



SEÇÃO TEMÁTICA

Configurações da religião pública: afroreligiosos, católicos e evangélicos nas eleições à Assembleia Legislativa do Paraná, em 2022

Configurations of public religion: Afro-religious, Catholic and Evangelical candidates in the 2022 elections to the Legislative Assembly of Paraná

Frank Antonio Mezzomo*
Brandon Lopes dos Anjos**

Resumo: Neste texto, procuramos inventariar as campanhas eleitorais de candidatos afroreligiosos, católicos e evangélicos à Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP) em 2022, analisando como estes agentes construíram suas estratégias mobilizando elementos sacros na estruturação e legitimação de suas candidaturas. São 138 políticos que acionaram esses recursos durante o período eleitoral, coletados a partir de materiais publicados em seus perfis e páginas no Facebook e Instagram, como e-flyers, vídeos, fotos e lives, interpretados em uma abordagem expositiva de perfil quanti-qualitativo. Identificamos os usos intensivos de signos lexicais, simbólicos e performáticos na construção das identidades políticas, com similaridades e diferenças entre o estilo e a forma da presença dos elementos religiosos nos três grupos de candidatos. As eleições de 2022, no Paraná, evidenciam constantes e intensos diálogos entre o campo religioso e político.

Palavras-chave: Religião e política. Signos político-religiosos. Religião pública.

Abstract: In this text, we seek to inventory the electoral campaigns of Afro-religious, Catholic and Evangelical candidates for the Legislative Assembly of Paraná (ALEP) in 2022, analyzing how these agents built their strategies by mobilizing sacred elements in the structuring and legitimization of their candidacies. There are 138 politicians who used these resources during the election period, collected from materials published on their Facebook and Instagram profiles and pages, such as e-flyers, videos, photos and lives, interpreted in a quantitative-qualitative expository approach. We identified the intensive use of lexical, symbolic and performative signs in the construction of political identities, with similarities and differences between the style and form of the presence of religious elements in the three groups of candidates. The 2022 elections in Paraná show constant and intense dialogues between the religious and political fields.

Keywords: Religion and politics. Political-religious signs. Public religion.

* Doutor em História Cultural (UFSC, Florianópolis-SC). Professor dos PPG em Sociedade e Desenvolvimento, História Pública e em Ensino de História da UNESPAR (Campo Mourão-PR). ORCID: 0000-0003-0968-6777 – contato: frankmezzomo@gmail.com

** Mestrando em Sociedade e Desenvolvimento (UNESPAR, Campo Mourão-PR). ORCID: 0000-0003-3903-0293 – contato: brandon.njos@gmail.com

Introdução

Procuramos inventariar as campanhas eleitorais de candidatos afroreligiosos, católicos e evangélicos à Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP) em 2022, objetivando analisar o estilo e a forma como estes agentes construíram suas estratégias mobilizando elementos sacros na estruturação e legitimação das identidades políticas. Utilizando uma abordagem expositiva, de viés quanti-qualitativo, explicitamos os perfis daqueles que instrumentalizam os signos religiosos em campanha, a fim de perceber, de forma panorâmica, as dinâmicas articuladas no último pleito. Optamos, assim, em apresentar as configurações da presença pública da religião na eleição de 2022, entendendo que a sistematização permite uma compreensão do cenário político paranaense, que se desenvolve no encaixe da dinâmica nacional.

Nas eleições de 2022 no Paraná, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) homologou 902 candidaturas à ALEP, das quais distinguimos, por meio das mídias sociais Facebook e Instagram, 138 postulantes que acionaram elementos religiosos durante a campanha eleitoral. Identificamos e coletamos os materiais publicados nessas plataformas, entre 20 de julho e 03 de outubro, período que compreende o início das convenções partidárias e um dia após o resultado do primeiro turno. Reunimos *e-flyers*, fotos, vídeos, *lives*, *links*, entre outros materiais com conteúdo político-religioso, compondo um acervo de aproximadamente 17.300 arquivos. Entendemos que “as redes sociais são hoje um campo de intensa produção de imagens, sentidos, e significados religiosos e políticos, bem como da disputa sobre estes” (Machado, 2018, p. 75) e, talvez, um dos meios e espaços mais importantes na construção da religião pública. Para a coleta e organização desse corpo empírico contamos com a participação dos membros do Grupo de Pesquisa Cultura e Relações de Poder (GPCP, 2024) da Universidade Estadual do Paraná (Unespar). Para a sistematização dos materiais, agrupamos os candidatos em três blocos religiosos – afroreligiosos, católicos e evangélicos – e analisamos suas publicações a partir das categorias estilo e forma (Mezzomo; Pátaro, 2019).

Assim como os candidatos seculares, os religiosos investem nesses instrumentos midiáticos para construir suas identidades, marcar sua presença, visibilidade e influência no espaço público, articular com outros atores e mobilizar uma série de argumentos no que podemos chamar de religião pública. Não é uma simples transposição dos templos e terreiros para fora, mas a construção de novas configurações que passam pela dinâmica transformadora da publicidade, deslocando seus sentidos, produzindo novas performances e estratégias de ocupação do espaço (Burity, 2015; Montero, 2018; Giumbelli, 2018).

Estruturamos o texto em três eixos. No primeiro, discutimos sobre o arranjo eleitoral paranaense em 2022, em especial a filiação partidária e o desempenho dos candidatos religiosos. Em seguida, analisamos os usos de elementos lexicais, simbólicos e performáticos na construção das identidades políticas, apontando as similaridades entre os três grupos religiosos. Finalizamos observando cinco casos que apontam para as diferenças entre as estratégias dos candidatos e de suas vertentes religiosas, que variam a depender de diversos fatores, em especial seu posicionamento político e o nível do apoio que recebem de suas denominações. É perceptível que novas configurações da

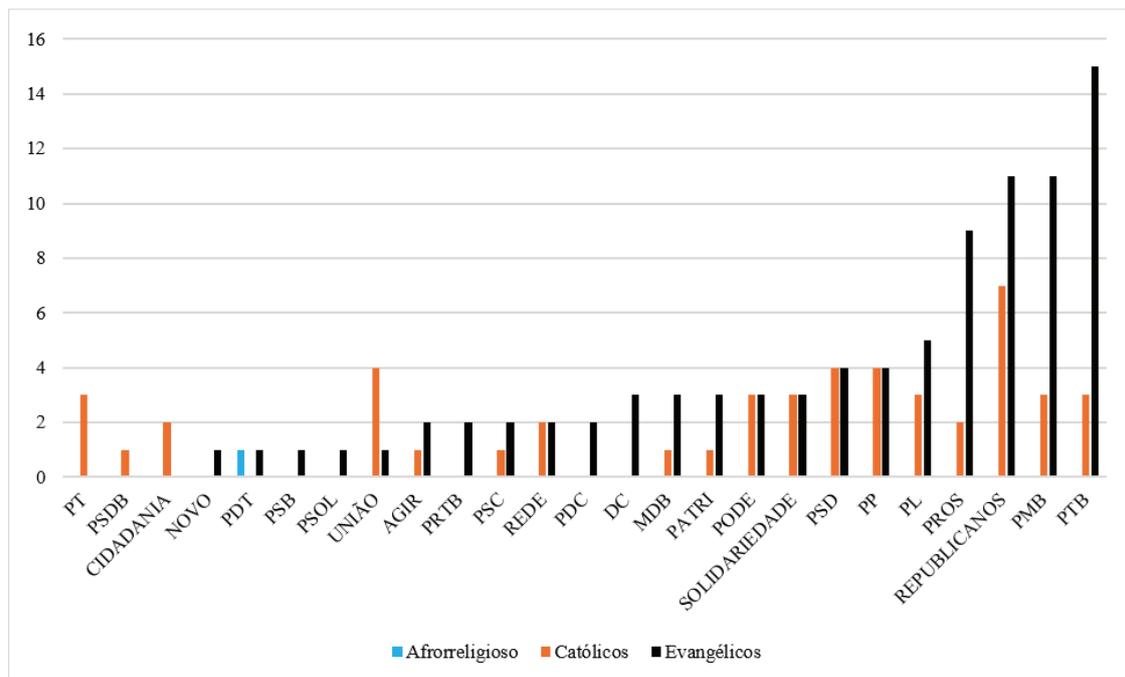
religião pública se constituem nos rituais produzidos no tempo de política (Heredia; Palmeira, 2006), visíveis nas campanhas eleitorais.

