



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

A construção do populismo religioso nas redes sociais de Ricardo Nunes nas eleições municipais de São Paulo em 2020

Vitória Alves Antunes¹

Luís Mauro Sá Martino²

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo busca analisar os novos métodos de aproximação de grandes figuras da política tradicional com personalidades representativas do cristianismo brasileiro através da de campanha de Ricardo Nunes, atual prefeito da cidade de São Paulo, durante as eleições municipal da capital paulista em 2020, na chapa de Bruno Covas, unindo análises de conteúdos publicados nas redes sociais do candidato durante o período eleitoral, pré-eleitoral e pós-eleitoral. O populismo religioso foi uma das ferramentas utilizadas pelo candidato nas redes, além da intersecção entre religião, moral e regionalidade.

PALAVRAS-CHAVE

Populismo religioso; mídias sociais; política; poder; religião.

INTRODUÇÃO

Uma análise de novos métodos estratégicos utilizados por partidos de direita e centro-direita tradicionais brasileiros após a vitória de Bolsonaro e da ascensão da bancada do Partido Social Liberal nas eleições de 2018. Em São Paulo, na capital, tendo como ponto de partida uma onda de rejeição de João Dória durante as eleições estaduais, especialmente nas zonas eleitorais do extremo-sul, como Parelheiros e Grajaú, com mais de 70% de rejeição em ambos os bairros, observou-se uma aproximação de seu herdeiro de cargo Bruno Covas a Ricardo Nunes, ainda que levando em consideração o peso e o tradicionalismo do sobrenome Covas na política paulista.

Com a hipótese de que Ricardo Nunes foi peça chave da ferramenta estratégica do Partido da Social Democracia Brasileira, visto sua aproximação com a religião, postura conservadora na câmara municipal e políticas populistas em bairros do extremo-sul de São Paulo, táticas similares às usadas pelo bolsonarismo em esferas e amplitudes diferentes, foi pesquisado o comportamento do parlamentar do Movimento Democrático Brasileiro no Facebook e em seu Instagram durante o período de campanha em 2020. Observou-se mídias textuais e visuais de apelo religioso, como fotos, vídeos, lives e textos, onde eram mencionadas pautas morais e religiosas, como a ida à igreja aos domingos, a figura da família, bordões

¹ Estudante de graduação do 4º semestre do Curso de Jornalismo da Cásper Líbero, e-mail: antunesavitoria@gmail.com

² Orientador do trabalho. Professora de Mídia e Sociedade Contemporânea da Cásper Líbero e Coordenador do Grupo Tecnologia, Organizações e Poder e-mail: lmsmartino@gmail.com



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

cristãos, encontros em igrejas nas periferias de São Paulo, sempre ao lado de Bruno Covas, exaltando a interseccionalidade do político com o regionalismo, a religião e a moral cristã.

Em sua fase inicial, o projeto teve como base artigos que analisavam as ligações da política brasileira com a religião desde o período militar, com foco em métodos midiáticos utilizados para associar a figura de políticos ao cristianismo, o afastamento do catolicismo e a ascensão dos neopentecostais na política brasileira.

Este estudo analisa a presença da religião como estratégia política na campanha do então candidato Ricardo Nunes, atual prefeito e ex-vereador católico ligado à bancada cristã da câmara municipal da capital paulista nas redes sociais. A partir da análise de suas postagens no Instagram entre doze de junho de dois mil e vinte e abril de dois mil e vinte, dividindo as postagens em períodos, sendo eles pré-eleitoral, eleitoral e pós-eleitoral, foi observado que há uma consistência maior entre menções ligadas a religião e a moral nas publicações da época de campanha, sendo elas 18 durante o período eleitoral, enquanto o pré-eleitoral e pós-eleitoral, estabelecem 9 e 5, respectivamente. Notou-se que o agora prefeito de São Paulo, estabelece em suas redes, uma comunicação interseccional que envolve a política da moral, a religião e a regionalidade, estabelecendo sempre conexões com o bairro onde nasceu e estabeleceu sua base de eleitorado, além de também articular uma linguagem que o classifica como prático do populismo religioso, como visto em live feita durante a campanha.

