídeos, textos, *flyers* e fotos, e praticamente todos vinham acompanhados por versículos bíblicos e a *hashtag* #PromessadoDia. Em meio às publicações nas redes sociais estavam presentes com frequência as suas pautas de campanha. O *slogan* e a temática com maior destaque da campanha do candidato foram em defesa da família. O mesmo afirmava em seus discursos que seus mandatos futuros, assim como os anteriores, seriam visando a defesa da família, da vida e a preservação dos valores cristãos. Na ALEP, por meio da frente que lidera, vem se posicionando e lutando contra a descriminalização do aborto e a ideologia de gênero.

Imagem 3: Publicação referente ao *jingle* do candidato Gilson de Souza



Fonte: Página oficial de Gilson de Souza no *Facebook*⁷

⁷ Disponível em <https://www.facebook.com/deputadogilsondesouza/videos/1909869575714926>. Aces-so em 10 de maio de 2021.

Quanto ao *jingle* do candidato Gilson de Souza, temos uma letra que busca apresentá-lo de maneira íntegra e honesta aos eleitores, citando diversas características positivas quanto ao candidato em sua vida pessoal e profissional. Enquanto profissional que busca a reeleição, o candidato também apresenta, como uma de suas principais bandeiras, a defesa da família e da ética cristã, ambas reafirmadas por meio de imagens exibidas no videoclipe. O *jingle* foi publicado apenas uma vez em sua página oficial do *Facebook*, tendo conseguido um número significativo em alcance, aproximando-se das quatro mil visualizações.

IGREJA INTERNACIONAL DA GRAÇA DE DEUS (IIGD)

A IIGD trouxe apenas uma candidata oficial, Dra. Andreza Albuquerque, filiada ao Partido Social Democrático (PSD). Mesmo contando com o apoio de sua Igreja durante a eleição de 2018, a candidata encerrou a disputa com pouco mais de 11 mil votos, ficando apenas como suplente nessa gestão.



Candidata Andreza Albuquerque	
<i>Advogada e Líder do Ministério Mulheres que Vencem da IIGD</i>	
Partido:	PSD
Votos:	11.166
Denominação religiosa:	Igreja Internacional da Graça de Deus
Vinculação:	Líder
Situação:	Suplente

Fonte: Dados da pesquisa

A candidata se apresentou durante a campanha como “Cristã, esposa, mãe e advogada”. Em 2018, concorreu ao seu primeiro cargo político como deputada estadual e acabou ficando como suplente ao legislativo paranaense. Dra. Andreza recebeu o apoio de inúmeros pastores de sua comunidade religiosa, sendo o mais importante para sua campanha o do Missionário R.R. Soares, fundador e líder da IIGD, que concedeu seu apoio oficial à candidata. Por isso, era frequente a publicação do vídeo gravado por R.R. Soares, no qual ele afirmava a ter escolhido como representante política no estado. Seu material impresso também trouxe a mesma afirmação através de uma carta assinada pelo Missionário.

Para cumprir o “sonho que iniciou no coração do Missionário R. R. Soares”, a candidata visitou diversos templos da IIGD. Dra. Andreza possuía espaço de fala nos púlpitos, onde recebia oração das lideranças locais e aprovação dos demais membros da comunidade. Além

disso, ela também realizou reuniões com obreiros da igreja e encontros com os núcleos regionais do Ministério do qual era líder. Todas as visitas eram registradas em fotos e publicadas em suas redes sociais.

As principais pautas da candidata eram voltadas para os valores morais cristãos. Sua luta na ALEP seria em combater a descriminalização do aborto, a legalização das drogas, a pedofilia, a ideologia de gênero e a destruição dos valores da família.

Sua campanha virtual aconteceu por meio de uma página no *Facebook* onde eram publicados os materiais de campanha como o videoclipe com seu *jingle*, vídeos de apoio de lideranças religiosas e pregações. As fotos postadas eram acompanhadas de elementos próprios do cristianismo, como a imagem da Bíblia junto a versículos. O uso frequente desses dois itens associados levava a chamar a atenção do eleitor quanto ao envolvimento da candidata com sua igreja e seu compromisso com a religião.

Imagem 4: Publicação referente ao *jingle* da candidata Andreza Albuquerque



Fonte: Página oficial de Andreza Albuquerque no *Youtube*⁸

⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Ap5DPg728Ww>. Acesso em 10 de maio de 2021.