Cenário eleitoral e presença religiosa na campanha à Assembleia Legislativa do Paraná

Dos 902 políticos que lançaram sua candidatura à ALEP, observamos a presença de 138 candidatos religiosos (15,30% do total de postulantes) que mobilizaram elementos simbólicos e performáticos de sua fé na construção de suas identidades políticas durante a campanha eleitoral. Deles, uma era afroreligiosa, adepta ao Candomblé, 48 eram católicos e 89 eram membros de diversas denominações evangélicas (Quadro 1). Com acentuada diversidade teológica, doutrinária, estrutural e pragmática, esses agentes acionam elementos de unidade para definir seu estilo de campanha, construindo identidades genéricas como representante dos “católicos”, “evangélicos” ou “dos povos de terreiros”. Ao mesmo tempo, atuaram na política de formas diversas, a depender dos recursos disponibilizados por suas vertentes religiosas, disputas pelo mesmo nicho de féis-eleitores, entre outras condições e/ou dificuldades que o período eleitoral apresentou.

Os cristãos estão presentes em 24 partidos, em sua maioria de centro-direita e direita, embora haja exceções à esquerda (Gráfico 1). Ainda que algumas legendas tenham vínculo com denominações religiosas, como o Republicanos e o Partido Social Cristão, ligados à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e à Assembleia de Deus (AD), os candidatos estão atomizados em várias agremiações, movimento similar ao que ocorreu no Brasil em outras eleições (Pérez Guadalupe, 2020a; Lacerda; Brasilense, 2019).

Gráfico 1: Filiação partidária de candidatos religiosos à ALEP



Fonte: Elaboração dos autores (2024).

Quadro 1: Vertentes e denominações dos candidatos religiosos em 2022

Afrorreligioso			
Vertente / Denominação		Quantidade	
Candomblé		1	
Católicos			
Vertente / Denominação		Quantidade	
Católicos		48	
Evangélicos			
Vertente / Denominação	Quant.	Vertente / Denominação	Quant.
Assembleia de Deus	20	Igreja Batista Renovada	1
Igreja Batista	9	Igreja Cristã <u>Elim</u>	1
Não identificados	9	Igreja Cristo é a Salvação	1
Igreja do Evangelho Quadrangular	8	Igreja do Evangelho Eterno	1
Igreja Adventista do Sétimo Dia	3	Igreja Evangélica Luz do Mundo	1
Bola de Neve <u>Church</u>	2	Igreja Evangélica Missionária Restaurar	1
Comunidade Alcance de Curitiba	2	Igreja Evangélica Templo dos Milagres	1
Igreja Metodista	2	Igreja Luterana	1
Igreja Mundial do Poder de Deus	2	Igreja Missões Mundiais do Brasil	1
Igreja Presbiteriana Renovada	2	Igreja Nova Aliança de Londrina	1
Igreja Universal do Reino de Deus	2	Igreja Nova Vida	1
Igreja Visão Missionária	2	Igreja Pentecostal Seara de Jesus Cristo	1
Ministério MEVAM	2	Igreja Presbiteriana do Brasil	1
O Brasil Para Cristo	2	Igreja Presbiteriana Independente	1
Assembleia Cristã	1	Igreja Videira de Curitiba	1
Comunhão Cristã ABBA	1	Ministério Quero Viver	1
Igreja Aprisco	1	<u>Reviver Church</u>	1
Igreja Avivamento Bíblico	1	Sara Nossa Terra	1

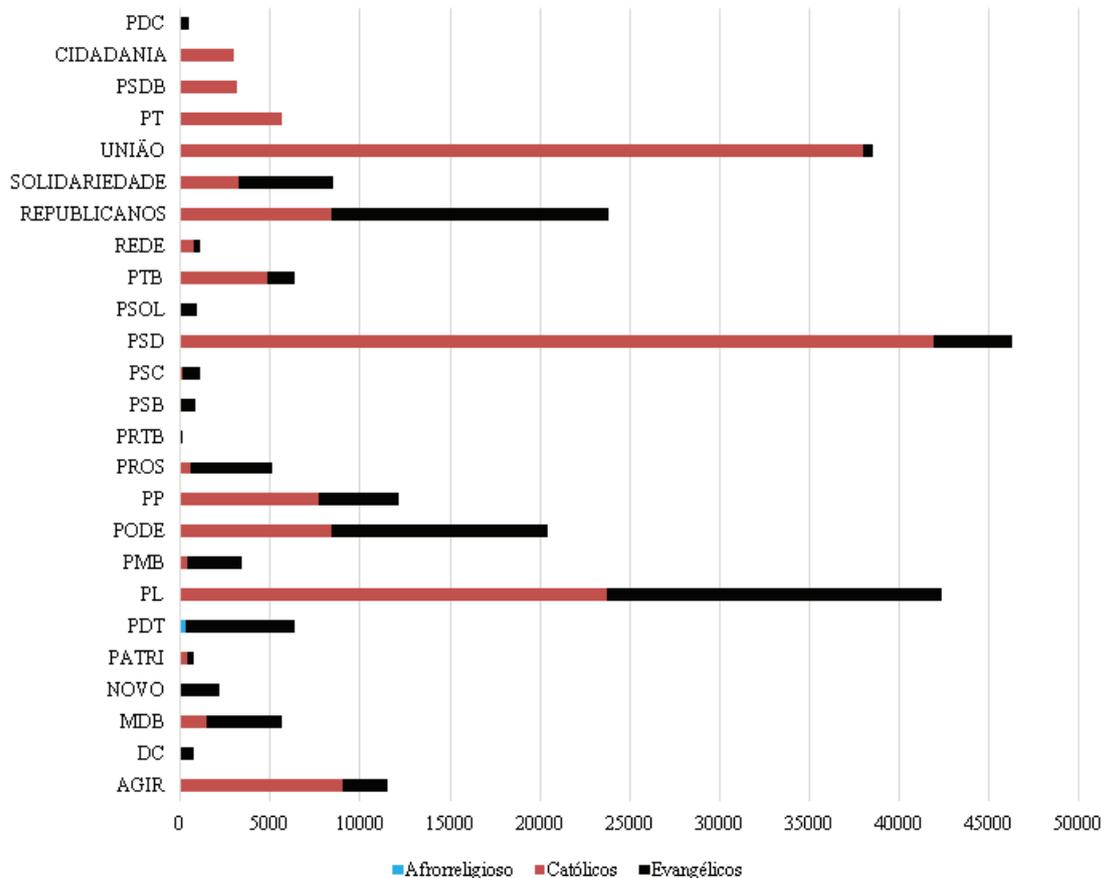
Fonte: Elaboração dos autores (2024).

A distribuição dos religiosos políticos em partidos não parece obedecer a uma regra, mas aponta para algumas tendências. Entre os evangélicos, os partidos Republicano da Ordem Social (PROS), da Mulher Brasileira (PMB), Trabalhista Brasileiro (PTB) e Republicanos, caracterizados por sua identidade conservadora, foram as legendas que lançaram o maior número de candidatos. Os dois primeiros, de pouca expressão nacional, não possuem unidade ideológica, mas costumam se posicionar contra pautas progressistas. O Republicanos, de centro-direita, esteve presente na chapa para reeleição de Jair Bolsonaro e atraiu vários nomes do conservadorismo paranaense para seu quadro em 2022, como a evangélica Cantora Mara Lima e o católico Márcio Pacheco. Já o PTB, historicamente ao centro do espectro político, guinou à direita e ao conservadorismo cristão com a eleição de Jair Bolsonaro, em 2018. No Paraná, a legenda é liderada pela psicóloga Marisa Lobo, que ficou conhecida após sofrer a cassação de seu registro no Conselho Regional de Psicologia, acusada de fundamentar suas práticas profissionais em dogmas religiosos, realizar proselitismo e oferecer a “cura gay” a pacientes homossexuais (Guia-me, 2015).

