



## DEUS, ALGORITMO E CONFLITO POLÍTICO: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE DEPUTADOS EVANGÉLICOS NO INSTAGRAM

*God, algorithm and political conflict: discursive strategies of evangelical members of parliament on Instagram*

Robert Felipe Pinheiro<sup>1</sup>

Asmyne Barbosa dos Santos<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo analisa como deputados federais evangélicos de direita e esquerda utilizam o Instagram para mobilizar suas bases e difundir conteúdos alinhados às suas posições ideológicas, dentro da lógica de radicalização e da chamada guerra cultural. A amostra é composta pelas publicações de Nikolas Ferreira (PL-MG), Eduardo Bolsonaro (PL-SP), Marco Feliciano (PL-SP) e Hélio Lopes (PL-RJ), de direita; e Benedita da Silva (PT-RJ), Janones (Avante-MG), Marcos Tavares (PDT-RJ) e Pr. Henrique Vieira (Psol-RJ), de esquerda. Com a metodologia Análise de Conteúdo Categórica, foram examinadas 672 postagens coletadas pela ferramenta DMI 4CAT. Os resultados apontam que conteúdos de ataque e sobre a guerra Israel-Hamas foram mais frequentes entre os deputados de direita, enquanto “ação parlamentar” predominou entre os de esquerda. A categoria “religião” apresentou baixa incidência em ambos os grupos.

**Palavras-chave:** Comunicação política; discurso religioso; deputados evangélicos; polarização digital.

### ABSTRACT

This article analyzes how right-wing and left-wing evangelical federal deputies use Instagram to mobilize their support bases and disseminate content aligned with their ideological positions, within the logic of radicalization and the so-called culture war. The sample is composed of posts from right-wing deputies Nikolas Ferreira (PL-MG), Eduardo Bolsonaro (PL-SP), Marco Feliciano

<sup>1</sup> Universidade Federal da Bahia. Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pelo programa de pós-graduação da UFBA, mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas no mesmo programa e é pesquisador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). E-mail: [robbertfelipe@gmail.com](mailto:robbertfelipe@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7217-9260>.

<sup>2</sup> Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UERJ, é mestre em Cultura e Sociedade (UFMA), especialista em Cinema e Linguagem Audiovisual (Estácio). Atua como jornalista na TV UFMA e professora de Língua Portuguesa (SEMED São Luís-MA). E-mail: [asmyne.barbosa@gmail.com](mailto:asmyne.barbosa@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1802-4233>.

(PL-SP), and Hélio Lopes (PL-RJ); and left-wing deputies Benedita da Silva (PT-RJ), Janones (Avante-MG), Marcos Tavares (PDT-RJ), and Pastor Henrique Vieira (Psol-RJ). Using the Categorical Content Analysis methodology, 672 posts were examined, collected via the DMI 4CAT tool. The results indicate that attack content and posts related to the Israel-Hamas war were more frequent among right-wing deputies, while "parliamentary action" was predominant among left-wing deputies. The "religion" category showed low incidence in both groups.

**Keywords:** Political communication; religious discourse; evangelical deputies; digital polarization.

## 1. INTRODUÇÃO

A ascensão da extrema-direita no cenário político internacional tem transformado radicalmente as formas de comunicação e mobilização política, sobretudo nas plataformas digitais. A internet, com suas dinâmicas próprias de interatividade e viralização, tornou-se um território estratégico para atores políticos que buscam disputar corações, mentes e afetos (Gerbaudo, 2018), muitas vezes à revelia de instituições tradicionais como partidos e imprensa. Nesse ambiente, a chamada *guerra cultural*<sup>3</sup> passou a ocupar lugar central, com a extrema-direita liderando ofensivas discursivas que misturam moralismo, conservadorismo e combate à "hegemonia progressista" na esfera pública.

Lideranças como Donald Trump, Jair Bolsonaro e Javier Milei exemplificam essa tendência: campanhas digitais altamente personalizadas, antagonismo à imprensa, mobilização emocional de suas bases e discursos disruptivos são elementos recorrentes. No Brasil, o bolsonarismo consolidou-se como uma forma de atuação política que prioriza a presença constante nas redes sociais, o ataque às instituições democráticas e o apelo direto a uma base fortemente ideologizada (Silva, 2020).

Essa realidade tem sido tema de estudos em comunicação política no mundo todo (Pereira, Coutinho, 2019). Para Jungherr, a ascensão da extrema direita como conhecemos atualmente é impulsionada pelos meios de comunicação digitais (Jungherr, 2014).

O pioneirismo da extrema-direita no uso das plataformas digitais para mobilização, coordenação e disseminação de informação pode ser explicado, em parte, pela hostilidade com o jornalismo de referência (Schwemmer, 2021), mas também pela adoção de estratégias de

---

<sup>3</sup> O conceito de "guerra cultural" foi amplamente popularizado pelo sociólogo norte-americano James Davison Hunter. O autor descreve a polarização moral e cultural nos Estados Unidos, apontando para um embate entre visões progressistas e tradicionalistas sobre temas como aborto, direitos LGBTQ+, religião e outros valores culturais (Kowalewski, 1992).

enfrentamento simbólico, típicas da guerra cultural. Nas redes, lideranças conservadoras dizem o que querem, como querem e quando querem (Gomes, 2018), buscando consolidar um vínculo afetivo com suas bases por meio da criação de inimigos simbólicos e da mobilização de discursos de ódio ou ressentimento.

Em busca de espaço na esfera pública, outros atores políticos vêm avançando na instrumentalização das plataformas digitais para disputar narrativas e enquadramentos (Gomes; Dourado, 2019). Cada polo esforça-se para vencer essa guerra, utilizando mecanismos que podem criar e/ou defender narrativas distorcidas, dar visibilidade para causas e julgamentos morais que endossam opiniões prévias e afetos, e ignorar a validade de opiniões contrárias (Dalmonte; Souza, 2019). No embate de narrativas sobre a realidade, o que vale não é o diálogo ou a construção de uma sociedade mais igualitária e democrática. O que importa é “vencer” a oposição: ou “eu” ou “eles”.

Nesse contexto, este artigo busca observar como deputados federais evangélicos de direita e esquerda<sup>4</sup> utilizam o Instagram para mobilizar sua base de seguidores e disseminar conteúdos favoráveis às suas posições ideológicas, analisando como essa disputa se insere na lógica de polarização e radicalização das redes, associada à guerra cultural contemporânea.

Pesquisas apontam que as plataformas digitais facilitam a promoção de mensagens extremistas e discursos de ódio de políticos conservadores (Urman; Katz, 2020). Nossa hipótese 01 é que, em busca de ganhar espaço nas plataformas digitais, *perfis de deputados progressistas repetem estratégias de perfis de extrema-direita, nitidamente mais bem-sucedidos nesses ambientes, com postagens mais belicosas*. A hipótese 02 prevê que *postagens agressivas possuem taxas maiores de engajamento*. Assim, as métricas das plataformas digitais, como o Instagram, podem acentuar a radicalização e polarização política.