O *jingle* oficial da candidata Andreza Albuquerque possui um videoclipe com duração de aproximadamente um minuto e meio, o qual exibe uma sequência de montagens feitas sobre a mesma foto da candidata, acompanhada do seu número de urna. A monotonia do vídeo é quebrada com os versos do *jingle*, que narra diversos projetos e princípios da mesma caso eleita, inclusive destacando as suas principais bandeiras, que são referentes à defesa da família e à renovação do campo político. Com o fim do período dedicado às campanhas eleitorais, a página oficial da candidata foi removida da rede social *Facebook*, nos restando apenas o acesso ao *jingle* pela plataforma do *Youtube*.

IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS (IURD)

Como único candidato pela IURD para a eleição de 2018, Alexandre Amaro, filiado ao Republicanos, contou com o apoio oficial de sua Igreja durante todo o período eleitoral, sendo eleito com quase 50 mil votos ao seu primeiro mandato como deputado estadual para a ALEP.



Candidato Alexandre Amaro	
<i>Pastor, radialista, apresentador e palestrante</i>	
Partido:	PRB
Votos:	49.565
Denominação religiosa:	Igreja Universal do Reino de Deus
Vinculação:	Pastor
Situação:	Eleito

Fonte: Dados da pesquisa

Há mais de 20 anos o candidato realiza trabalho voluntário na área social em busca da recuperação de dependentes químicos junto a suas famílias. O início de sua carreira política aconteceu nas eleições de 2018, onde se candidatou e foi eleito deputado estadual no Paraná pelo Republicanos. Além do partido, também recebeu o apoio oficial de sua denominação religiosa, a IURD.

Durante o período de campanha, recebeu o apoio de importantes líderes da IURD, como o do Bispo Leno e o Bispo Rogério Formigoni, um dos maiores nomes da IURD no Brasil. Além desses, o Pastor Edson Prackzyk, ex-deputado estadual no Paraná e tutelado pela IURD, também declarou seu apoio Alexandre Amaro.

As principais pautas apresentadas pelo candidato durante o período de campanha eleitoral envolviam questões morais, como a defesa da família, a luta contra a legalização

das drogas e a ideologia de gênero. Quanto a outros pontos defendidos por Alexandre Amaro, estavam as “10 metas para amaroparaná” onde cada item tratava de uma pauta.

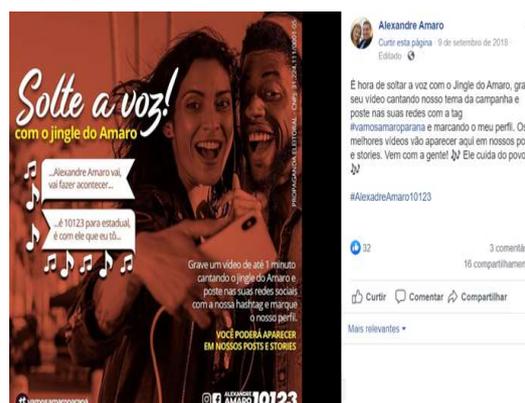
Além da campanha veiculada em horário eleitoral gratuito, a campanha *online* foi basicamente realizada através do *Facebook*, por meio de dois perfis pessoais e uma página criada durante o período eleitoral, onde o fluxo de publicações era diário. Em busca de atingir o eleitorado cristão, Alexandre Amaro fazia uso de inúmeras passagens de versículos bíblicos e frequentes ciclos de orações. Já na tentativa de alcançar o eleitorado para além do público religioso, o candidato divulgava montagens descontraídas de sua imagem acompanhada com personagens da Marvel, como também gravou um videoclipe com o *jingle* oficial baseado em uma música sertaneja de sucesso nacional. Todo conteúdo publicado nas redes sociais do candidato era acompanhado da *hashtag* #VamosAmaroParaná, na intenção de aumentar a interação com o público eleitor através de postagens no *Facebook*.

Quanto ao *jingle* do candidato Alexandre Amaro, observamos um videoclipe repleto de imagens do mesmo cantando junto à população, jogando futebol com crianças, conversando com idosos, comerciantes e até policiais. Essas imagens estão atreladas à narrativa do *jingle*, que apresenta em seus versos, projetos amplos que o candidato promete colocar em ação caso fosse eleito como deputado estadual. Entre os 06 candidatos selecionados, esse foi o que teve maior número de publicações e alcance referente a tal material na página oficial do *Facebook*.