Na escolha da legenda pelos católicos, predominaram o União Brasil (UNIÃO), PSD, Republicanos e Partido Progressista (PP), sendo que os dois últimos compuseram a base de apoio à reeleição de Jair Bolsonaro. Os quatro partidos, que ocuparam 30 das 54 cadeiras na ALEP, se definem como liberais na economia e conservadores nos costumes, e sua atuação pragmática é caracterizada pelas alianças e negociações com o governo que está no poder, em troca de vantagens políticas. Já a candidata afroreligiosa, membro de uma religião com baixa expressão numérica no Estado, se filiou ao Partido Democrático Trabalhista (PDT), posicionado à esquerda do espectro político, com trajetória marcada pela luta pelos direitos das minorias e promoção de pautas progressistas.

Quando observamos a relação entre votos, religião e partido político, percebemos que a quantidade de candidatos religiosos não está diretamente relacionada com o sucesso eleitoral. Os partidos com melhor desempenho entre evangélicos foram o PL, Republicanos e Podemos (PODE), com média de 18.648, 15.422 e 11.967 votos por candidato, resultado ocasionado principalmente pela presença de representantes oficiais das igrejas – Gilson de Souza (PL), Alexandre Amaro (Republicanos) e Cantora Mara Lima (Republicanos) –, e pela candidatura de Fábio Oliveira (PODE), batista

Gráfico 2: Média de votação dos candidatos religiosos nas diferentes legendas partidárias



Fonte: Elaboração dos autores (2024).

ligado a Deltan Dallagnol (PODE), que se posicionou como “a voz da Lava Jato na Assembleia Legislativa do Paraná”.

No catolicismo, temos PSD, UNIÃO e PL com a maior média de votos por candidato, com 41.946, 37.950 e 23.696, respectivamente. O aumento considerável em relação aos evangélicos parece se explicar pelas diferenças nas estratégias em campanha, considerando que os candidatos católicos mobilizaram múltiplas identidades para além da religiosa, o que parece ter sido importante para expandir o nicho eleitoral (Gráfico 2). Como houve apenas uma candidatura afroreligiosa, não foi possível concluir sobre sua força em diferentes partidos.

Somados, os 89 candidatos evangélicos receberam 480.483 votos, uma média de 5.399 por político, e garantiram quatro vagas na ALEP. Já os 48 católicos conquistaram 570.890, 11.894 na média entre os postulantes, o dobro em relação aos evangélicos, ocupando sete cadeiras, enquanto a afroreligiosa granjeou 257 votos. Essa diferença marcante pode ser parcialmente explicada pela correlação entre a presença religiosa no Estado – 0,09% afroreligiosos, 69,59% católicos e 22,10% evangélicos – e a participação/eleição de representantes nestes segmentos, conforme ocorreu a nível nacional (Carvalho Junior; Oro, 2017). Contudo, isso não significa uma correspondência efetiva e direta entre a candidatura religiosa e o voto fiel, o que a literatura já tem problematizado (Pérez Guadalupe, 2020a, 2020b; Lacerda, 2017; Prandi; Santos; Bonato, 2019). É possível perceber diferenças nas estratégias para construir as campanhas eleitorais, seja no estilo ou na forma, o que pode ajudar a entender, em partes, a força eleitoral de determinados agentes.

Apesar do número expressivo dessa presença religiosa nas eleições, a pequena taxa de eleitos chama a atenção. Ao observar o número de votos alcançados, percebemos que mais de um terço dos candidatos não alcançaram 1.000 votos, enquanto mais de 70% não chegaram a 10.000 sufrágios (Quadro 2). Entre os 138 candidatos, apenas onze foram eleitos, sendo sete católicos e quatro evangélicos.

Quadro 2: Quantidade de votos por grupo religioso

Votos	Aforreligioso		Católicos		Evangélicos	
	Quantidade de candidatos	%	Quantidade de candidatos	%	Quantidade de candidatos	%
0 a 1.000	1	100,00%	15	31,25%	41	46,08%
1.001 a 10.000	0	0%	19	39,58%	35	39,33%
10.001 a 20.000	0	0%	3	6,25%	5	5,62%
20.001 a 30.000	0	0%	3	6,25%	3	3,37%
30.001 a 40.000	0	0%	3	6,25%	1	1,12%
40.001 a 50.000	0	0%	1	2,08%	1	1,12%
50.001 a 61.000	0	0%	4	8,33%	2	2,24%

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

Com resultados pouco expressivos, esses grupos não alcançaram uma representação política equivalente à sua porcentagem na população. Contudo, sua presença eleitoral

causa barulho, traz elementos da religião para o centro das discussões políticas, conquista visibilidade e legitimidade para as suas respectivas comunidades sacras. Longe de ser algo irrelevante, sua estratégia tem construído uma religião pública, com diferentes nuances e estilos diversos, e novas formas de viver e expressar sua cosmovisão fora dos templos. A atuação desses candidatos está alinhada com as diversas vertentes religiosas e em constante interação com outros agentes político-sociais. Nesse processo, passam por transformações internas e externas para participar efetivamente do debate público e por disputas pelas concepções do que é religião e de como ser religioso na política, tendo as mídias como uma das principais produtoras dessa faceta da religião pública (Machado, 2018; Montero, 2018).

Os estilos de campanha dos candidatos religiosos

Os candidatos recorreram a diversos elementos de suas experiências para construir suas múltiplas identidades, marcar posição, reforçar a presença no campo político e alcançar determinados nichos. As publicações eleitorais transmitem as experiências religiosas dos postulantes, ao mesmo tempo em que materializam a mensagem de fé no espaço público. Produzem “formações estéticas” em que os sujeitos e comunidades se desenvolvem nas experiências sensoriais e afetos compartilhados, por meio das coisas. Os estilos de campanha recorrem ao *ethos* de suas comunidades para ser reconhecido e assumido por seu grupo. Para isso, mobilizaram arcabouço simbólico, performático e lexical para expressar e transmitir sua cosmovisão, fundamentados em signos culturais presentes no imaginário coletivo (Toniol, 2022; Meyer, 2019; Bourdieu, 2008). Esses elementos discursivos, que compõem os estilos das campanhas, são constituídos pela “combinação de gestos, palavras (escritas ou não) e imagens que implicam uma ação, que diz alguma coisa sobre algo e que é reconhecida como portadora de sentido no interior de uma comunidade de linguagem” (Miranda, 1999, p. 30).

A utilização dos signos religiosos, apropriados e ressignificados para o uso na arena política, procura mobilizar afetos e criar vínculos identitários com os eleitores, a fim de conquistar a adesão por credibilidade. Analisar esses acionamentos do capital simbólico é entender as concepções historicamente herdadas, constituintes da cultura presente no imaginário social, por meio da qual os candidatos desenvolvem, comunicam e legitimam suas ações em campanha. Ao mesmo tempo, o universo discursivo é moldado pelo esforço desses agentes em projetar os valores e dogmas no espaço público (Bourdieu, 2007; Geertz, 2015). O uso desses recursos em campanha, que chamamos de “estilo”, variam a depender da diferença entre as vertentes religiosas, experiência política dos candidatos, recursos financeiros disponíveis, posição que ocupam dentro das instituições, entre outros fatores sócio-históricos (Mezzomo; Pátaro, 2019).

