

## **Populismo religioso nas mídias digitais como estratégia da direita cristã no Brasil<sup>1</sup>**

Magali do Nascimento Cunha<sup>2</sup>  
Instituto de Estudos da Religião (ISER)

### **RESUMO**

Este trabalho busca compreender como ocorrem as expressões do fenômeno denominado “populismo religioso” nos meios digitais, fenômeno que marca a dinâmica política do Brasil contemporâneo. A pesquisa considera que o ambiente midiático digital potencializa expressões populistas, através da consagração de lideranças carismáticas, do estabelecimento de uma comunidade de apoiadores e da construção da imagem do líder como missionário e salvador, o que se tornou uma estratégia de comunicação digital da direita cristã.

**PALAVRAS-CHAVE:** populismo; populismo religioso; religião; direita cristã; mídias digitais.

### **CORPO DO TEXTO**

A dinâmica da arena política mundial no século XXI tem sido marcada por uma intensa referência a práticas chamadas “populistas”. Como resultado, o termo “populismo” tem sido fortemente utilizado na grande mídia e tem suscitado discussões em fóruns políticos e acadêmicos, bem como nos mais diversos tipos de publicações.

O impacto do populismo de direita na democracia, principalmente na Europa e nas América durante as duas primeiras décadas da década de 2000, foi significativo, à medida que movimentos, partidos e líderes políticos em ação estimularam a pesquisa e a análise desta tendência.

Novos líderes surgiram, baseando seus discursos no nacionalismo e na superação das crises econômicas (ROBERTS, 1995; MUDDE, 2013). Essa perspectiva levou estudiosos a relacionarem a definição do fenômeno do populismo a conceitos como democracia, extremismo, hegemonia e soberania popular, entre outros.

Neste contexto, a religião – juntamente com suas múltiplas expressões, símbolos e rituais – aparece representada e apropriada por movimentos, partidos e líderes populistas, numa relação que deu forma ao que novos estudos passaram a chamar de “populismo religioso”. Neste contexto, a religião e as suas múltiplas expressões, símbolos, rituais, aparecem representadas e apropriadas por movimentos populistas, partidos e lideranças numa relação que deu forma ao que novos estudos passaram a chamar de “populismo religioso”. Este é o objeto deste trabalho com foco particular na forma como o populismo religioso ocupa o ambiente da mídia digital, não apenas no estabelecimento de uma comunidade moral de seguidores/eleitores/apoiadores de líderes carismáticos messianizados pelo discurso populista.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Religiões, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Pesquisadora em Religião e Política do ISER, email: [magali.ncunha@gmail.com](mailto:magali.ncunha@gmail.com)

Há também uma chamada de atenção à compreensão das possíveis formas pelas quais outra característica do populismo, a mobilização de emoções, ocorre, na articulação do “religioso” através da mídia (HOOVER, VENTURELLI, 1996), que proporciona identidade e unidade através da luta contra os inimigos (uma missão de salvação).

O estudo procura explorar a compreensão de que a propagação do populismo religioso no século XXI deve muito às mídias digitais. Isto não acontece apenas porque os meios de comunicação social são veículos de propagação, e realmente são. Mais do que veículos, as mídias digitais são mediadoras na construção de novos significados para os lugares que as religiões ocupam no mundo, inclusive no espaço público, em expressões socioculturais e políticas em diferentes contextos.

A pesquisa aplica estes conceitos e noções ao caso brasileiro a partir da seguinte questão: como compreender as estratégias de comunicação que contribuíram para a ascensão e a consolidação de uma direita cristã no cenário político do Brasil contemporâneo com base no conceito e nas características do populismo religioso?

O texto deverá conter três partes que buscarão: (1) sistematizar os conceitos de populismo e populismo religioso; (2) explorar a relação entre populismo, religião e mídias; (3) relacionar as características do populismo religioso às estratégias de comunicação que tornaram possível a ascensão e a consolidação de uma direita cristã no Brasil contemporâneo.