Imagens 5, 6, 7 e 8: Publicações referentes ao *jingle* do candidato Alexandre Amaro



Fonte: Página oficial de Alexandre Amaro
*Facebook*⁹



Fonte: Página oficial de Alexandre Amaro
*Facebook*¹⁰

⁹ Disponível em <https://www.facebook.com/watch/?v=1992926127441268>. Acesso em 10 de maio de 2021.

¹⁰ Disponível em <https://www.facebook.com/aamaro10/phtos/a.1300752343350754/1891066960985953>. Acesso em 10 de maio de 2021.



Fonte: Página oficial de Alexandre Amaro Facebook¹¹



Fonte: Página oficial de Alexandre Amaro no Facebook¹²

A primeira publicação (Imagem 5) teve quase oito mil visualizações e cerca de 500 compartilhamentos. Já as outras três publicações, possuem conteúdo e legendas que remetem ao *jingle* sem ser o material de fato e, mesmo assim, tiveram uma média de 800 visualizações.

ANÁLISE DOS JINGLES POLÍTICO-RELIGIOSOS

O tema família ganhou maior notoriedade após a mesma ter sido pronunciada mais de 100 vezes por parlamentares durante a votação do processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, em abril de 2016. Devido à repercussão de escândalos políticos que atingiram membros de grandes partidos por todo Brasil, na disputa eleitoral de 2018 os candidatos utilizaram estratégias partidárias ao destacarem sua vida particular em família e discurs-

¹¹ Disponível em <https://www.facebook.com/watch/?v=553751765079784>. Acesso em 10 de maio de 2021.

¹² Disponível em <https://www.facebook.com/watch/?v=528336557610983>. Acesso em 10 de maio de 2021.

sarem em sua defesa com o objetivo de garantirem votos, principalmente, da ala mais conservadora do eleitorado. Apesar de ser uma pauta recorrente no discurso de políticos da direita, o tema encontrou eco entre uma parcela expressiva de eleitores, o que garantiu a vitória de muitos candidatos no pleito em questão.

Para políticos religiosos que expressam sua fé no campo onde atua, a família desempenhou um papel importante dentro das estratégias utilizadas durante uma campanha eleitoral. Além de ela ser capaz de criar vínculos afetivos entre o candidato e seu eleitor, a pauta da família tem ganhado cada vez mais representatividade no campo político. Sendo um dos principais valores e ideais de interesse corporativo na atuação de políticos religiosos (Mariano, 2009), a defesa da família tem sido invocada, constantemente, em debates públicos, entrevistas e proposições legislativas. No Brasil, entre as mais conhecidas, tramitam projetos contrários ao aborto legalizado e à legitimação de famílias homoafetivas (Machado, 2017; Santos, 2018).

A intenção seria instituir a família estruturalmente patriarcal como configuração legítima em detrimento de outros arranjos familiares existentes. As discussões entre os candidatos religiosos em torno do casamento homoafetivo, direito conquistado em 2013 e que visa a garantia de liberdades individuais, caracterizam a prática como uma forma de deslegitimar as relações heterossexuais, já que, para os chamados “defensores da família”, as relações familiares devem se manter alinhadas ao Evangelho, permanecendo iguais até mesmo quanto as normativas impostas pela heterossexualidade (Santos, 2018).

Mesmo que a sociedade contemporânea contemple tantas diferenças e complexidades, os poderes políticos concedidos ao candidato eleito determinará como o mesmo irá gestar seu mandato, com pautas segundo os próprios interesses. Sendo assim, os processos de decisão no campo político demonstram que quem irá decidir em benefício da manutenção da família tradicional, também será responsável em combater possíveis práticas contrárias aos ideais pregados pelas doutrinas religiosas de determinado grupo de eleitores. Nesse sentido, observamos que, junto com a força da opinião pública revertida em possíveis votos, esses candidatos tornam-se uma opção viável para exercer o poder como meio de contribuir na estruturação de um sistema político (Rioux, 2003) em defesa dos princípios da família.