A imagem pública do candidato, com suas vestes, adereços e performances, é um primeiro indicador do pertencimento a determinada vertente religiosa, ainda que sutil e insuficiente para o qualificar como um fiel. Mas, o mal-uso desse recurso pode ferir o imaginário construído dentro da cosmovisão da comunidade e gerar desconforto em

seus membros, perdendo vínculo que é essencial para despertar a adesão dos eleitores. Os candidatos católicos e evangélicos devem se vestir com modéstia, sem utilizar trajes chamativos, decotes ou vestes curtas, que seriam considerados por seu público-alvo como indecente. Não é recomendável que as mulheres usem maquiagem destacada e os homens, preferencialmente, devem manter seus cabelos e barba aparados e curtos. Ao mesmo tempo, precisam se desvincular de estereótipos que caracterizam os religiosos como retrógrados, que não acompanham as tendências. No caso dos afroreligiosos, o uso das vestimentas típicas de sua crença garante a visibilidade, funciona como símbolo de resistência e publiciza a ligação com a ancestralidade, em uma religião que tem o corpo como componente vital da experiência espiritual e ritual.

Alguns optam por um estilo intermediário entre o casual e o social, buscando se mostrar mais descontraídos, como Alexandre Mendes e Alexandre Amaro, que passaram uma imagem de trabalhadores, com as mangas de suas camisas dobradas. Outros utilizam camisetas com mensagens religiosas, como foi o caso de Silvio Santo, que trouxe um versículo bélico do livro bíblico heterocanônico I Macabeus (3: 43): “levantemos nossa pátria de seu abatimento e lutemos por nosso povo e nossa religião”. Já Ekedji Lu Ferreira apresentou-se com as vestes típicas a fim de cativar não só os adeptos de sua religião, mas alcançar também aqueles que militam pela representatividade negra e suas raízes ancestrais (Imagem 1).

Um dos elementos constituintes da identidade do grupo é a capacidade de todos falarem a mesma língua. Os discursos precisam acionar elementos e partilhar sentidos comuns àquela cultura, para que o comunicante seja percebido como membro e não como alguém que é apenas um forasteiro. O léxico, construído socialmente, não só transmite a mensagem, como também autentica seu comunicador, marcando seu local de origem e publicizando seus posicionamentos. Ao utilizar elementos religiosos na lexicalidade, os candidatos acionam um arcabouço simbólico naturalizado dentro dos grupos, que funciona como transmissor de emoções espirituais (Miranda, 1999; Berkenbrock, 2018). A materialização do simbólico nas publicações eleitorais busca trazer à tona um senso de pertencimento, em uma “comunidade de corpos e de sensibilidades que se sentem esteticamente engajados em um conjunto de coisas, materiais, artefatos, sons, textos, sabores e paisagens [...] que compartilham a disposição para serem afetados por determinadas coisas” (Toniol, 2022, p. 29).

Os estilos para mobilizar esse léxico são variados (Imagem 2). Os candidatos utilizam versículos bíblicos, mensagens de autoajuda religiosa e relembram datas comemorativas que expressaram suas identidades. Esse recurso é apropriado pelos políticos cristãos e afroreligiosos, independente do espectro político, por meio de seus *e-flyers*, vídeos, legendas de fotos, entre outros materiais que são facilmente replicáveis nas redes sociais. Pela sua abrangência nas campanhas, parece haver um consenso entre os candidatos de que mesmo aqueles que não possuem a mesma fé concordarão com aquilo que é publicizado e partilharão de sentimento parecido. Esses símbolos materializam os imaginários e experiências religiosas, o que pode gerar identificação emocional com o eleitor que comunga desse sentimento e, possivelmente, conseguir seu voto (Meyer, 2015; 2019).

Imagem 1: Vestuários dos candidatos utilizados nos materiais de campanha



Da esquerda para a direita, de cima para baixo: a) Alexandre Mendes; b) Ivone Gonçalves; c) Alexandre Amaro; d) Michele Thomazinho; e) Silvio Santo; f) Ekedji Lú Ferreira

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

Imagem 2: Uso do léxico religioso em campanha eleitoral



Da esquerda para a direita, de cima para baixo: a) Cid Clay Gabarrão; b) Carlos Mariucci; c) Ekedji Lu Ferreira; d) Alexandre Roller; e) Luciano Keluc; f) Kelly Cavalcanti

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

Ainda, o léxico religioso é instrumentalizado para as propostas de campanha, na maioria das vezes de cunho moralizante, em oposição às pautas progressistas ligadas à esquerda. Ao utilizar esse modelo de proposição, produzem uma identidade distintiva e combativa, reforçando sua posição conservadora e antagonizando com as transformações da sociedade e seus promotores. Com isso, garantem o engajamento e a coesão dos fiéis em torno da contestação de um adversário em comum, bem como conquistam visibilidade para suas agendas de confessionalização das políticas públicas (Mariano, 2016; Anjos; Mezzomo, 2022). Ainda, há aqueles que procuram benefícios para suas instituições religiosas, como construção de patrimônios, concessão de novos direitos e cada vez mais representatividade no espaço público (Imagem 3).

Vale destacar que, embora seja acionada com bastante frequência, a pauta religiosa não é a única frente de atuação dos candidatos. A título de exemplo, Alexandre Amaro defendeu maior apoio ao esporte, em especial às artes marciais, utilizadas como meio de resgate de crianças em vulnerabilidade social. Delegado Fernando apresentou propostas voltadas à segurança pública e à agricultura, enquanto Carol Arns propôs mudanças na educação e suporte ao terceiro setor. Helen de Oliveira e Cantora Mara Lima propuseram-se a defender as mulheres em diversas áreas. Percebemos que, geralmente, essas pautas “seculares” estão ligadas a vivências desses candidatos, seja nas experiências traumáticas, na profissão que exercem e nas ações desenvolvidas pelas instituições religiosas, entre outras motivações pessoais.

Os símbolos religiosos, com seu potencial de sintetizar a cosmovisão das comunidades, também foram amplamente utilizados em campanha. As imagens transmitem as mensagens de forma rápida e sintética, mobilizam sentimentos morais e estéticos, e são emocionalmente convincentes. Podem despertar motivações e disposições profundas e duradouras, e representar as verdades transcendentais que norteiam as convicções dos candidatos. São produtos de elementos comuns, naturalizados e significativos para aqueles que compartilham a mesma fé e, por isto, funcionam como definidor e legitimador das candidaturas (Geertz, 2015; Motta, 2020).

Os candidatos acionaram símbolos como a cruz, imagens de santos, da pomba (representando o Espírito Santo), da arca da aliança, de tambores, oferendas, *Ichthys* e fotos com a família, entre outros (Imagem 4). Alguns utilizaram esses elementos em seus *e-flyers*, como Evandro Araújo, que apresenta línguas de fogo repartidas saindo de seu número de urna, fazendo referência ao pentecostes, evento narrado no livro bíblico Atos dos Apóstolos, capítulo 2. Gilson de Souza traz em destaque o “4” de seu número de urna, apontando para a Igreja do Evangelho Quadrangular, ladeado por dois “22”, número do presidenciável Jair Bolsonaro. Alexandre Amaro foi registrado recebendo oração em posição abaixo de uma réplica da arca da aliança, símbolo da presença de Deus no Antigo Testamento. Superabundam exemplos de como esses signos são mobilizados como estratégia para causar a comoção religiosa em seu público fiel, bem como marcar a presença do sagrado no espaço público (Giumbelli, 2014; Menezes, 2017).

Imagem 3: Pautas moralizantes e de benefício religioso acionados em campanha eleitoral



Da esquerda para a direita, de cima para baixo: a) Bruno da Barbearia; b) Delegado Fernando; c) Ekedji Lu Ferreira; d) Gilson de Souza; e) Roseli Prado; f) Michelle Thomazinho

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

Imagem 4: Símbolos religiosos utilizados em campanhas eleitorais



Fonte: Elaboração dos autores (2023).