A escolha pelo recorte de políticos evangélicos se deu pela relevância do tema. O número de evangélicos no Brasil tem crescido ano após ano. De acordo com o Censo Demográfico 2022, realizado pelo IBGE, 26,9% de brasileiros com 10 anos ou mais se declararam evangélicos, um aumento de 5,2% em relação ao censo de 2010 (Souza, 2025). Coerente com esse crescimento populacional, os evangélicos têm ganho cada vez mais destaque no cenário político nacional, seja tendo seu voto disputado por candidatos a eleições majoritárias, como postulantes a presidente e governador, seja aumentando o número de parlamentares que integram a chamada Frente

---

<sup>4</sup> A definição do campo ideológico a qual os atores políticos estão inseridos se deu com base em um levantamento feito pelo Instituto Superior de Estudos da Religião (ISER, 2022).

Parlamentar Evangélica (FPE). De acordo com o Instituto Superior de Estudos da Religião, 162 deputados federais eleitos em 2022 se consideram cristãos ou evangélicos.

Diante desse cenário, este artigo propõe uma análise das estratégias comunicacionais adotadas por deputados federais evangélicos de esquerda e direita no Instagram, buscando compreender como esses atores disputam narrativas e mobilizam suas bases dentro da lógica da guerra cultural digital.

A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo, seguindo o manual proposto por Rafael Sampaio e Diógenes Lycarião (2021), uma adaptação à clássica abordagem de Bardin. De acordo com os autores, “uma AC pode ser considerada válida quando os critérios e regras que normatizam a codificação das categorias traduzem, de maneira razoavelmente aproximada, o conceito teórico subjacente” (Sampaio; Lycarião, 2021, p. 38). Assim, observamos as postagens publicadas em perfis de oito deputados federais entre outubro e novembro de 2023: Benedita da Silva (PT-RJ), André Janones (Avante-MG), Marcos Tavares (PDT-RJ) e Pastor Henrique Vieira (PSOL-RJ), de esquerda; e Nikolas Ferreira (PL-MG), Eduardo Bolsonaro (PL-SP), Marco Feliciano (PL-SP) e Hélio Lopes (PL-RJ), de direita. A escolha dos nomes seguiu como critério a identidade religiosa, conforme levantamento do Instituto Superior de Estudos da Religião (ISER, 2022), e a quantidade de seguidores na plataforma, no caso dos representantes da direita. O artigo está estruturado em três seções principais: a primeira apresenta um breve histórico das relações entre política e religião no Brasil; a segunda discute os processos de mediação e desintermediação na esfera pública digital; e a terceira detalha a metodologia adotada e analisa os resultados empíricos da pesquisa, examinando como a polarização e a radicalização política se manifestam nas estratégias discursivas desses parlamentares nas redes sociais.

## **2. POLÍTICA E RELIGIÃO NO BRASIL: UM BREVE HISTÓRICO**

Política e religião são inerentes ao ser humano e inúmeros são os exemplos da influência mútua e importância de ambas. Na América Latina, o crescimento dos evangélicos enquanto fenômeno político é percebido mais fortemente a partir do século XX (Freston, 2004). Para Villazón (2015), esse processo é resultado de crises econômicas que assolaram a região somadas a um discurso conservador em favor de um estado forte, como o que levou à ditadura militar, no Brasil.

Partindo de um ponto mais recente, podemos perceber a influência do protestantismo na política institucionalizada brasileira desde a construção da Constituição Federal de 1988, marco

regulatório brasileiro. Em 1986, 32 parlamentares evangélicos foram eleitos para o Congresso Nacional Constituinte (Cunha, 2017). Para a professora Magali Cunha, a crescente participação de evangélicos na política partidária se dá como um “ato de defesa cultural” e uma espécie de reivindicação de acesso à esfera pública institucional, alicerçada nos seus avanços geográficos e econômicos:

Uma reação a mudanças no ambiente social que ameaçavam a cultura religiosa evangélica. Mas é também um ato de afirmação de um grupo que se vê em crescimento numérico e geográfico, em franca conquista no campo econômico-financeiro, vivenciador de um *momentum* no contexto da redemocratização do País. (2017, p. 38)

Para Camurça (2019), o *modus operandi* que os evangélicos-pentecostais se inseriram na política partidária perpassa pelo tripé “política, mídia e filantropia”. O modelo pode ser observado pela Igreja Universal do Reino de Deus, Assembleia de Deus, Sara Nossa Terra, entre outras.

No estudo “Religião e Política no Brasil Contemporâneo: uma análise dos pentecostais e carismáticos católicos”, a pesquisadora Maria das Dores Campos Machado (2015) observou a preocupação de lideranças cristãs para que a atuação parlamentar seja alinhada com o ideário cristão. Talvez por isso, muitos dos representantes eleitos sejam pastores, missionários ou cantores gospels, ou seja, pessoas com conhecimento da doutrina religiosa.

A simbiose entre religião e política, sobretudo evangélicos neopentecostais, ganha novos episódios a partir do início dos anos 2000, com a eleição do presidente Lula, do Partido dos Trabalhadores, de esquerda, e a série de ações progressistas proposta pelo novo governo, como a inclusão de grupos minoritários (Machado; Rodrigues, 2015). Nos anos seguintes, além da luta pelo voto evangélico, outras pautas ganharam destaque, como a garantia da presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados pelo Pastor Marco Feliciano, em 2013, o projeto de redução da maioria penal (2015) ou o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff (2016) (Cunha, 2017).

Com a jornada de junho de 2013 e o fortalecimento de pautas conservadoras a partir de então, grupos evangélicos se fortalecem e ganham mais voz, ao passo que a população evangélica também cresce e novos grupos midiáticos são formados ou fortalecidos em torno de comunidades cristãs. Essa força é percebida na legislatura 2019-2022, com a bancada evangélica alcançando número recorde de deputados<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Bancada evangélica no Congresso tem 189 parlamentares e já alcança 80% dos partidos. Disponível em: <https://encurtador.com.br/cfwDO>

Em uma sociedade onde ambientes digitais são fundamentais para a construção da opinião pública e renovação da esfera pública (Gomes, 2005), é possível identificar a emergência de um ativismo político evangélico que acontece muito especialmente em e a partir de espaços digitais (Cunha, 2017). Assim, líderes evangélicos, políticos ou não, veem nas plataformas digitais um aliado em potencial para alcançarem um importante capital na esfera pública: visibilidade.

### **3. PLATAFORMAS DIGITAIS, MEDIAÇÃO E DESINTERMEDIAÇÃO**

Por muito tempo, e ainda agora, a visibilidade pública esteve mediada por meios de comunicação de massa, como aponta Gomes (2018):

Praticamente todos os insumos para a vida pública (sem falar nos outros âmbitos da vida) passam pela esfera de visibilidade pública que, em grande parte, está sob direta e extensa influência das indústrias da comunicação e do entretenimento, dos ambientes profissionais da comunicação, das linguagens e dos recursos de comunicação (Gomes, 2018, p. 339)

Essa mediação evoluiu ao passo que as próprias democracias liberais avançaram. E com a evolução dos meios de comunicação, a mediação ficou tão evidente que é possível dizer que as democracias modernas têm a sua esfera pública estruturada pelos meios de comunicação de massa (Habermas, 2003; Gomes, 2018). É por meio da TV, rádios, sites e, mais recentemente, mídias sociais e aplicativos de mensagens, que o cidadão se informa sobre os principais assuntos econômicos e políticos. É pela mídia que entendemos qual o agendamento posto em determinado momento. Ela é a janela pela qual vemos o mundo.