Conforme Machado (2012), a disputa de sentidos em torno da sexualidade humana entre as ideologias cristãs e as progressistas existem desde o início do século XX, porém,

notamos um agravamento desta disputa nos últimos anos, devido à ascensão dos movimentos feministas e pela diversidade sexual, pautas defendidas, principalmente, por partidos considerados de esquerda. Sendo assim, candidatos religiosos utilizam a defesa da família como pauta prioritária que o vincula ao seu eleitorado, mas, também, como discurso de ataque aos concorrentes de partidos que defendem a diversidade sexual.

A ideia de defesa da família foi recorrente no discurso de candidatos religiosos nas eleições de 2018, não sendo diferente entre os candidatos paranaenses Gilson de Souza e Misael Junior (Quadro 02) que desenvolvem atividades de liderança na Igreja à qual são vinculados, sendo um pastor e outro pregador, respectivamente. Em razão da ampliação nas políticas públicas e dos direitos a favor da união homoafetiva, grupo de pessoas estereotipadas negativamente pela maioria daqueles que adota o estilo de vida pregado no Evangelho, houve a necessidade de que esses elegeassem políticos que trabalhassem a favor da ordem a qual julgam ser a mais apropriada a todos (Almeida, 2018). Por isso, foi tão empregada nos materiais de campanha desses candidatos a estratégia que consistia em exibir a própria família, ao mesmo tempo em que a letra dos *jingles* assegurava ao público que eles seriam defensores dos valores que regem a sua própria vida familiar como também a do eleitor cristão.

Quadro 02: *Jingles* dos candidatos Gilson de Souza e Misael Pereira

Candidato Gilson de Souza	Candidato Misael Pereira
	
	

<p>É gente boa, é homem trabalhador</p> <p>Ele é pai de família</p> <p>Ele também é pastor</p> <p>É gente nossa, é gente da nossa terra</p> <p>É sério e competente,</p> <p>Eu vou votar, eu vou,</p> <p>É nele que eu vou votar, eu vou votar</p> <p>Eu vou, que maravilha</p> <p>Vote em Gilson de Souza</p> <p>Em defesa da família</p> <p>Pra Deputado Estadual</p> <p>Vote em defesa da família</p> <p>Vote Gilson de Souza, 20044</p> <p>Em defesa da família</p>	<p>É Misael, chegou para estadual, chegou</p> <p>Eu vou com Misael Junior</p> <p>Eu vou votar</p> <p>Pro bem do meu Paraná</p> <p>Compromisso com a família, chegou</p> <p>Eu vou com Misael Junior</p> <p>Eu vou votar</p> <p>Para o bem do meu Paraná</p> <p>Renovação com qualidade, chegou</p> <p>Eu vou com Misael Junior</p> <p>26180</p> <p>Eu vou votar para o bem do meu Paraná</p>
<p>Fonte: Página oficial de Gilson de Souza no <i>Facebook</i>¹³</p>	<p>Fonte: Página oficial de Misael Junior no <i>Facebook</i>¹⁴</p>

Nas imagens dos videoclipes de ambos os candidatos, observamos um padrão. No caso, foram exibidos banners como os dados de urna juntamente com as frases “em defesa da família” e “em defesa dos princípios da família”. Em seguida, outro padrão chama atenção quando os candidatos apresentam suas famílias, na formação tradicional a qual defendem: juntos com suas respectivas esposas e próximos aos filhos. Ainda assim, nos versos do *jingle* do Gilson de Souza, o candidato ainda evidenciou com objetividade o fato de ser pai de família e pastor.

Os candidatos do Quadro 03, Pastor Sandro Martins e Andreza Albuquerque, também são diretamente ligados a suas Igrejas, sendo um pastor e a outra líder de grupo. Esses candidatos utilizaram de estratégias semelhantes para alcançar o público cristão. O primeiro destacou repetidamente a frase “em defesa da família” na letra do *jingle*, assim como no banner e nas imagens do candidato junto à família de eleitores. Já a segunda, aproveitou a sequência de promessas de campanha descritas durante o *jingle*, para afirmar a defesa da família como uma de suas pautas prioritárias caso fosse eleita.

¹³ Disponível em <https://www.facebook.com/deputadogilsondesouza/videos/1909869575714926/>. Acesso em 10 de maio de 2021.

¹⁴ Disponível em <https://www.facebook.com/misaeljunioroficial/videos/294241611388531/>. Acesso em 10 de maio de 2021.