Para além do período eleitoral, a pesquisa é dividida em outros dois períodos: o pré-eleitoral e o pós-eleitoral. Partindo das obras “Questões de Sociologia” (BOURDIEU, 1983) e Razões Práticas (BOURDIEU, 2014), além de “O populismo na política brasileira”, de Francisco Weffort (1993), observou-se a perspectiva do que poderia ser chamado de um “populismo religioso”, possível através da união da mídia, política e religião, explorada nas “lives”, isto é, transmissões ao vivo via plataformas de vídeo na internet, de Ricardo Nunes no período de campanha, onde seu discurso, com incremento religioso, é similar aos analisados e exemplificados na obra de Weffort. Este estudo é, antes de mais nada, parte de uma linha temporal que mostra as adaptações cronológicas do populismo conforme as ferramentas e apelos midiáticos de uma geração.

Em 2018, durante as eleições estaduais e federal, o Brasil elegeu, na câmara federal, 91 parlamentares ligados à Bancada Evangélica. Já entre os eleitores, a pesquisa Datafolha, realizada entre os dias 3 e 4 de outubro de 2018, afirmava que o atual presidente Jair Messias Bolsonaro era o favorito entre os evangélicos, que somavam cerca de 48% dos votos válidos, naquela época, a favor do candidato. No Brasil, segundo censo IBGE de Janeiro de 2020, o cristianismo é a fé de cerca de 81% da população, logo faz-se foco das disputas políticas não apenas estaduais e federais, mas também municipais. É o caso de São Paulo, em 2018, onde o herdeiro do tradicional sobrenome tucano, Bruno Covas, mirou a reeleição à prefeitura em uma chapa ao lado de Ricardo Nunes, vereador até então pouco conhecido, mas com forte apelo e articulação entre a bancada cristã municipal, e em igrejas da periferia da capital.

A pesquisa se iniciou procurando nas redes sociais materiais pelos quais pudessem se basear a ideia de que Ricardo Nunes esteve, durante a campanha e pudessem ser analisados para seguir adiante com o aprofundamento teórico. No início, buscavam-se fontes gerais, entre entrevistas e sabatinas para jornais, além de postagens nas redes sociais Facebook e Instagram, até que optou-se por focar no Instagram, pelo potencial de variedade de material visual, textual e audiovisual. Em seguida, foram feitas leituras de artigos e capítulos de livros que levam à contextualização da relação entre política e religião, e as formas como ela se envolve com a mídia, as estratégias comunicacionais e de imagem, para que enfim chegássemos no terceiro momento, onde foi dividido, por períodos, os conteúdos da rede social de Ricardo Nunes.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Nesta divisão, foi encontrado conteúdo o suficiente para contextualizar as similaridades das estratégias de campanha do político com ocasiões passadas que, em circunstâncias tecnológicas de avanço da mídia diferentes, podem ser comparadas pela ótica de uma mesma estratégia.

A PRESENÇA DO POLÍTICO NAS REDES SOCIAIS

Ricardo Nunes nasceu em São Paulo, no extremo sul da cidade, mais precisamente na região da Capela do Socorro, onde estudou e foi criado. Quando atingiu a maioridade, filiou-se ao atual MDB e buscou candidaturas que o pudessem levar à Câmara Municipal. De início, não foi eleito e seguiu carreira como empresário numa empresa de dedetização. Apenas em 2013, 28 anos após se filiar ao até então PMDB, Ricardo Nunes foi eleito para a vereança, cargo no qual ficaria por mais um mandato, encerrando a trajetória na casa em 2020. Durante o trajeto, ficou conhecido por articular-se ao lado da Bancada Cristã da casa, onde se mostrou contra a inclusão e o debate de questões de sexualidade e gênero no Plano de Educação de São Paulo. Além disso, se mostrou um político de relações estreitas ao eleitorado, promovendo festivais gratuitos com a presença de católicos, como Padre Marcelo Rossi, fora do período de campanha.

Nas redes sociais, apesar da presença tímida, com 49 mil seguidores, em comparação a outros políticos paulistas, Nunes sempre deixou claro em seus conteúdos a crença e a prática do catolicismo. São fotos, legendas e vídeos que vão além de práticas do dia a dia, mas que mostram imagens ao lado da família e do filho, bem como em cerimônias religiosas. Nas redes sociais do atual prefeito, naquela época, observa-se a utilização de lives com padres e apoiadores cristãos, além de incluir em sua agenda itens comuns ao cristianismo, como encontro com padres, idas a missas e participação de grupos promovidos pela igreja.