Ao analisarmos campanhas políticas e o comportamento do eleitor, fica também claro a importância da mídia na mediação entre representantes e representados (Mccombs, 2003; Albuquerque *et al*, 2008; Aggio, 2010). Para Popkin (1995), muitas das informações que os eleitores usam quando votam são adquiridas de graça, como um subproduto das atividades que realizam como parte de sua vida diária. Porém, existem grandes lacunas no conhecimento sobre governo e política dos eleitores, que acabam usando atalhos, como a mídia, para obter, avaliar e recuperar informações sobre partidos, candidatos e programas. Independentemente do nível de educação dos cidadãos, esses atalhos são utilizados para reduzir custos ao pensar sobre política (Popkin, 1995).

Para o autor, embora o eleitor não seja manipulado pela mídia, a TV representa uma fonte em que muitos cidadãos obtinham interpretações da elite acerca de eventos e personalidades

importantes. Os noticiários da televisão forneciam comentários sobre discursos, propostas e crises de uma variedade de figuras políticas conhecidas. Essas informações poderiam ser somadas aos seus conhecimentos sobre os partidos, com informações que podem ser recolhidas a baixo custo, no dia a dia, e com os apontamentos dos líderes de opinião locais (Popkin, 1995).

O surgimento das plataformas digitais trouxe novos atalhos para este contexto. Para Gomes (2018), as possibilidades de interações trazidas por elas não excluem o papel dos sistemas profissionais de produção de informação, como o jornalismo<sup>6</sup>. Já Schulz (2014) acredita que os meios de comunicação de massa perderam força ao passo que viram surgir novas formas de se comunicar: “a grande proliferação e diversificação das mensagens têm levado a uma situação na qual os usuários das mídias – notadamente atores políticos – podem ultrapassar o filtro e o *gatekeeper* dos meios de comunicação de massa, evitando assim os poderes da mídia”<sup>7</sup> (Schulz, 2014, p. 61).

Aggio e Reis (2012, p. 159) endossam os argumentos de Schulz ao enxergarem as mídias sociais como um ambiente central nos debates públicos recentes em que “informações constantemente atualizadas sobre fatos, eventos e personagens políticos são compartilhadas e discutidas ordinariamente”. Para Matos, Dourado e Mesquita (2017), o uso das plataformas digitais entre os atores políticos é crescente graças a fatores como o baixo custo de manutenção e a ausência da necessidade de mediação.

Outra característica trazida pelo uso da internet na sociedade política é a descentralização da informação. Nela, a notícia é mais variada que nos meios de comunicação de massa, uma vez que não se limita à edição do jornalista ou veículo. Há uma infinidade de informações políticas que podem ser repassadas ou lembradas: “esta informação há de ser mais integral e mais rica, pois em princípio o sistema de informação Web configura uma gigantesca e completa enciclopédia política e cultural, onde se tem desde a atualidade jornalística até o resultado da investigação científica” (Gomes, 2005, p. 66).

Exemplos dessa desintermediação entre líderes políticos e os seus eleitores são facilmente encontrados por todo o mundo. Em Israel, um estudo examinou as estratégias dos candidatos usadas nas postagens do Facebook durante as eleições de 2013 e a popularidade de cada estratégia foi

---

<sup>6</sup> Gomes (2018) afirma que “praticamente tudo o que tem relevância para a comunidade política e afeta a democracia depende da mediação da comunicação de massa”.

<sup>7</sup> “The enormous proliferation and diversification of messages has led to a situation where media users – notably political actors – can bypass the filtering and gatekeeping of mass media, thus evading media powers”. (Schulz 2014, p. 61).

medida por curtidas e compartilhamentos. A pesquisa revelou que, embora os políticos tenham usado mais conteúdos que enfatizem o seu caráter, os conteúdos tidos como emotivos atraiu mais a atenção dos seguidores (Azran *et al*, 2015).

Nas eleições gerais da Inglaterra, em 2015, um estudo de Jensen (2017) mostrou que os partidos utilizaram o Twitter para se aproximar do eleitor e responder questões relacionadas às eleições. As respostas de campanha geralmente são direcionadas a cidadãos comuns. A pesquisa também observou que os líderes dos principais partidos usavam as plataformas digitais principalmente para apresentar suas características (Jensen, 2017, p. 38).

Na Alemanha, em 2018, o partido *Alternativen für Deutschland* (AfD) incorporou uma campanha anti-imigração que foi primeiro percebida em grupos extremistas que existiam no YouTube, Twitter e sites de notícias especializados. Uma pesquisa desenvolvida por Klinger *et al* (2022) descobriu que a campanha foi bem aceita por líderes do partido depois que grupos radicais de apoiadores levantaram o debate nas mídias sociais, chamando a atenção de influenciadores dentro do partido e sites de extrema direita (Klinger *et al*, 2022).

Naquele mesmo ano, Gomes (2018) destacou, sobre as eleições brasileiras, em entrevista ao jornal Correio Braziliense, que a desintermediação é uma maneira do agente político ter maior controle sobre o enquadramento, sem interferência de jornalistas:

"Eles dizem o que querem, não estão sob domínio dos editoriais. Ninguém vai cortar um trecho ou colocar em outro contexto. Não possuem mediador ou porta-voz. O próprio Bolsonaro passou a gravar todas as entrevistas que realizava por não confiar no intermediário, que no caso são os jornalistas" (Gomes, 2018, p.).

Esse domínio da notícia por parte dos políticos também é observado por Ceccobelli e Normale: “ao contrário da mídia antiga, nas redes sociais os atores políticos têm total controle de sua comunicação e podem construir uma relação direta e imediata com os cidadãos” (Ceccobelli, Normale, 2016, p. 2). Essa relação entre políticos e a informação também é observada por Matos e colegas (2017). Para eles, no meio digital, os políticos podem transmitir a mensagem de forma direta (Matos *et al*, 2017, p. 5).

É importante ressaltar que, embora as mídias sociais tenham possibilitado novas formas de comunicação entre políticos e eleitores, não há, nesse cenário, uma completa desintermediação. Autores apontaram que a internet pode gerar uma descentralização da informação ao passo que sustentam formas de centralização (Gomes, Maia, 2008; Matos *et al*, 2017). Para Maia (2008), “se

as novas tecnologias podem proporcionar um ideal para a comunicação democrática, oferecendo novas possibilidades para a participação descentralizada, elas podem, também, sustentar formas extremas de centralização de poder” (Maia, 2008, p. 2). Dessa maneira, a centralização de poder exercida por conglomerados de mídia tradicional dá lugar a um conglomerado de gigantes da tecnologia, como o Facebook, Twitter e YouTube.