Quadro 03: Jingles dos candidatos Pastor Sandro Martins e Andreza Albuquerque

Candidato Pastor Sandro Martins	Candidata Andreza Albuquerque
 <p>PRA DEPUTADO ESTADUAL VOTE: PASTOR SANDRO MARTINS 43333 EM DEFESA DA FAMÍLIA!</p>	<p>DEFENDE OS PRINCÍPIOS</p>
 <p>PASTOR SANDRO MARTINS 43333 DIGITE CONFIRMA</p>	<p>E VALORES DA FAMÍLIA</p>
<p>Pra Deputado Estadual Vote Pastor Sandro Martins, 43333 Em defesa da família Com Deus na frente E a força da nossa gente Faremos um Paraná bem melhor e Diferente com renovação Ele tem projeto e a gente confia Pra Deputado Estadual Vote Pastor Sandro Martins Em defesa da família 43333, digite confirma Pastor Sandro Martins é 43333 Vote Pastor Sandro Martins Em defesa da família 43333, digite confirma Pastor Sandro Martins é 43333</p>	<p>55300, Doutora Andreza Pro Paraná, mudança já Agora sei que vai melhorar Se você quer mudança Não perca a sua fé E nem mesmo a esperança Com ela vai mudar Doutora Andreza! Defende os princípios E os valores da família Atenção e assistência Aos idosos e deficientes É preciso eleger representantes Que pensem coletivamente E façam a diferença Na política, as mulheres São apenas 10% E isso precisa mudar Ética, respeito e coragem para mudar</p>

Fonte: Acervo do Grupo de Pesquisa Cultura e Relações de Poder

Fonte: Página oficial de Andreza Albuquerque no Youtube¹⁵

¹⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Ap5DPg728Ww>. Acesso em 10 de maio de 2021.

Independente da vinculação religiosa desses últimos candidatos, percebemos que os interesses, segundo o pertencimento social de cada um deles, influenciou diretamente nas estratégias de marketing utilizadas para a produção dos materiais audiovisuais em questão, pois “seria ingênuo acreditar que o político escapa das determinações externas, das pressões, das solicitações de todo tipo” (Rémond, 2003, p. 445), ainda mais em torno de uma temática tão relevante e delicada entre a comunidade cristã do país.

Já o candidato Alexandre Amaro (Quadro 04) aproveita do tema defesa da família enquanto pauta política em voga entre os deputados paranaenses eleitos nos últimos anos (Sexugi; Mezzomo; Pátaro, 2018) e também a empregaram em seus *jingles*, porém, de forma mais discreta.

Quadro 04: *Jingle* do candidato Alexandre Amaro

	<p>Ele cuida do povo, luta pela família Pela gente ele vai trabalhar Todos os dias</p> <p>Educação com ele é mais Segurança prioriza E pra saúde ter mais É que o Paraná dele muito precisa Por isso que eu falo para todos Meu candidato luta pelo povo Vamos Amaro Paraná E investir no novo Alexandre Amaro vai Vai fazer acontecer É 10123 para Estadual É com ele que eu tô Vamos Amaro Paraná Vamos votar 10123</p>
---	---

Fonte: Página oficial de Alexandre Amaro no *Facebook*¹⁶

Nos versos, é afirmada uma disposição para “lutar pela família” de todos se porventura fossem eleitos à ALEP. No caso, mesmo que tal candidato não tenha como foco principal o tema família em seus materiais, o cenário político daquele momento e o público-alvo dele indicavam o assunto como relevante, então, não seria interessante desconsiderar a temática

¹⁶ Disponível em <https://www.facebook.com/watch/?v=1992926127441268>. Acesso em de 10 maio de 2021.

enquanto estratégia durante o período destinado as campanhas. Deste modo, percebemos que, conforme algumas pautas ganham repercussão social, elas podem se tornar determinantes na disputa, por isso notamos que esses candidatos acrescentaram novas informações à sua imagem pública, alterando suas estratégias de marketing segundo uma demanda, e passaram a configurar como opção entre os eleitores que simpatizam com este comportamento.