## REFERÊNCIAS

- AINZ, Alexandra. “Acotando el Concepto de Fundamentalismo: una definición.” *Anales de Teologia* 13 (1): 143–171, 2011 <https://bit.ly/2C0vhA6>.
- BAVA, Silvio Caccia, and Jorge Romano. “Vamos falar de populismo.” *Le Monde Diplomatique Brasil*, July 6, 2017. <https://diplomatie.org.br/vamos-falar-de-populismo-2/>.
- BRONSTEIN, Michael V., et al.. “Belief in Fake News Is Associated with Delusionality, Dogmatism, Religious Fundamentalism and Reduced Analytic Thinking.” *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 8 (1): 108–117, 2019 <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2018.09.005>.
- BRUZZONE, Andrés. *Ciberpopulismo: política e democracia no mundo digital*. São Paulo: Contexto, 2021
- CAMPBELL, Heidi A. *When Religion Meets New Media*. London: Routledge, 2010.
- CANOVAN, Margaret. “Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy.” *Political Studies* 47 (1): 2–16, 1999. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>.
- CESARINO, Letícia. “Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal.” *Revista de Antropologia* 62 (3): 530–557, 2019. <https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232>.

---

CUNHA, Magali N. *Fundamentalismos, crise na democracia e ameaça aos direitos humanos na América do Sul: tendências e desafios à ação*. Salvador: Koinonia, 2020. <https://kn.org.br/wp-content/uploads/2020/10/FundamentalismsIN.pdf>.

DEHANAS, Daniel N. “Sacred, Supernatural, and Apocalyptic Populism.” *Religion and Global Society*, December 17, 2018. <https://blogs.lse.ac.uk/religionglobalsociety/2018/12/sacred-supernatural-and-apocalyptic-populism/>.

ERNST, Nicole, et al. “Extreme Parties and Populism: An Analysis of Facebook and Twitter across Six Countries.” *Information, Communication & Society* 20 (9): 1347–1364, 2017. <https://10.1080/1369118X.2017.1329333>.

GPD (Grupo de Pesquisa Discurso). “As mídias, a reprodução dos discursos negacionista e científico e a reconfiguração política em curso.” *Le Monde Diplomatique Brasil*, 23 jul 2020. <https://diplomatique.org.br/as-midias-a-reproducao-dos-discursos-negacionista-e-cientifico-e-a-reconfiguracao-politica-em-curso/>.

HABERMAS, Jürgen. *Entre naturalismo e religião: estudos filosóficos*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2007.

HABERMAS, Jürgen, and Joseph A. Ratzinger. *Dialética da Secularização: sobre razão e religião*. Aparecida: Ideias & Letras, 2007.

HJAVARD, Stig. “Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.” *Matrizes* 5 (2): 53–91, 2012. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>.

HOOVER, Stewart M., VENTURELLI, Shalini S.. “The Category of the Religious: The Blindspot of Contemporary Media Theory?” *Critical Studies in Mass Communication* 13 (3): 251–265, 1996. <http://10.1080/15295039609366978>.

LACLAU, Ernesto. *La razón populista*. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 2005.

MAZZOLENI, Gianpietro. “The Media and the Growth of Neo-populism in Contemporary Democracies”. In *The Media and Neo-populism: A Contemporary Comparative Analysis*, ed. Gianpietro Mazzoleni et al., 1–20. Westport: Praeger, 2003.

MOITT, Benjamin, TORMEY, Simon. “Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style.” *Political Studies* 62: 381–397, 2014. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>.

MUDDE, Ca, KALTWASSER Cristóbal Rovira. *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2017.

ROBERTS, Kenneth M. “Neoliberalism and the transformation of populism in Latin America: the Peruvian case”. *World Politics*, 48(1): 82–116, 1995. <https://www.jstor.org/stable/25053953>

---

Downloaded from <https://academic.oup.com/edited-volume/44728/chapter/393382743>  
by OUP-Reference Gratis Access user on 30 January 2023 Google Scholar WorldCat

TUMBER, Howard, WAISBORD, Silvio. “Media, Disinformation and Populism: Problems and Responses.” In *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*, ed. Howard Tumber and Silvio Waisbord. Abingdon: Routledge, 2021

VAN KERSBERGEN, Kees. “Quasi-Messianism and the Disenchantment of Politics.” *Politics and Religion* 3 (1): 28–54, 2010. <http://doi:10.1017/S1755048309990423>.

YILMAZ, Ihsan, MORIESON, Nicholas. “A Systematic Literature Review of Populism, Religion and Emotions.” *Religions* 12: 272, 2021  
<https://doi.org/10.3390/rel12040272>.

YILMAZ, Ihsan, et al. “Exploring Religions in Relation to Populism: A Tour around the World.” *Religions* 12: 301, 2021. <https://doi.org/10.3390/rel12050301>.

ZÚQUETE, Jose Pedro. “Religious Populism.” In *The Oxford Handbook of Populism*, ed. Cristóbal Rovira Kaltwasser et al. New York: Oxford University Press, 2017. p. 445–466.