O relatório Global Digital Statshot<sup>8</sup> apontou que, em julho de 2022, 59% da população mundial possuíam alguma rede social. Esses usuários utilizam, em média, oito plataformas digitais, sendo o Facebook a rede com maior número de usuários. Pesquisas mostram que não há clareza sobre o ecossistema dessas empresas: “não sabemos o suficiente sobre como as empresas de mídia digital tomam decisões - de grandes estratégias a experimentações temporárias – que moldam dramaticamente o contexto em que nos comunicamos sobre assuntos públicos”<sup>9</sup> (Miller, Vaccari, 2020, p. 349). Essa falta de clareza e regulamentação, aliados ao mau uso das mídias sociais para o enfraquecimento das democracias, como a disseminação de *fakenews*, tem causado um pessimismo em pesquisas da área: “há o perigo de que o pêndulo tenha oscilado, ou vá oscilar, de maneira rápida em direção ao pessimismo digital. Um foco renovado nos desafios democráticos que a internet trouxe não deve nos distrair das oportunidades que ela continua a oferecer”<sup>10</sup> (Miller, Vaccari, 2020, p. 349).

Outro fator importante a se destacar nesse cenário de mediação proporcionado pela internet é que ele não é igualitário. Além de não haver uma distribuição mais homogênea de acesso às oportunidades de participação, mesmo em sociedades mais isonômicas (Gomes, 2005), há um tratamento diferenciado de acordo com o número de seguidores e visualizações que o cidadão tem na rede, transformando-se em uma espécie de líder de opinião digital. Esses líderes possuem mais voz e conseguem circular informações com mais rapidez (Huckfeldt, 2014; Choi, 2014).

#### 4. METODOLOGIA

A metodologia empregada neste artigo é a Análise de Conteúdo Categorical, seguindo as três etapas propostas por Rafael Sampaio e Diógenes Lycarião (2021): conceituação, desenho e análise.

---

<sup>8</sup> O estudo é desenvolvido pelo Hootsuite em parceria com o We Are Social e apresenta centenas de dados relacionados ao crescimento mundial do uso da internet e suas ferramentas. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-july-global-statshot-report-jul-2022-v02>

<sup>9</sup> “we do not know nearly enough about how digital media companies make decisions—from grand strategies to temporary experimentations—that dramatically shape the context in which we communicate about public affairs” (Miller; Vaccari, 2020, p. 349).

<sup>10</sup> “there is the danger that the pendulum has swung, or will swing, too far too fast toward digital pessimism. A renewed focus on the democratic challenges that the Internet has brought about should not distract us from the opportunities it continues to provide” (Miller; Vaccari, 2020, p. 349).

Trata-se de uma abordagem sistemática de interpretação de mensagens, que busca identificar e organizar significados recorrentes em unidades textuais ou visuais a partir de categorias previamente definidas e validadas teoricamente. No contexto das redes sociais, esse método permite examinar discursos multimodais (texto, imagem, vídeo) de modo sistemático, articulando quantificação e interpretação qualitativa dos dados. Para os autores, essa metodologia será produtiva na medida em que o livro de códigos for formulado claramente e adaptado às questões da pesquisa.

Neste estudo, as unidades amostrais são as postagens nos perfis do Instagram de oito deputados federais: Benedita da Silva (PT-RJ), Janones (Avante-MG), Marcos Tavares (PDT-RJ) e Pr. Henrique Vieira (Psol-RJ), de esquerda; e Nikolas Ferreira (PL-MG), Eduardo Bolsonaro (PL-SP), Marco Feliciano (PL-SP) e Hélio Lopes (PL-RJ), de direita. A escolha dos deputados se deu a partir do levantamento da identidade religiosa dos políticos eleitos em 2022 pelo Instituto Superior de Estudos da Religião (ISER, 2022). De acordo com a pesquisa, dos 162 representantes evangélicos ou cristãos, apenas quatro deputados federais são de esquerda. Esse dado evidencia a assimetria na representação política entre os campos religioso e ideológico, já que a presença evangélica na Câmara está majoritariamente concentrada na direita e na extrema-direita. A inclusão dos quatro parlamentares de esquerda, portanto, permite observar como um grupo minoritário dentro do segmento evangélico se comunica e disputa narrativas em um ambiente dominado por vozes conservadoras. Para uma igualdade numérica, observamos quatro deputados da direita, utilizando o número de seguidores na plataforma como critério de escolha: Nikolas Ferreira, com 18,6 milhões de seguidores; Eduardo Bolsonaro, 7 milhões; Marco Feliciano, 3,4; e, por fim, o deputado Hélio Lopes, com 1,8 milhão<sup>11</sup>.

O período da coleta de dados se deu entre sete de outubro a sete de novembro de 2023. A data inicial foi escolhida por ser o dia do ataque do Hamas em Israel, fato de grande notoriedade em todo o mundo, com nuances adicionais para a comunidade evangélica, sempre muito associada à Israel. No período também foi observado a discussão de temas com grande repercussão na opinião pública, como a aprovação de um projeto, pela Comissão de Previdência, Assistência Social, Infância, Adolescência e Família da Câmara dos Deputados, que proíbe o casamento entre pessoas do mesmo sexo. Após 31 dias foram coletadas, ao todo, 672 postagens.

A coleta foi automatizada, utilizando a ferramenta *DMI 4CAT: Capture and Analysis Toolkit*. O 4CAT é um software de código aberto voltado à pesquisa em métodos digitais, que permite extrair, organizar e exportar dados públicos de diferentes plataformas, como Twitter/X, Reddit,

---

<sup>11</sup> Número de seguidores no Instagram em 22 de outubro de 2025.

4chan e Instagram. O sistema realiza a coleta sistematizada de postagens e metadados, convertendo o material bruto em planilhas adequadas para análise quantitativa ou qualitativa. Ele funciona a partir de uma interface web, sem necessidade de programação, mas utiliza scripts em Python e APIs oficiais para acessar e processar os dados de modo padronizado. No caso desta pesquisa, o 4CAT foi utilizado para coletar as postagens publicadas no Instagram pelos deputados da amostra durante o período delimitado, assegurando padronização no registro das informações e precisão na etapa de categorização.

Para a elaboração das categorias de análises, (i) observamos as postagens desses agentes políticos por um período preliminar, para entender sobre o que falam e (ii) consideramos as hipóteses que pretendemos testar. Assim, desenvolvemos o livro de códigos com nove categorias. Observando Sampaio e Lycarião (2021), essas categorias foram selecionadas para serem exclusivas (as unidades amostrais são classificadas em apenas uma categoria) e exaustivas (toda a amostra é enquadrada em alguma categoria), a saber:

**Quadro 1** – Categorias do livro de códigos

| DEPUTADOS DE ESQUERDA                      | DEPUTADOS DE DIREITA                       |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Ação parlamentar                           | Ação parlamentar                           |
| Associação com o Governo                   | Associação com Bolsonaro                   |
| Imagem Pessoal                             | Imagem Pessoal                             |
| Ataques direita/Bolsonaro                  | Ataques esquerda/Lula                      |
| Homenagens                                 | Homenagens                                 |
| Religião                                   | Religião                                   |
| Guerra Hamas-Israel                        | Guerra Hamas-Israel                        |
| Pautas progressistas<br>Eleições Argentina | Pautas conservadoras<br>Eleições Argentina |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Os códigos referentes a cada categoria podem ser observados no Anexo I.