Quadro 05: *Jingle* da candidata Cantora Mara Lima



Pela minha família e pela minha fé, 20123

Já decidi, é assim que é, 20123

O trabalho vai continuar pelo nosso Paraná, 20123

Deputada Estadual Mara Lima

Eu vou mais uma vez. O bom trabalho continua

Fonte: Página oficial de Cantora Mara Lima no *Facebook*¹⁷

Temos o *jingle* da candidata à reeleição que se autodenomina como “a deputada da família”, Cantora Mara Lima (Quadro 05). O videoclipe com menos de um minuto de duração apresenta uma sequência de imagens, as quais exibem casais e famílias que seguem um mesmo padrão quanto a sua configuração. Todas as famílias ali representadas são consideradas tradicionais, aos moldes patriarcal, da qual a candidata é uma férrea defensora. Esse

¹⁷ Disponível em <https://www.facebook.com/cantoramaralima/videos/1895535297409096/>. Acesso em 10 de maio de 2021.

modelo foi determinado como regra a ser seguida e as Igrejas cristãs mantiveram esse ensinamento como intocável até os dias de hoje: o da moral sexual e familiar (Coutrot, 2003) e, graças a uma interpretação do Evangelho e seus seguidores dominando cada vez os espaços públicos, tal estilo de vida tem sido imposto a todos, desrespeitando os limites das liberdades individuais.

De toda forma, a candidata em questão está colocando seu mandato mais uma vez ao serviço da defesa dos princípios da família e seria uma combatente das pautas progressistas que visam a modificar essa referência bíblica, pois, para agentes defensores desta bandeira, “as relações e as práticas familiares não podem ser desafiadas e transformadas, tendo que permanecer iguais – com as desigualdades de gênero, a divisão sexual do trabalho, a heterossexualidade” (Santos, 2018, p. 131).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao empreendemos uma observação sobre os *jingles* de 06 candidatos, onde metade deles foram eleitos (Cantora Mara Lima, Gilson de Souza e Alexandre Amaro), encontramos similaridades e especificidades em relação às representações e instrumentalização da temática família durante os pleitos eleitorais. Por meio de aspectos em comum nas produções dos *jingles* oficiais (versos e videoclipes), tal tema expressa enquanto conteúdo, um dos assuntos mais frequentes no discurso de candidatos religiosos, a defesa da família, e que desejavam transmitir aos seus eleitores. Assim, os *jingles* tinham como foco, tanto nos versos quanto nas imagens do videoclipe, a manutenção e a defesa da família tradicional segundo os princípios do Evangelho.

Os 06 *jingles* analisados foram constituídos com o foco em uma imagem pública conservadora, fundamentada em conflitos ideológico-partidários e/ou opiniões controversas relacionadas a questões delicadas na sociedade contemporânea, tais como a legalização do aborto e à legitimação de famílias homoafetivas no Brasil. Partindo do pressuposto de que a imagem pública é constituída, principalmente, pela opinião pública, os candidatos utilizaram estratégias de marketing político que valorizaram o discurso e a imagem de determinados grupos religiosos, por meio do uso de simbolismos interligados a costumes e práticas cristãs.

Foram utilizadas determinadas representações familiares com o objetivo de reproduzir conteúdo cristão e princípios morais próprios do candidato e da doutrina religiosa a qual pertence. Também notamos que, através desses materiais audiovisuais, tais candidatos instigaram um ideal de modelo familiar que contribuiu para a polarização no campo político e da sociedade, a partir do seu posicionamento contra pautas progressistas e grupos políticos de esquerda favoráveis à diversidade (Santos, 2018), desse modo, mantendo os ensinamentos pregados a séculos por igrejas cristãs no que se trata de moral sexual e familiar (Coutrot, 2003).

Devido à intensa presença da religião no campo político, tal lugar tornou-se um espaço propício para afirmar e incentivar identidades e práticas cotidianas que estruturam a vida de grupos cristãos (Cunha, 2019). Nesse sentido, por serem integrantes dos grupos dominantes na política durante as eleições de 2018, ao combaterem pautas progressistas relacionadas a partidos da esquerda, esses padrões de constituição familiar aparecem como imposição da visão de mundo. Portanto, entre os *jingles* identificados, observamos a presença de um discurso em que os candidatos se colocavam dispostos a lutarem por todas as famílias, mas, principalmente, por aquelas que além de seguirem os padrões patriarcais definidos pelo conservadorismo, também acreditavam nesse modelo como único exemplo possível a ser seguido pela sociedade.