Além dos símbolos, os rituais são performatizados e publicizados durante a campanha. Essa dramaturgia, composta pelo mover das mãos, fechar os olhos, ajoelhar-se, entre outros arranjos corporais, aciona elementos presentes na cosmovisão religiosa e transmite uma mensagem pré-definida. Por meio dessas apropriações litúrgicas, demonstram que suas vivências são verdadeiras, representando um transbordar do sentimento religioso interno expresso no externo e visível. Seu uso atribui identidade aos candidatos e legitima o seu sistema de valores. Aqui não estamos afirmando que essas performances ritualísticas foram mobilizadas de maneira ilegítima, apenas para produzir uma autopromoção em campanha, mas é interessante perceber que foram registradas, por meio de vídeos e fotos, e selecionadas pelo candidato ou *staff* da campanha para ser publicizadas em suas mídias sociais. Assim, materializam as experiências religiosas, por meio das publicações, que são experimentadas de formas diversas por seus fiéis-eleitores, por meio das mídias sociais (Meyer, 2015, 2019; Campos, 2011; Miranda, 1999). Observamos nos materiais os pleiteantes orando com as mãos levantadas, impondo as mãos sobre outras pessoas ou com as mãos para cima, como que recebendo as bênçãos de Deus. Também participando de ritos religiosos, como a (santa) ceia, cantando ou pregando em celebrações, ou contemplando signos litúrgicos (Imagem 5).

Imagem 5: Performances religiosas publicizadas em campanhas eleitorais



Da esquerda para a direita, de cima para baixo: a) Alexandre Amaro; b) Sargento França; c) Eduardo Pedrozo; d) Silvio Santo; e) Pastor Marciano; f) Gilson de Souza; g) Ekedji Lu Ferreira

Fonte: Elaboração dos autores (2023).

Percebemos que os elementos lexicais, simbólicos e performáticos são utilizados nas campanhas para construir a identidade político/religiosa dos candidatos. Signos discursivos foram mobilizados nos materiais de diferentes maneiras, a depender da

quantidade de recursos, da religião, posição que se ocupa dentro do sistema eclesiástico, concepções políticas, entre outros fatores. Esses estilos compõem o arcabouço constituinte da identidade do candidato e, portanto, são de fundamental importância para compreender a sua estratégia.

Forma: as estratégias de candidatos religiosos à Assembleia Legislativa do Paraná

Enquanto o estilo está relacionado com a construção da identidade político-religiosa do candidato, a forma está associada às estratégias de campanha voltadas para legitimar e promover sua imagem pública (Mezzomo; Pátaro, 2019). É interessante notar que os elementos lexicais, simbólicos e performáticos estão disponíveis para todos os postulantes, indiscriminadamente, mas há determinadas formas de construir a campanha que são exclusivas para os escolhidos. Há múltiplos recursos que podem ser instrumentalizados pelos candidatos, mas parece haver um modelo padrão adotado, com algumas nuances, desenvolvido a partir da estratégia da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e rapidamente apropriado por outras vertentes religiosas (Oro, 2003; Freston, 1993).

Esse modelo ideal pode ser nomeado como modelo corporativo de representação política (Machado; Burity, 2014). Nele, alguns religiosos, que podem ser leigos ou lideranças, são selecionados pela denominação para concorrer ao cargo político. Como candidato oficial da igreja, esse agente contará com diversos recursos para impulsionar sua candidatura, como espaço privilegiado para realizar discursos durante as celebrações religiosas, endosso de nomes com forte carisma dentro da instituição, contato com toda rede de sociabilidade eclesiástica, disponibilidade do corpo de obreiros para realizar campanhas, preparar materiais e entregar “santinhos”, entre outras funções. Com diferenças na forma de atuação das denominações, as igrejas mobilizam sua máquina para promoção dos seus ungidos, que por vezes podem conter capilaridade e eficácia maior do que partidos políticos. Em alguns casos, como nos da Assembleia de Deus (AD), Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ), Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e da Renovação Carismática Católica (RCC), existem estruturas políticas dentro da instituição responsáveis pelo lançamento, promoção e legitimação dessas candidaturas (Lacerda, 2017; Anjos; Mezzomo, 2023; Nascimento, 2020).

Dos 138 candidatos religiosos, 11 foram indicados como representantes da denominação. O processo de identificação desses “escolhidos” é complexo, já que são poucas as candidaturas que divulgam diretamente esse tipo de apoio. Nem todas as vertentes utilizam os mesmos recursos do tipo ideal iurdiano, além de que igrejas de pouca expressão numérica também podem lançar candidatos, dificultando ainda mais o reconhecimento. Aqueles que não recebem esse apoio institucional podem recorrer às redes de sociabilidade criadas em suas vivências e competir pelo espaço dos representantes corporativos, o que embaralha ainda mais as posições no tabuleiro eleitoral. Ainda assim, é relevante analisar esse movimento pelo envolvimento intenso das estruturas eclesiásticas na construção das campanhas, bem como pela expressiva melhora no resultado eleitoral desses agentes (Lacerda, 2017; Anjos; Mezzomo, 2023).

Selecionamos cinco casos para discutir as estratégias empregadas nas diferentes campanhas eleitorais, procurando identificar a importância do endosso eclesial, bem como as estratégias daqueles que não são contemplados pelas bênçãos denominacionais. Observar esses movimentos é relevante para compreender eventos característicos das eleições paranaense em 2022, constituídos a partir de características dos candidatos e das vertentes religiosas, em um processo histórico que já acumula quatro décadas.

1) *“Do altar vem a nossa força”: a centralidade iurdiana abafa seus dissidentes*

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), de estrutura centralizada na figura de seu líder, o bispo Edir Macedo, tem alcançado expressivo sucesso na conquista de poder, alcançado cargos políticos nos legislativos municipal, estadual e federal. Pela sua configuração, com pouca autonomia na base, a IURD consegue fechar seus templos e disponibilizar o espaço somente para os seus ungidos (Oro, 2003; Camurça, 2020). No Paraná, tem lançado um representante desde as eleições de 1998, quando elegeu o pastor Edson Praczyk. Após cinco mandatos, Praczyk foi sucedido por Alexandre Amaro, pastor eleito em 2018 com 49.565 votos, em seu primeiro pleito. Sua campanha contou com todos os recursos disponibilizados pela instituição, desde espaço para fala, trabalho dos obreiros e apoio de grandes lideranças eclesiais (Anjos; Mezzomo, 2023).

Em 2022, Alexandre Amaro concorreu com dois candidatos que já possuíam trajetória na IURD. O primeiro, Emanuel Gomes, é pastor da igreja e vereador em Londrina, eleito com o apoio da denominação. Não poderia, enquanto membro da instituição, competir pelo espaço de Amaro, o que fez com que sua campanha estivesse voltada para outras áreas, sem a presença do capital simbólico e pragmático iurdiano. Já Alexandre Mendes foi bispo da IURD, com expressiva repercussão no Paraná, inclusive tecendo apoio aos candidatos oficiais em outras eleições. Rompeu com a instituição em 2020 e lançou sua candidatura como “o bispo da família paranaense”. Aglutinou em torno de si pequenas igrejas neopentecostais e recebeu apoio de outros dissidentes, como o pastor Cleyton Braga, o cantor Milton Cardoso e do bispo Marcello Brayner, todos reconhecidos na Universal. Sua campanha foi construída nos mesmos moldes do modelo corporativo de representação política, mas sem os recursos e capilaridade disponibilizados por sua antiga igreja. Os resultados eleitorais dos três agentes demonstram a força que a instituição tem, justificando o lema de Alexandre Amaro: “do altar vem a nossa força” (Quadro 4).