## 5. ANÁLISE

### 5.1 Perfil dos deputados

Os quatro deputados de esquerda possuem filiação partidária diversa (PT, Psol, PDT e Avante), enquanto todos os deputados de direita são do mesmo partido, o Partido Liberal (PL). Todos os oito são da região sudeste e há apenas uma mulher:

**Tabela 01** – Perfil dos deputados

| Deputado          | Partido | Estado         | Idade | Gênero | Raça   | Vinculação                     |
|-------------------|---------|----------------|-------|--------|--------|--------------------------------|
| Benedita da Silva | PT      | Rio de Janeiro | 81    | F      | Preta  | Igreja Presbiteriana do Brasil |
| Pr. Henrique      | Psol    | Rio de Janeiro | 36    | M      | Preta  | Igreja batista o Caminho       |
| Janones           | Avante  | Minas Gerais   | 39    | M      | Branca | Igreja Batista da Lagoinha     |
| Marcos Tavares    | PDT     | Rio de Janeiro | 45    | M      | Branca | Igreja não identificada        |
| Helio Lopes       | PL      | Rio de Janeiro | 54    | M      | Preta  | Igreja Batista                 |
| Marco Feliciano   | PL      | São Paulo      | 51    | M      | Branca | Assembleia de Deus             |
| Eduardo Bolsonaro | PL      | São Paulo      | 39    | M      | Branca | Comunidade Batista do RJ       |
| Nikolas           | PL      | Minas Gerais   | 27    | M      | Branca | Comunidade Graça e Paz         |

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2025)

## 5.1 Conteúdos postados

Durante o período analisado, os deputados de esquerda postaram 279 vezes, com a deputada Benedita (PT-RJ) sendo a mais constante, com 4 posts/dia, enquanto o deputado Janones (Avante-MG) publicou apenas 24 vezes (0,7 post/dia):

**Tabela 02** – Categorias dos Deputados de Esquerda

| Categoria                 | Benedita        | Pr. Henrique  | Tavares        | Janones        | Todos           |
|---------------------------|-----------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|
| Ação parlamentar          | 57 46%          | 22 22%        | 10 31%         | 1 4%           | 90 32%          |
| Pautas progressistas      | 17 14%          | 31 31%        | 5 16%          | 1 4%           | 54 19%          |
| Homenagens                | 23 18%          | 11 11%        | 8 25%          | - -            | 42 15%          |
| Associação com o Governo  | 19 15%          | 5 5%          | - -            | 6 25%          | 30 11%          |
| Ataques direita/Bolsonaro | - -             | 17 17%        | - -            | 5 21%          | 22 8%           |
| Imagem pessoal            | 5 4%            | 2 2%          | 7 22%          | 5 21%          | 19 7%           |
| Religião                  | 1 1%            | 9 9%          | 2 6%           | 1 4%           | 13 5%           |
| Guerra Hamas-Israel       | 2 2%            | - -           | - -            | 3 12%          | 5 2%            |
| Eleições Argentina        | - -             | 2 2%          | - -            | 2 8%           | 4 1%            |
| <b>TOTAL</b>              | <b>124 100%</b> | <b>99 99%</b> | <b>32 100%</b> | <b>24 100%</b> | <b>279 100%</b> |

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2025)

Como podemos observar na tabela 02, a categoria “Ação parlamentar” foi a com maior incidência, puxada pelos deputados Benedita, Pr. Henrique e Marcos Tavares. Aqui foram categorizados os projetos de leis, audiências em comissões, reuniões com correligionários e visitas a bases eleitorais. Conteúdos debatendo pautas progressistas, como a criação da bancada negra no Congresso Nacional, o apoio ao casamento entre pessoas do mesmo sexo e a descriminalização do

aborto foi frequente em 19% dos posts.

Por outro lado, posts comentando as eleições na Argentina, a guerra entre Hamas e Israel e conteúdos religiosos foram pouco tratados. Na categoria religião estão citações bíblicas, visita a igrejas ou eventos religiosos, pregações e discursos enfatizando sua fé.

Podemos perceber também que mesmo analisando apenas deputados de esquerda evangélicos há uma grande diferença nos conteúdos postados. Enquanto Janones e Pr. Henrique possuem percentual alto na categoria “ataque – direita/Bolsonaro”, Benedita e Marcos Tavares sequer postaram algo relacionado. “Imagem pessoal” também é bem presente para Marcos Tavares e Janones, enquanto Benedita e Pr. Henrique pouco postam a respeito.

**Figura 3** – Publicação do deputado Marcos Tavares homenageando a esposa



**Fonte:** Tavares (2023). Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CyhxKfeONWL?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/CyhxKfeONWL?img_index=3)

A categoria “religião” foi, em geral, pouco encontrada (5%), com o Pr. Henrique sendo o que mais usou (9%). O que podemos perceber é que não há uma busca pela identificação com o seguidor através da fé. Pelo contrário, foi possível observar críticas do deputado Janones a políticos de direita que instrumentalizam a religião para manipular a opinião pública. A deputada Benedita, embora em um post tenha reafirmado sua posição como evangélica, prefere utilizar seu Instagram como canal de prestação de contas, informando seus projetos, suas ações parlamentares, visita a base eleitoral e a aliados políticos. Deputada do PT, é possível perceber um grande número de postagens elogiando o presidente Lula.

Na categoria “pautas progressistas” também há uma heterogeneização. Enquanto o deputado Marcos Tavares postou sobre direito dos animais, a deputada Benedita publicou várias vezes sobre

o movimento antirracista. Parte do período de coleta coincidiu com novembro, mês da consciência negra e também período que foi aprovada a Bancada Negra do Congresso Nacional. Benedita é ativista histórica da causa do movimento negro e foi possível observar essa característica da deputada no seu Instagram. Por sua vez, o deputado Pr. Henrique fez ampla defesa pelo direito ao casamento por pessoas do mesmo sexo, direito que estava sendo ameaçado por projetos em votação na Câmara dos Deputados. O pastor é conhecido dentro da comunidade evangélica como um líder religioso inclusivo, que prega um evangelho sem preconceito.

A categoria “guerra Hamas-Israel”, assunto caro aos evangélicos, também foi pouco abordada entre os políticos de esquerda. E quando foram, na maioria das vezes era desejando a paz ou elogiando a ação do Governo Lula na condução das ações a respeito. Aqui, o discurso buscou fugir do maniqueísmo “bem x mal”. Os deputados Marcos Tavares e Pr. Henrique sequer trataram do tema, mesmo sendo de grande interesse público.