Teoricamente, ao se posicionarem em favor da família tradicional, os candidatos cujos materiais analisamos neste artigo, buscam construir a própria imagem pública baseados em ideais que os configurariam enquanto políticos conservadores, os quais provavelmente não iriam contemplar em seus projetos a parcela da população que não se enquadrasse neste modelo. Porém, devido às forças que trabalham na restrição e retrocessos referentes a determinados direitos garantidos com a promulgação da Constituição desde 1988 e que dominou o cenário político dos últimos anos, a conhecida “onda conservadora” (Almeida, 2017), utilizaram-se dessa estratégia tendo conhecimento que uma parcela considerável dos eleitores sinalizava a favor dessa ideologia em articulação aos valores cristãos.

Podemos afirmar que a representação política a qual os candidatos em estudo intencionavam construir publicamente foi estabelecida sob as preferências de um estereótipo conhecido como conservador diante da popularidade que tal perfil ganhou nos últimos anos no campo político. Com o objetivo de conquistar votos, a partir do momento que o conteúdo desses materiais, os quais possuíam forte apelo à defesa da família tradicional, fosse internalizado pelo público-alvo, pressupomos que a imagem pública à qual buscavam construir

durante a campanha seria transformada no modelo real desse tipo de político, caso eleito. A tomar como base as eleições proporcionais à ALEP em 2018, é possível afirmar das estreitas ligações entre os evangélicos pentecostais e os interesses seculares, em particular aqueles relativos ao campo da política formal.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Juniele Rabêlo; ROVAL, Marta Gouveia de Oliveira (org.). *Introdução à História Pública*. São Paulo: Letra e Voz, 2011.

ALMEIDA, Ronaldo de. A onda quebrada – evangélicos e conservadorismo. In: *Caderno Pagu*, Campinas, n. 50, 2017.

ALMEIDA, Ronaldo de. Deuses do parlamento: os impedimentos de Dilma. In: ALMEIDA, Ronaldo de; TONIOL, Rodrigo (org.). *Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais*. Campinas: Editora da Unicamp, 2018. p. 163-193.

CAMPOS, Leonildo Silveira. O Projeto Político de “Governo do Justo”: os recuos e avanços dos evangélicos nas eleições de 2006 e 2010 para a Câmara Federal. In: *Debates do NER*, Porto Alegre, v. 2, n. 18, 2010. p. 39-82

CHRISTI, Rafaela. *O uso de jingles político-religiosos nas eleições à ALEP: uma abordagem da comunicação política a partir da História Pública Digital*. Dissertação (Mestrado em História). Campo Mourão: Universidade Estadual do Paraná, 2020.

COUTROT, Aline. Religião e política. In: RÉMOND, René (org.). *Por uma história política*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003. p. 331-364.

CUNHA, Magali do Nascimento. Os processos de midiaticização das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. In: *Revista FAMECOS*, v. 26, n. 1, 2019. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/30691/18534>. Acesso em 26 de abril de 2023.

CUNHA, Magali do Nascimento. Construções imaginárias sobre a categoria “gênero” no contexto do conservadorismo político religioso no Brasil dos anos 2010. In: *Perspectiva Teológica*, Belo Horizonte, v. 49, n. 2, 2017, p. 253-276. Disponível em https://www.academia.edu/62003687/Constru%C3%A7%C3%B5es_Imagin%C3%A1rias_Sobre_a_Categoria_G%C3%AAnero_No_Contexto_Do_Conservadorismo_Pol%C3%ADtico_Religioso_No_Brasil_Dos_Anos_2010. Acesso em 26 de abril de 2023.

GUADALUPE, José Luis Pérez; GRUNDBERGER, Sebastian (ed.). *Evangélicos y poder en América Latina*. Lima: Konrad Adenauer Stiftung; Bolívia: Instituto de Estudios Social Cristianos, 2018.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. In: *Comunicação & Sociedade*, v. 35, n. 2, 2014, p. 41-68. Disponível em <https://>

www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/4906. Acesso em 26 de abril de 2023.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Aborto e ativismo religioso nas eleições de 2010. In: *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n. 7, 2012, p. 25-54. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/PTHwmQfBxGnZ6H4LQ7tp8Dc/abstract/?lang=pt>. Acesso em 26 de abril de 2023.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Pentecostais, sexualidade e família no congresso nacional. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 23, n. 47, 2017, p. 351-380. Disponível em <https://www.scielo.br/j/ha/a/zJ6NMkstvqztVLRfWfk4bF/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 26 de abril de 2023.