Quadro 4: Resultado eleitoral de candidatos com trajetória iurdiana

Nome de urna	Partido	Quantidade de votos	Condição
Alexandre Amaro	Republicanos	52.198	Eleito
Alexandre Mendes	PSD	3.410	Suplente
Emanuel Gomes	Republicanos	2.940	Suplente

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

2) Concentração de/para apoios eleitorais: Gilson de Souza e a Igreja do Evangelho Quadrangular

Gilson de Souza é pastor, escolhido para representar a Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ) na ALEP desde 2010, quando venceu seu primeiro pleito em nível estadual. Embora a denominação possua a secretaria Cidadania que, entre outras funções, indica e lança candidaturas oficiais, a autonomia que possui em sua base permite a participação de outros membros no processo eleitoral. Para vencer essa possível dispersão dos votos, a denominação organizou grandes concentrações, contando com a participação de Gilson de Souza em posição de destaque. Figuras de renome na denominação o apoiaram, enquanto falas de lideranças nacionais, como o reverendo Mario Oliveira, presidente da IEQ no Brasil, são utilizadas para legitimar sua candidatura (Callegari, 2018; Paula, 2012).

Além do apoio nada desprezível da IEQ, Gilson de Souza contou com o envolvimento da Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), na figura de seu líder R. R. Soares. A IIGD lançou seus ungidos em 2014 e 2018, mas não obteve sucesso, e talvez por esta razão resolveu somar sua estrutura à IEQ para concentrar seu impacto e garantir um representante. É importante notar que foi o primeiro registro que percebemos de duas grandes denominações, que historicamente já lançavam representantes, unindo-se em torno de uma candidatura. O resultado foi eficiente e garantiu a maior votação histórica de Gilson de Souza, enquanto os outros sete candidatos membros da IEQ não conseguiram ultrapassar dez mil votos somados (Quadro 5).

Quadro 5: Votação de Gilson de Souza e dos outros candidatos membros da IEQ

Nome	Ano	Partido	Quantidade de votos	Condição
Gilson de Souza	2010	PSC	34.713	Eleito
	2014	PSC	34.470	Eleito
	2018	PSC	46.116	Eleito
	2022	PL	54.974	Eleito
Outros sete candidatos membros da IEQ	2022	PL / PSB / SOLI / PMB / PROS / PSOL	9.727	4 suplentes 3 não eleitos

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

3) Uma “milícia” de candidatos: o esgarçamento da Assembleia de Deus e a candidatura da Cantora Mara Lima

A estrutura da Assembleia de Deus (AD) é descentralizada e esgarçada, ao ponto de pensarmos em várias ADs, autônomas, orbitando em torno da figura episcopal de seus pastores presidentes. Desse modo, embora seja a maior denominação evangélica do Brasil e do Paraná, é desafiador concentrar os potenciais eleitores em torno de

uma única candidatura (Fajardo, 2017; Alencar, 2013). Cantora Mara Lima, que já acumula uma carreira de quatro décadas na música gospel, tem sido eleita desde 2010 à ALEP, mas com decréscimo de votos no decorrer dos pleitos (Quadro 6). A partir desses resultados, a Convenção das Igrejas Evangélicas Assembleia de Deus no Paraná (CIEADEP) investiu em 2022 em uma única candidatura, ao contrário do que fazia em eleições anteriores (Mezzomo; Anjos; Pátaro, 2020).

Quadro 6: Resultado eleitoral dos candidatos oficiais da CIEADEP à ALEP

Eleição	Candidato	Função eclesiástica	Votos	Condição
2010	Cantora Mara Lima	Cantora	56.516	Eleita
2014	Cantora Mara Lima	Cantora	43.549	Eleita
	Noemia Rocha	Membro	15.357	Suplente
2018	Cantora Mara Lima	Cantora	33.866	Suplente*
	Misael Junior	Presbítero/Pregador	12.195	Suplente
2022	Cantora Mara Lima	Cantora	46.009	Eleita

* Cantora Mara Lima assumiu em fevereiro de 2019, no lugar de Guto Silva (PSD), nomeado secretário-chefe da Casa Civil pelo governador Ratinho Junior (PSD).

Fonte: Elaboração dos autores (2023).

Mesmo com essa tentativa de centralizar o apoio em torno de um único representante, ainda há brechas pelas quais candidaturas não oficiais entram nos templos e recebem apoio, das quais podemos pensar em quatro casos representativos:

1. Noemia Rocha, que já foi representante da AD em 2014, recebeu espaço para fala e endosso de lideranças na AD Curitiba, mesmo não sendo a candidata da CIEADEP, o que demonstra que nem todos os pastores recebem como autoritativa as indicações da Convenção. Inclusive, há aqueles candidatos que questionam essa mobilização da igreja, como o caso do Pastor Bandeira, assembleiano que disse ser “livre do voto de cabresto da CIEADEP”;
2. A Assembleia de Deus, ministério de Madureira, optou por apoiar Ezequias Barros, representante oficial da Igreja O Brasil para Cristo, em um movimento similar ao realizado pela IIGD na candidatura de Gilson de Souza. Em 2018, a denominação lançou um candidato próprio, Bill Pastéis, mas também concedeu apoio à Cantora Mara Lima, o que não fez em 2022. Da mesma maneira, a igreja neopentecostal Visão Missionária, forte apoiadora da candidatura da artista assembleiana nos pleitos anteriores, lançou seu representante próprio, Pastor Marciano;
3. Além da CIEADEP, o Paraná conta com a Convenção das Igrejas Evangélicas Assembleia de Deus de Santa Catarina e Sudoeste do Paraná (CIADESCP). Em 2022, a instituição lançou candidato próprio, Romulo Quintino, vereador de Cascavel, associado aos grupos conservadores da região. Não foi eleito, mas conseguiu expressivos 26.694 votos;

4. Para além dos três candidatos oficiais, outros 18 postulantes assembleianos lançaram candidatura e, mesmo com resultados modestos, captaram votos em suas comunidades (Quadro 7).

4) *As múltiplas identidades dos candidatos católicos*

A presença de candidatos católicos representantes da Renovação Carismática Católica (RCC) já é uma constante nas eleições ao legislativo estadual e federal paranaense desde 2010. A RCC se organiza de forma incisiva na política, por meio do Ministério Fé e Política, selecionando e apoiando seus candidatos oficiais, com modelo similar ao dos evangélicos. Atualmente, Evandro Araújo e Diego Garcia são deputados estadual e federal, respectivamente, endossados pela RCC (Sexugi, 2019; Nascimento, 2020). Aqueles que não são agraciados com o capital simbólico da RCC precisam recorrer a outras estratégias de associação a estrutura católica. Por exemplo, um grupo de candidatos, dentre os quais podemos destacar os católicos Adelino Ribeiro (PSD), Gugu Bueno (PSD), Marcio Pacheco (Republicanos), Olavo Santos (PODE) e Paulo Janke (PP), assinou um termo de compromisso com a Pastoral Política da Arquidiocese de Cascavel, o que foi amplamente divulgado em suas mídias sociais.

Contudo, ao contrário dos candidatos evangélicos que acionam com intensidade e, por vezes, com exclusividade sua identidade religiosa, os católicos mobilizaram outros posicionamentos para além do sagrado, geralmente ligado a suas profissões e experiências religiosas. Cobra Repórter recorreu com frequência a sua atuação como repórter em um telejornal de Londrina, Carlos Mariucci se coloca como defensor da agricultura familiar, e delegado Jacovós instrumentalizou com ênfase sua identidade policial. Mesmo o representante oficial da RCC, Evandro Araújo, colocou-se em defesa das universidades e hospitais, e contra o pedágio, instalado em determinadas rodovias do Paraná. Parece que os candidatos católicos perceberam que somente os elementos religiosos não são capazes de conquistar votos suficientes para sua eleição. Vale destacar que Silvio Santo, vereador em Cascavel eleito com o apoiado pela RCC, tentou sua candidatura em 2022 com foco apenas em sua identidade religiosa, fazendo dobradinha com Diego Garcia, também da RCC, e conquistou apenas 6.188 votos, não sendo eleito.