No mesmo período, os deputados de direita publicaram 393 vezes, com o deputado Hélio Lopes (PL-RJ) sendo o com maior número: 171 (5,5 posts/dia); enquanto o deputado mineiro Nikolas publicou apenas 10 vezes (0,3 post/dia):

**Tabela 03** – Categorias dos Deputados de Direita

| <b>Categoria</b>        | <b>Helio Lopes</b> | <b>Feliciano</b> | <b>Edu. Bolsonaro</b> | <b>Nikolas</b> | <b>Todos</b> |
|-------------------------|--------------------|------------------|-----------------------|----------------|--------------|
| Ataques esquerda/Lula   | 48 28%             | 19 15%           | 31 37%                | 5 50%          | 26%          |
| Guerra Hamas-Israel     | 40 23%             | 17 13%           | 27 32%                | 2 20%          | 22%          |
| Associação com Bolsonar | 51 30%             | 2 2%             | 5 6%                  | - -            | 15%          |
| Religião                | 2 1%               | 52 41%           | - -                   | - -            | 14%          |
| Homenagens              | 11 6%              | 28 22%           | 2 2%                  | 1 10%          | 11%          |
| Pautas conservadoras    | 13 8%              | 2 2%             | 1 1%                  | - -            | 4%           |
| Imagem pessoal          | 1 1%               | 4 3%             | 6 7%                  | 1 10%          | 3%           |
| Eleições Argentina      | 1 1%               | - -              | 11 13%                | - -            | 3%           |
| Ação parlamentar        | 4 2%               | 4 3%             | 1 1%                  | 1 10%          | 2%           |
| <b>TOTAL</b>            | <b>171 100%</b>    | <b>12 100%</b>   | <b>84 101%</b>        | <b>10 100%</b> | <b>100%</b>  |

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2025)

A tabela 03, com as postagens dos deputados de direita, apresenta números bem diferentes dos congressistas de esquerda. Aqui, a predominância é da categoria “Ataques esquerda/Lula”, com 26% da amostra. Em seguida, a Guerra Hamas-Israel foi comentada pelos quatro deputados, somando 86 vezes (22%). Como a categoria menos mencionada está a “Ação parlamentar”, com apenas 2%. Aqui, quase todas as 10 publicações foram referentes a atuação na Comissão Parlamentar Mista de Inquérito do 8 de janeiro, que pediu o indiciamento de 61 pessoas por crimes como associação criminosa, violência política, abolição do Estado Democrático de Direito e golpe

de Estado. Entre elas, o ex-presidente Jair Bolsonaro e ex-ministros do seu governo. A categoria “Religião”, relevante neste artigo, teve um desempenho maior entre os congressistas de direita: 14%. Tal número foi atingido graças ao deputado Pr. Feliciano, que publicou 52 vezes sobre assuntos religiosos.

Diferente dos deputados de esquerda, neste campo é possível perceber uma postura mais alinhada. Todos postaram repetidas vezes ataques ao presidente Lula, outros políticos, imprensa ou mesmo críticas ao que chamam de “esquerdistas/comunistas”. Essa estratégia é comum a políticos populistas, independente da filiação partidária, e foi possível ser observada nas redes sociais do ex-presidente Bolsonaro durante o seu mandato (Pinheiro, 2023). Tal estratégia mantém a sua base de seguidores sempre alerta e engajada.

Outra categoria de destaque foi “guerra Hamas-Israel”, presente nas postagens dos quatro deputados. Como é sabido, tal assunto é de extrema relevância para a comunidade evangélica, que vê Israel como povo escolhido por Deus. Assim, defender Israel é como defender a terra prometida por Deus, defender a vontade de Deus. Além de defender o posicionamento de Israel, as postagens continham ataques diretos ao Hamas, ao Governo Lula e aos “esquerdistas” que defendiam o grupo, em uma estratégia de construir uma ligação direta entre o grupo palestino e a esquerda. Desta maneira, a pauta servia também para demarcar um posicionamento onde ser cristão significaria ser pró-Israel e, conseqüentemente, ser contra a esquerda.

Assim como entre os deputados de esquerda, conteúdos caracterizados como “religião” foram pouco acionados, com exceção do pr. Marco Feliciano. O deputado Hélio Lopes postou a respeito apenas duas vezes e Nikolas e Eduardo Bolsonaro sequer publicaram.

**Figura 4:** Exemplo de publicação categorizada como religião



**Fonte:** Feliciano (2023). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CyVqvmTafnx>

Por fim, a categoria “ação parlamentar” foi a menos frequente, diferente do observado entre os deputados de esquerda, quando a categoria ficou em primeiro lugar. Ao analisarmos apenas o Instagram não podemos definir se o baixíssimo índice da categoria se dá por uma escolha estratégica dos deputados ou se não há uma atuação parlamentar robusta. Estão nesta categoria a proposição de projetos de lei, participação de comissões, reuniões com autoridades e visitas à base eleitoral.

Um dos objetivos deste trabalho é observar as postagens com maior engajamento, percebendo se há uma predominância de conteúdos com ataques a adversários políticos. Embora tenhamos coletado o número de likes e comentários de todos os conteúdos, buscando dados para nossa pesquisa, entendemos que tais números são influenciados por uma série de fatores da própria plataforma. Os algoritmos, assim como no Facebook, dão mais destaque para postagens com maior relevância calculada (Santos, 2022). Além das fórmulas algorítmicas desconhecidas, que fazem alguns conteúdos terem mais alcance que outros, precisamos levar em consideração o planejamento de marketing digital de cada deputado. De acordo com sua política de instrumentalização da plataforma, o político pode promover seu perfil, impulsionar suas publicações, comprar seguidores, convocar rede de apoiadores para engajamento, entre outros. Assim, análise de relevância levando em consideração apenas os números tendem a ser pouco eficazes. Por isso, em vez de buscarmos médias aritméticas, escolhemos analisar o conteúdo das postagens, utilizando as métricas apenas como critério de seleção. Aqui, também há diferenças perceptivas entre deputados de direita e

esquerda:

**Tabela 04** – Publicações com maior engajamento

| Parlamentar       | Likes                  |         | Comentários          |         |
|-------------------|------------------------|---------|----------------------|---------|
|                   | Categoria              | Formato | Categoria            | Formato |
| Benedita          | associação governo     | Imagem  | ação parlamentar     | Vídeo   |
| Pr. Henrique      | ação parlamentar       | Vídeo   | Homenagem            | Imagem  |
| Janones           | Imagem pessoal         | Imagem  | Imagem pessoal       | Imagem  |
| Marcos Tavares    | Imagem pessoal         | Imagem  | Imagem pessoal       | Imagem  |
| Helio Lopes       | Associação Bolsonaro   | Vídeo   | Pauta conservadora   | Vídeo   |
| Marco Feliciano   | ação parlamentar       | Vídeo   | ação parlamentar     | Vídeo   |
| Eduardo Bolsonaro | Associação Bolsonaro   | Vídeo   | Associação Bolsonaro | Vídeo   |
| Nikolas           | ataque - esquerda/lula | Vídeo   | ação parlamentar     | Vídeo   |

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2025)

Uma estratégia comum utilizada por políticos de extrema-direita em seus discursos, inclusive nas plataformas digitais, é a retórica de oposição. O uso de contrastes de tipo maniqueísta como “nós/eles”, “bem/mal”, “pró-família/desvirtuosos” já foi tema de outras pesquisas (Bernardez-Roda *et al*, 2022). Embora a categoria “ataque - esquerda/lula” tenha sido a com maior predominância entre os deputados de direita aqui analisados, quando observamos os posts com maior engajamento, apenas uma publicação do parlamentar Nikolas é enquadrada nesta categoria.