MALERBA, Jurandir. Os historiadores e seus públicos: desafios ao conhecimento histórico na era digital. In: *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 37, n. 74, 2017, p. 135-154. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rbh/a/LHTGChGvyDBCdzDk33k4WgM/abstract/?lang=pt>. Acesso em 26 de abril de 2023.

MARIANO, Ricardo. Pentecostais e política no Brasil: do apolitismo ao ativismo corporativista. In: SANTOS, Hermílio (org.). *Debates pertinentes: para entender a sociedade contemporânea*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009. p. 112-138.

MARIANO, Ricardo. Laicidade à brasileira: católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública. In: *Civitas*, v. 11, n. 2, 2011, p. 238-258. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/9647/6619>. Acesso em 26 de abril de 2023.

MATOS, Eliane Bragança de; ALMEIDA, Fernando Ferreira de. Estudo sobre a utilização do Facebook por igrejas evangélicas. In: *FACEF: Pesquisa Desenvolvimento e Gestão*, Franca, v. 20, n. 3, 2017, p. 251-265.

NOIRET, Serge. História Pública Digital. In: *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, 2015, p. 28-51. Disponível em <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3634/3098>. Acesso em 26 de abril de 2023.

RÉMOND, René. Do político. In: RÉMOND, René (org.). *Por uma história política*. 2° ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003. p. 441-454.

RIoux, Jean Pierre. A associação em política. In: RÉMOND, René (org.). *Por uma história política*. 2° ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003. p. 99-140.

RODRIGUES, Nelson Lellis Ramos. Evangélicos e a sociedade em rede: as eleições de 2018 e o impacto das redes sociais no Brasil. In: *Reflexus*, Vitória, ano XIII, n. 21, 2019, p. 165-183. Disponível em <https://revista.fuv.edu.br/index.php/reflexus/article/view/962/970>. Acesso em 26 de abril de 2023.

ROVAI, Marta Gouveia de Oliveira. História pública: a comunicação e a educação histórica. In: *Revista Observatório*, Palmas, v. 3, n. 2, 2017, p. 41-65. Disponível em <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/3465/9604>. Acesso em 26 de abril de 2023.

SANTOS, Rayani Mariano dos. Conservadorismo na Câmara dos Deputados: discursos sobre “ideologia de gênero” e Escola sem Partido entre 2014 e 2018. In: *Teoria e Cultura*, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, 2018. p. 118-134.

SEXUGI, Fábio; MEZZOMO, Frank Antonio; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira. À imagem e semelhança: simulacro e hagiografia nas propagandas eleitorais de políticos religiosos. In: *Todas as Letras*, São Paulo, v. 20, n. 1, 2018, p. 1-12. Disponível em <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tl/article/view/10483>. Acesso em 26 de abril de 2023.

SILVA, Lucas Alves. “A família em primeiro lugar”: campanha de candidatos evangélicos à Assembleia Legislativa paranaense em 2018. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Sociedade e Desenvolvimento. Campo Mourão: Universidade Estadual do Paraná, 2020.

SILVA, Luis Gustavo Teixeira. Religião e Política no Brasil. In: *Revista de Estudios Latinoamericanos*, México, v. 64, 2017, p. 223-256. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/640/64052713009.pdf>. Acesso em 26 de abril de 2023.

ABSTRACT:

This paper analyzes the participation of religious groups in the political field of Paraná state, on the occasion of the proportional elections to the Legislative Assembly of Paraná state (ALEP) in 2018. We seek to problematize the defense of the so-called traditional Brazilian family, based on elements of the trajectories of religious candidates and their campaign jingles. We have used political-religious jingles published on Facebook by 06 candidates for ALEP, linked to 05 different Pentecostal evangelical denominations. We have identified the instrumentalization of religious representations in the public sphere, based on a position in relation to the traditional family defense, promoting changes in other fields of Brazilian society, which go beyond the religious one.

Keywords: Religion; politics; political marketing; jingles.

Recebido em 08/04/2021

Aprovado para publicação em 21/05/2021