5) *“Quem é de axé vota em quem é de axé”: a estratégia afrorreligiosa*

Diferente do que se esperava, a candidata do candomblé, Ekedji Lu Ferreira, utilizou uma estratégia semelhante aos evangélicos, embora com sentido diverso. Trouxe sua titulação religiosa no nome de urna, se apresentou com vestes, léxico, símbolos e performance bem marcadas para construir sua identidade, visitou terreiros para divulgar sua campanha, quando fazia discursos bélicos contra a atuação dos evangélicos, propôs o uso do poder público para beneficiar os terreiros e foi apoiada por lideranças do candomblé. Contudo, parece que esse caminho não foi bem aceito, já que a Ekedji conquistou apenas 257 votos. Em 2018, os dois candidatos afrorreligiosos, Edvaldo Sintra e Dorival Simões, receberam 562 e 231 sufrágios, respectivamente, o que

Quadro 7: Resultado eleitoral dos candidatos membros da AD

Nome	Denominação	Partido	Votos	Condição
Cantora Mara Lima	AD (CIEADEP)	Republicanos	46.011	Eleita
Romulo Quintino	AD (CIEADESCP)	PL	26.694	Suplente
Ezequias Barros	OBPC (Apoiado pela AD Madureira)	PMB	16.074	Não eleito
Outros candidatos membros da AD	AD	PATRI / PP / PRTB / PROS / REDE / PTB / REPUBLICANOS / MDB	38.720	8 suplentes 10 não eleitos

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

demonstra pouca aderência eleitoral às candidaturas (Mezzomo; Silva; Pátaro, 2022). Essa dificuldade de eleger afroreligiosos é algo recorrente em todo o país (Carvalho Junior, Oro, 2017; Tadvall, 2017), mas, ainda que eles não alcancem a vitória, há um esforço por publicizar seus elementos religiosos e conquistar visibilidade, tal qual no modelo cristão.

Considerações finais

Dentre tantas celebrações dessa nova forma de ser, expressar e configurar o sagrado, encerramos mais um “culto da religião pública”. Essa cerimônia eleitoral, que se repete a cada quatro anos, evidencia os candidatos “da igreja” e “do terreiro” e convoca toda a população para participar ativamente dos rituais. Nesse momento de recrudescimento das estratégias dos diferentes grupos sociais e rearranjos de posições no jogo político-social, constitui-se uma nova expressão da religião, ressignificada e inserida na arena política, que é mais que uma transposição de seus elementos para fora do espaço sagrado.

Em cada publicação de campanha que materializa o religioso – a própria publicação já é a conversão do imaginário político-religioso em algo tangível – há uma produção do espaço para atuação do sagrado, percebido sensorialmente, procurando mobilizar os afetos dos fiéis e possíveis eleitores. As mídias sociais transmitem a mensagem, ao mesmo tempo em que são parte do conteúdo, de tal modo que forma e substância estão indissociáveis. Por meio dos sentidos, esses materiais eleitorais se tornam parte dos rituais da religião pública, na busca por garantir um profundo engajamento dos fiéis eleitores na campanha política e, conseqüentemente, em sua formação de mundo. Toda a ritualística produzida, por meio do universo empírico, é construída, acionada e publicizada no tempo da política, evento que cria condições objetivas e subjetivas para a amplificação e significação das materialidades.

Nas eleições de 2022 no Paraná, Estado de posição conservadora e neoliberal, a ampla maioria dos 54 candidatos eleitos estão alinhados ao governo de Ratinho Junior, dos quais pelo menos 11 são declaradamente ligados ao cristianismo. Durante a campanha,

identificamos, entre as 902 candidaturas homologadas, 138 que fizeram usos intensivos de signos religiosos lexicais, simbólicos e performáticos na construção das identidades políticas. Embora estejam subrepresentados, seja no número de candidatos, seja no de eleitos, sua participação na campanha conquista visibilidade e influência na esfera pública. Essa atuação traz novos significados aos elementos religiosos, transformados para compor uma liturgia política. Todos podem participar desse cerimonial democrático, mas há aqueles que contam com toda a força da máquina eclesiástica para granjear o sucesso eleitoral, os “ungidos” do Senhor e da Igreja. Entre os 89 evangélicos, 48 católicos e 1 afrorreligioso, 11 agentes (4 evangélicos e 7 católicos) foram eleitos, o que representa 20,37% das vagas da Assembleia Legislativa do Paraná.

O estilo, empregado na construção da identidade religiosa das candidaturas, e a forma, que diz sobre as estratégias de legitimação e difusão desse estilo, partem de um padrão já característico das campanhas sacras, ainda que variem com algumas nuances. Essa materialidade da experiência religiosa busca engajar o eleitor, com seus sentidos, por meio das formas sensoriais, congregando corações e mentes. Mesmo o modelo corporativo de representação política, notadamente reconhecido pela literatura como a estratégia que tem possibilitado efetivamente a eleição de religiosos, enfrenta transformações e precisa se ajustar a depender de características internas de cada vertente sacra, e de acordo com as dificuldades apresentadas a cada pleito. Com esse recurso, desenvolvem suas próprias ferramentas, inclusive recorrendo às redes de sociabilidade que desafiam a centralização hierárquica do poder eclesiástico instituído. Similar ao que aconteceu em 2018, parece que assumir a identidade dos “povos de terreiro”, com forma de campanha análoga ao de cristãos, não tem alcançado êxito, em parte pela quantidade de membros das religiões afro-brasileiras, e pela falta de capilaridade e capacidade das estruturas ofertada pelos terreiros, que ainda não possuem o mesmo impacto que as igrejas.

É importante notar que as estratégias eleitorais desses candidatos religiosos têm se construído ao longo dos pleitos, com variações e continuidades. Este texto, com foco nas eleições à ALEP em 2022, amplia e atualiza as discussões sobre os pleitos de 2014 e 2018, também objeto de nossas discussões (Anjos; Mezzomo, 2023; Mezzomo; Silva; Pátaro, 2022; Mezzomo; Pátaro, 2019).

Embora haja similaridades nas estratégias, não se pode falar de uma prática homogênea na religião pública. Cada candidato constrói sua atuação recorrendo aos elementos que melhor convêm dentro de seu campo de possibilidades. Para compreender a liturgia dessa nova religião, objetivamos mergulhar em suas práticas, como que em uma observação-participante, para inventariar e sistematizar o corpus empírico. Cumprido esse processo, possibilitamos que outras pesquisas possam aprofundar essas especificidades, contribuindo para o desenvolvimento de novas discussões. Em tempos de visibilidade da religião, que se desenvolve e se manifesta no espaço público com diversas facetas, dentre as quais a política, percebemos como essas configurações são plurais e complexas, constituindo-se um desafio para analisar as diferentes composições e articulações desse fenômeno, construído e difundido na arena pública.

Referencias

ANJOS, B. L.; MEZZOMO, F. A. Mobilização e ativismo nas mídias sociais de candidatos evangélicos nas eleições à Assembleia Legislativa do Paraná (2014, 2018, 2022). In: CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G. (Orgs.). Eleições 2022 no Paraná: a disputa na perspectiva midiática, do eleitorado e das instituições. Curitiba, CPOP, 2023, p. 107-128.

ANJOS, Brandon Lopes dos; MEZZOMO, Frank Antonio. “Uma luta do bem contra o mal”: a instrumentalização da agenda moral na eleição estadual paranaense. Plura, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 81-99, 2022.

ALENCAR, Gedeon Freire. Matriz pentecostal brasileira: Assembleia de Deus (1911-2011). Rio de Janeiro: Novos Diálogos, 2013.

BERKENBROCK, Volney. Mapas lexicais e semânticos – o uso da lexicalidade como metodologia de pesquisa sobre a experiência religiosa. In: SILVEIRA, Emerson Sena (Org.). Como estudar as religiões: metodologias e estratégias. Petrópolis: Vozes, 2018, p. 258-287.

BÍBLIA. Bíblia Sagrada: edição pastoral. São Paulo: Paulus, 1990.