A hipótese levava em consideração o radicalismo que a política vem apresentando nos últimos anos. Nossa curiosidade era saber se conteúdos com clara polarização e ataques geraria um maior engajamento, o que alimentaria uma radicalização ainda maior dos conteúdos publicados, como um ciclo vicioso: posts belicosos geram mais engajamento que geram mais conteúdos com ataques. Esse ciclo poderia gerar novos questionamentos sobre o papel das plataformas digitais na construção de uma polarização política e ambiente radicalizado, para além dos estudos de câmara de eco ou filtro bolhas.

Entretanto, nossos achados nos levam para outro caminho. Mesmo quando analisamos os 10 posts com maior número de curtidas, a categoria “ataques” não ganha destaque. Ela sequer aparece entre os conteúdos do deputado Eduardo Bolsonaro e apenas três vezes ao observarmos o conteúdo do Pr. Marco Feliciano.

Dessa maneira, nossos dados sugerem que a belicosidade dos conteúdos não é, por si só, um fator determinante para o aumento do engajamento nas plataformas digitais. Esse resultado indica que a radicalização do discurso não necessariamente se traduz em métricas de performance superiores, ao contrário do que a literatura sobre polarização digital frequentemente pressupõe

(Schwemmer, 2021). Um possível fator para esse cenário é a saturação desse tipo de conteúdo entre a audiência, que já estaria familiarizada (ou mesmo anestesiada) com retóricas de confronto. Outra possibilidade é que elementos relacionados à performance comunicacional, como formato do post, presença do político em vídeo, apelo emocional ou proximidade com temas cotidianos, tenham maior peso na lógica algorítmica do engajamento do que a simples agressividade retórica. Assim, os resultados apontam para a necessidade de relativizar a ideia de que a radicalização discursiva, por si só, impulsiona a visibilidade digital, sugerindo que a eficácia desse tipo de estratégia depende de variáveis contextuais e de mediações específicas do ambiente de plataforma.

## 6. CONCLUSÃO

A análise dos perfis de deputados evangélicos de esquerda e direita no Instagram permite observar assimetrias significativas na forma como esses atores políticos se inserem no ambiente digital. Ao contrário do que previam as hipóteses iniciais, os parlamentares progressistas não replicam, de maneira sistemática, as estratégias combativas utilizadas por seus opositores (H1). Enquanto a esquerda prioriza a divulgação de ações parlamentares, a direita recorre com mais frequência a conteúdos de ataque e confronto, o que reforça sua estratégia de mobilização baseada na lógica do antagonismo: "nós contra eles".

Esse comportamento está diretamente ligado à consolidação de uma cultura política de viés autoritário e polarizante, alimentada por discursos que desacreditam instituições e promovem o ressentimento. Deputados de direita utilizam as redes para manter o vínculo emocional com sua base (mesmo fora do período eleitoral), funcionando como peças-chave na engrenagem discursiva da extrema-direita, que tem na guerra cultural uma de suas principais frentes de batalha. Assim, esses deputados continuam atacando fortemente o governo e a esquerda como maneira de continuar como representantes do movimento antipetista, agradando seus adeptos e evitando que outros políticos possam ocupar esses postos. Até porque, como mostram pesquisas, os políticos podem utilizar a raiva como estratégia para criar um grupo e estabelecer a identificação desse grupo consigo enquanto líder (Viscardi, 2020).

Apesar da baixa incidência de conteúdos religiosos, a identidade evangélica funciona como pano de fundo simbólico que legitima determinadas narrativas e valores morais. O tema da guerra em Israel, por exemplo, ilustra como pautas internacionais podem ser mobilizadas para reforçar visões de mundo conservadoras e identitárias.

Entre os conteúdos com maior engajamento entre os oito deputados não foi possível perceber um destaque para a categoria ataques, rejeitando também a H2. As publicações em formato de vídeo foram a maioria dos conteúdos com maior engajamento, reforçando pesquisas sobre performance de conteúdos no Instagram (Santos, 2022).

Por fim, embora a análise não aponte uma relação direta entre agressividade discursiva e maior engajamento, evidencia-se que o apelo emocional e o formato (vídeos, por exemplo) ainda desempenham papel central nas disputas digitais. O estudo revela, assim, como a extrema-direita construiu um padrão de atuação nas redes que tem moldado o campo político mais amplo, impondo desafios à construção de um debate democrático em meio a um cenário marcado pela radicalização e pelas guerras de narrativa.

## REFERÊNCIAS

- AGGIO, C. *Campanhas políticas online: a discussão do estado da arte seguido de estudo de caso sobre os web sites dos candidatos à prefeitura de salvador em 2008*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.
- AGGIO, C ; REIS, L . Campanha Eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a este site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. *Internet e Poder Local*, v. 1, n. 1, p. 49-78, 2015.
- ALBUQUERQUE, A.; STEIBEL, B.; CARNEIRO, C. A Outra face do horário gratuito: partidos políticos e eleições proporcionais na televisão. *Dados*, v. 51, n. 2, p. 456-487, 2008.
- AZRAN, S.; YARCHI, M.; WOLFSFELD, G. Aristotelian rhetoric and Facebook success in Israel's 2013 election campaign. *Online Information Review*, v. 39, n. 2, p. 149-162, 2015.
- BERNARDEZ-RODAL, A., Rey, P. R., & Franco, Y. G. Radical right parties and anti-feminist speech on Instagram: Vox and the 2019 Spanish general election. *Party Politics*, 28(2), 272-283, 2022.
- CAMURÇA, Marcelo Ayres. Religião, Política e Espaço Público no Brasil, *Estudos de Sociologia*, Vol. 2 n. 25, Recife, 2019.
- CUNHA, Magali do Nascimento. *Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo digital*. Curitiba, Editora Prismas, 2017.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Política, mídia e religião: o ativismo progressista entre evangélicos brasileiros por meio do Facebook e do Twitter. *Comunicação e Sociedade*, v.39, n. 3, 2017.
- CECCOBELLI, D.; NORMALE, S. Political Leadership Styles: The Main Political Leaders of 31 Countries on Facebook. *ECPR Joint Sessions conference*. University of Pisa, 2016.
- CHOI, S. The two-step flow of communication in Twitter-based public forums. *Social Science Computer Review*, v. 33, n. 6, p. 696-711, 2014.