BOURDIEU, P. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer? São Paulo: EdUSP, 2008.

BURITY, Joanildo. A cena da religião pública: contingência, dispersão e dinâmica relacional. Novos Estudos CEBRAP, São Paulo, n. 102, p. 89-105, 2015.

CAMPOS, Roberta Bivar Carneiro. O profeta, a palavra e a circulação do carisma pentecostal. Revista de Antropologia, v. 54, n. 2, p. 1.013-1.049, 2011.

CAMURÇA, Marcelo. Igreja Universal do Reino de Deus: entre o “plano de poder” e a lógica de minoria perseguida. Religião & Sociedade, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 43-66, 2020.

CARVALHO JUNIOR, Erico tavares; ORO, Ari Pedro. Eleições municipais de 2016: religião e política nas capitais brasileiras. Debates do NER, Porto Alegre, v. 18, n. 32, p. 15-68, jul./dez. 2017.

CALLEGARI, Rafael Almeida. Um campo político “não tão laicizado” e agentes religiosos “não muito políticos”: a Igreja do Evangelho Quadrangular no tempo da política. 141f. Dissertação (Mestrado em Sociedade e Desenvolvimento) – Universidade Estadual do Paraná, Campo Mourão, 2018.

FAJARDO, Maxwell. Onde a luta se travar: uma história das Assembleias de Deus no Brasil. Curitiba: Editora Prismas, 2017.

FRESTON, Paul. Protestantes e política no Brasil: da constituinte ao impeachment. 303f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1993.

- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
- GIUMBELLI, Emerson. *A religião fora da igreja: comentário ao texto de Paula Montero*. Debates do NER, Porto Alegre, v. 19, n. 33, p. 81-89, jan./jun. 2018.
- GIUMBELLI, Emerson. *Símbolos religiosos em controvérsia*. São Paulo: Terceiro Nome, 2014.
- GPCP. *Objetivo*. Grupo de Pesquisa Cultura e Relações de Poder. 2024. Disponível em: <http://culturaepoder.unespar.edu.br/>. Acesso em: 21 jun. 2024.
- GUIA-ME. *Cassação de Marisa Lobo é anulada e psicóloga cristã comemora: “resposta de Deus”*. Portal Guia-me. 10 mar. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3FVfVdd>. Acesso em: 13 jun. 2024.
- HEREDIA, Beatriz; PALMEIRA, Moacir. *O voto como adesão*. Teoria e Cultura, Juiz de Fora, v. 1, n. 1, p. 35-58, jan./jun. 2006.
- LACERDA, Fábio. *Pentecostalismo, eleições e representação política no Brasil contemporâneo*. 144f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.
- LACERDA, Fábio; BRASILIENSE, José Mário. *Brasil: la incursión de los pentecostales en el poder legislativo brasileño*. In: PÉREZ GUADALUPE, José Luis; GRUNDBERGER, Sebastian (Eds.). *Evangélicos y poder en América Latina*. Lima: KAS; IESC, 2019, p. 223-260.
- MACHADO, Carly. *Evangélicos, mídias e periferias urbanas: questões para um diálogo sobre religião, cidade, nação e sociedade civil no Brasil contemporâneo*. Debates do NER, Porto Alegre, v. 19, n. 33, p. 58-80, jan./jun. 2018.
- MARIANO, Ricardo. *Expansão e ativismo político de grupos evangélicos conservadores: secularização e pluralismo em debate*. Civitas, São Paulo, v. 16, n. 4, p. 708-726, out./dez. 2016.
- MEYER, Birgit. *De comunidades imaginadas a formações estéticas: mediações religiosas, formas sensoriais e estilos de vínculo*. In: GIUMBELLI, Emerson; RICKLI, João; TONIOL, Rodrigo (Orgs.). *Como as coisas importam: uma abordagem material da religião – textos de Birgit Meyer*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019, p. 43-113.
- MEYER, Birgit. *Mediação e imediatismo: formas sensoriais, ideologias semióticas e a questão do meio*. Campos, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, pp. 145-164, 2015.
- MENEZES, R. C. Santos, *vadias e fetos: manipulações políticas de imagens religiosas no Brasil contemporâneo*. Ponto Urbe, São Paulo, n. 20, p. 1-20, 2017.
- MEZZOMO, Frank Antonio; ANJOS, Brandon Lopes dos; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira. *“A milícia dos remidos marcha impoluta”: campanha de evangélicos assembleianos ao legislativo paranaense em 2018*. Projeto História, São Paulo, n. 67, p. 42-78, jan./abr. 2020.

MEZZOMO, Frank Antonio; SILVA, Lucas Alves da; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira. *Religião e eleições: usos do Facebook em campanhas no Paraná*. Campo Mourão: Editora Fecilcam, 2022.

MEZZOMO, Frank Antonio; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira. *Religião católica, evangélica e afro-brasileira em disputa eleitoral: acionamento de elementos religiosos na campanha à Assembleia Legislativa do Paraná*. *Tempo e Argumento*, Florianópolis, v. 11, n. 26, p. 456-485, 2019.

MIRANDA, Júlia. *Carisma, sociedade e política: novas linguagens do religioso e do político*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.

MONTERO, Paula. *Fazer religião em público: encenações religiosas e influência pública*. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 24, n. 52, p. 131-164, set./dez. 2018.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. *Em guarda contra o perigo vermelho: o anticomunismo no Brasil (1917-1964)*. Rio de Janeiro: Eduff, 2020.

NASCIMENTO, Lara Pazinato. *Ministério Fé e Política: a Renovação Carismática Católica nas eleições à Assembleia Legislativa do Paraná*. 132f. Dissertação (Mestrado em Sociedade e Desenvolvimento) – Universidade Estadual do Paraná, Campo Mourão, Paraná.

ORO, Ari Pedro. *Organização eclesial e eficácia política: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus*. *Civitas*, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 97-109, 2003.

PAULA, Vitor Aparecido Santos de. *Religião e política no vale do Paranapanema: a Igreja do Evangelho Quadrangular em Assis-SP (1996-2008)*. 148f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2012.

PÉREZ GUADALUPE, José Luis. *Brasil e os novos atores religiosos da política latino-americana*. In: PÉREZ GUADALUPE, José Luis; CARRANZA, Brenda (Orgs.). *Novo ativismo político no Brasil: os evangélicos do século XXI*. Rio de Janeiro: Konrad Adenauer Stiftung, 2020a, p. 17-110.

PÉREZ GUADALUPE, José Luis. “El hermano no vota al hermano”: la inexistencia del voto confesional y la subrepresentación política de los evangélicos en América Latina. *Ciencias Sociales y Religión*, Campinas, v. 22, p. e020016, 2020b.

PRANDI, Reginaldo; SANTOS, Renan William dos; BONATO, Massimo. *Igrejas evangélicas como máquinas eleitorais no Brasil*. *Revista USP*, São Paulo, n. 120, p. 43-60, jan./mar. 2019.

SEXUGI, Fábio Alexandre. *Entre o santíssimo e os santinhos: a atuação do Ministério Fé e Política nas eleições proporcionais de 2014 no Paraná*. 143f. Dissertação (Mestrado em Sociedade e Desenvolvimento) – Universidade Estadual do Paraná, Campo Mourão, 2019.

TADVALD, Marcelo. *Religião e política no Brasil e as eleições de 2016: algumas tendências*. *Debates do NER*, Porto Alegre, v. 18, n. 32, p. 117-113, jul./dez. 2017.

TONIOL, Rodrigo. Religião material: um sobrevoo. In: TONIOL, Rodrigo; MENEZES, Renata (Orgs.). Religião e materialidades: novos desafios empíricos e horizontes teóricos. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2022, p. 21-30.

Submetido em: 24/12/2023

Aprovado em: 24/06/2024

Conflito de interesses: Nenhum declarado.

Editor responsável: Alfredo Teixeira.