- DALMONTE, Edson F., SOUZA, P. C F. de. "Ativismo por fandoms políticos conservadores: a discussão em torno dos casos Queermuseu e La bête por páginas pró-Bolsonaro." *Comunicação & Sociedade*, 41.2, 335-371, 2019.
- FRESTON, Paul. Evangelical Protestantism and Democratization in Contemporary Latin America and Asia. *Democratization* 11 (4), 2004.
- GERBAUDO, P.. Social media and populism: an elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), 745-753, 2018.
- GOMES, W. Internet e participação política em sociedades democráticas. *Revista FAMECOS*, n. 27, p.58-78, 2005.
- GOMES, W. Por que a comunicação é tão importante quando se pensa a democracia? *Introdução à teoria democrática: conceitos, histórias, instituições e questões transversais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.
- GOMES, W. Twitter se torna o novo porta-voz utilizado pelos políticos, *Correio Brazilinse*, 2018. Disponível em: < <https://bit.ly/2T6FIly> >. Acesso em: 20 ago 2020.
- GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Estudos em Jornalismo e Mídia* 16.2: 33-45; 2019.
- GOMES, W; MAIA, R. *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo, Paulus, 2008.
- HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HUCKFELDT, R. Networks, Contexts, and the Combinatorial Dynamics of Democratic Politics. *Political Psychology*, v. 35, n. 51, p. 43-68, 2014.
- ISER, 2022. *Banco de dados – 57ª legislatura – Câmara dos Deputados – Eleitos*. Disponível em: <[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PHKg\\_hQ5imp81SYcyVevSCdH3PNj1u30SMpEiYOk1y8/edit?gid=529573698#gid=529573698](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PHKg_hQ5imp81SYcyVevSCdH3PNj1u30SMpEiYOk1y8/edit?gid=529573698#gid=529573698)>. Acesso em 20/01/2024
- JENSEN, M. Social Media and Political Campaigning: Changing Terms of Engagement? *The International Journal of Press/Politics*, v. 22, n. 1, p 23-42, 2017.
- JUNGHERR, A. Twitter in Politics: A Comprehensive Literature Review. *SSRN Electronic Journal*, p. 1-90, 2014.
- KLINGER, Ulrik; *et al.* From the fringes into mainstream politics: intermediary networks and movement-party coordination of a global anti-immigration campaign in Germany. *Information, Communication & Society*, v.1, n.1, p. 1-19, 2022.
- KOWALEWSKI, Mark R. Culture Wars: The Struggle to Define America by James Davison Hunter Review. *Sociological Analysis*, Vol. 53, No. 3, pp. 337-338, 1992.

- MACHADO, M. DAS D. C.. Religião e Política no Brasil Contemporâneo: uma análise dos pentecostais e carismáticos católicos. *Religião & Sociedade*, v. 35, n. 2, p. 45–72, 2015.
- MACHADO, Frederico V.; RODRIGUES, Cristiano S. Movimentos Negros e LGBT no Governo Lula: desafios da institucionalização segmentada. *Estado, Ambiente e Movimentos Sociais*, 2015.
- MAIA, R. Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. *Comunicação e Democracia - problemas & perspectivas*, São Paulo, Paulus, p. 277-294, 2008.
- MATOS, E; DOURADO, T. M.; MESQUITA, P. Dilma Rousseff no Impeachment: Uma análise das estratégias de comunicação política nas redes sociais digitais. VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA). *Anais*. Porto Alegre, 2017.
- MCCOMBS, M. *Teoria da agenda: A mídia e a opinião pública*. São Paulo, Editora Vozes, 2009.
- MESQUITA, P. *A comunicação política em redes digitais: um estudo de caso do uso do Facebook por governadores de estado do Brasil*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.
- MILLER, M.; VACCARI, C. Digital Threats to Democracy: Comparative Lessons and Possible Remedies. *The International Journal of Press/Politics*, v. 25, n. 3, p.333–356, 2020.
- PEREIRA, Camilla; COUTINHO, Caroline. A Extrema Direita Adiciona o Neoliberalismo: O papel das mídias sociais no atual cenário político. *Cadernos de Relações Internacionais/PUC-Rio Edição Especial Crise da Democracia Liberal e Pensamento nas Relações Internacionais*, vol. 2, 2019.
- PINHEIRO, Robert. *O uso do Twitter por presidentes durante a campanha eleitoral e mandato: os casos da Argentina, do Brasil, do Chile, da Colômbia e da Venezuela*. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2022.
- POPKIN, S. Information shortcuts and the reasoning voter. *Information, participation and choice: An economic theory of democracy in perspective*, p. 17-35, 1995.
- SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. -- Brasília: Enap, 2021.
- SANTOS, Rodrigo. *E dentro do Instagram, como estão os candidatos? Estudo de caso sobre a campanha on-line à Prefeitura de Salvador em 2020*. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2022.
- SCHULZ, W. Mediatization and new media. In: *Mediatization of Politics*. Palgrave Macmillan UK, p. 57-73, 2014.
- SCHWEMMER, Carsten. The limited influence of right-wing movements on social media user engagement. *Social Media + Society*, v. 7, n. 3, p. 1-12, 2021.
- SOUZA, Beto. *Brasil tem recorde de evangélicos e menor número de católicos da história*. CNN Brasil, São Paulo, 06 jun. 2025. Disponível em: <https://s11nk.com/posbD>. Acesso em: 22/10/2025

SILVA, D. DA C. P.. Embates semiótico-discursivos em redes digitais bolsonaristas: populismo, negacionismo e ditadura. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 59, n. 2, p. 1171–1195, 2020

SMITH, Aaron. *The Internet's Role in Campaign 2008*, 2009. Disponível em: <<https://pewrsr.ch/3PMEJZ6>>. Acesso em: 04/10/2022.

URMAN, Aleksandra, KATZ, Stefan. What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram, Information, *Communication & Society*, 2020. DOI: 10.1080/1369118X.2020.1803946

VILLAZON, Julio Córdova. 2015. “Velhas e novas direitas religiosas na América Latina: Os evangélicos como fator político”. *Em Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*, 163–176. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

VISCARDI, J. Fakenews, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 59, n. 2, p. 1134-1157, 2020.

## ANEXO I

### Livro de códigos

| Categoria                                              | Códigos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ação parlamentar                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>- Proposição de projeto de lei</li><li>- Participação em comissão parlamentar</li><li>- Reunião com autoridades</li><li>- Visita a bases eleitorais</li><li>- reunião com correligionários</li></ul>                                                                             |
| Ataques direita/Bolsonaro<br>Ataques esquerda/Lula     | <ul style="list-style-type: none"><li>- críticas ao presidente Lula e seu governo, a deputados adversários e a grupos políticos contrários</li></ul>                                                                                                                                                                   |
| Pautas progressistas<br>Pautas conservadoras           | <ul style="list-style-type: none"><li>- divulgação de projetos, visitas, opiniões com foco em pautas como criminalização ou descriminalização do aborto, proibição ou defesa do casamento homoafetivo, defesa de direitos dos animais, pautas ambientalistas, temas defendendo ou atacando o movimento negro</li></ul> |
| Associação com o governo /<br>Associação com Bolsonaro | <ul style="list-style-type: none"><li>- fotos, elogios ao líder político, defesa do legado político.</li></ul>                                                                                                                                                                                                         |
| Religião                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>- pregações, visita a igreja, fotos com líderes religiosos, versículos bíblicos.</li></ul>                                                                                                                                                                                       |

|                     |                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Guerra Hamas-Israel | - ataque ou defesa de Israel, ataque ou defesa do Hamas, pedido de paz, crítica ou elogio a condução do governo brasileiro no conflito, crítica a posicionamentos contrários em relação ao conflito. |
| Homenagens          | Felicitações a amigos e correligionários, nota de pesar, comemoração a datas festivas.                                                                                                               |
| Imagem pessoal      | - Conteúdo com familiares, selfies, autoelogios, divulgação de entrevistas, cursos e livros.                                                                                                         |
| Eleições Argentina  | - cobertura do evento, crítica ou elogio a Milei                                                                                                                                                     |

### **Licença e Direitos:**

Deus, algoritmo e conflito político: estratégias discursivas de deputados evangélicos no Instagram, direitos autorais de Robert Felipe Pinheiro e Asmyne Barbosa dos Santos, 2025, licenciado sob [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