Entre as leituras, iniciou-se por textos que contextualizam a relação entre a política, mídia e religião no Brasil. Descobriu-se que, desde a redemocratização do Brasil, a bancada evangélica fez-se presente no Congresso Nacional, ainda em 1986, e que sua construção foi essencial para a conquista de concessões de veículos midiáticos no país, como rádios e televisões, dito no artigo “Religião e Política, Ressonâncias do Neoconservadorismo Evangélico Nas Mídia Brasileiras”, de Magali do Nascimento Cunha (2017). Foi primordial para o entendimento da questão moral envolta no cristianismo, também durante a leitura, exemplificação na história da política brasileira o caso de Marina Silva, que apesar de se autodeclarar evangélica, foi recebida friamente por parte dos eleitores cristãos após inserir em seu plano de governo, políticas que garantem direitos ao público LGBT.

Foi também primordial o acesso ao trecho “Da parte do Estado brasileiro, seja o Estado material ou o Estado formal, tudo faz crer que a prática religiosa e as organizações religiosas em geral não sofrem hoje nenhuma discriminação negativa. Pelo contrário, gozam de situação legal francamente privilegiada”, do artigo Liberdade de Cultos na Sociedade de Serviços: Em Defesa do Consumidor Religioso, do autor Antônio Flávio Pierucci, que bate de frente com uma das grandes ideias disseminadas, por exemplo, no filme Nada A Perder 2, onde idealiza-se a perseguição das religiões evangélicas, em especial a da igreja Universal de Edir Macedo. Em Mídia, Religião e Política: O Discurso Combativo de Pastores Pentecostais nas Eleições Presidenciais de 2018, por sua vez, mostra uma tática comum nas campanhas da extrema-direita e de pastores neopentecostais durante as eleições de 2018, algo que abre o caminho para analisar como a mesma proposta se comporta no caso de Ricardo Nunes, no trecho: “Em vez de fazer apelo direto ao voto para Bolsonaro, priorizou-se a crítica a oposição, enfatizando questões ético/morais, como estratégia para desqualificar os adversários.”

Apreendeu-se, no texto, também que a guinada do eleitorado brasileiro ao conservadorismo e a extrema-direita veio como uma série de reações aos variados experimentos culturais, que deram início



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

durante os governos petistas de Lula e Dilma Rousseff, voltados à políticas públicas de direitos humanos, como ainda se diz no texto de Cunha (2017). Essa série de ponderações foram capazes de traduzir parte das expectativas às quais as eleições da capital paulista foram recebidas em 2020, tanto pelos candidatos, quanto para o eleitorado.

Nunes parece trabalhar sua imagem para além das políticas públicas, traço que Francisco Weffort, em *O populismo na Política Brasileira*, afirma, ao trazer a ideia de que o populismo é ligado, previamente, a imagem, e não necessariamente às políticas institucionais da figura em questão. Por isso, é uma ferramenta de grande potencial exploratório para o neoconservadorismo e neoliberalismo, como há com a associação da imagem a padres e igrejas, estabelecendo assim a troca de capital político.

Em *Razões Práticas*, Bourdieu (2011) diz que há a necessidade, em toda ação política, de reivindicar a capacidade de exprimir os interesses de um grupo, como faz Nunes em lives, quando aproxima-se de seu eleitorado cristão, ao, em suas falas, mostrar-se suas políticas como consequências de um hábito cristão, e não de leis estabelecidas constitucionalmente. O mesmo caso acontece quando o político discute a chamada “Ideologia de Gênero”, assunto de relevância nas discussões atuais entre religiosos de várias denominações.

Isso se aproxima do que Bourdieu diz, quando situa a diferenciação social como geradora de antagonismos individuais, que podem gerar enfrentamentos sociais entre agentes situados em posições diferentes no espaço social. A discussão de gênero e sexualidade é vista como “ideologia de gênero” por setores do cristianismo, logo, coloca em antagonismo LGBTs e personalidades do campo progressista a evangélicos e cristãos, criando a oportunidade de ganho político pela exploração desta batalha.

A partir daqui, pautado na análise das postagens indicadas, o texto se divide em quatro temáticas principais, tais como observadas na rede social do político: (1) o tema da família; (2) Citações da Bíblia; (3) Imagens com religiosos e (4) Práticas Religiosas. Essa divisão foi feita conforme a organização em comum do material encontrado ao longo da pesquisa.

1. A FAMÍLIA

A figura da família tradicional é uma das vigas da religião cristã, assim como foi para a campanha de Ricardo Nunes. Casado há mais de 20 anos com a mesma mulher, com quem teve um casal de filhos, Nunes durante as eleições foi exposto em matéria da Folha de S. Paulo por denúncias feitas por parte da mulher em 2011, acusado de violência doméstica. No entanto, em suas redes sociais, a construção da imagem é diferente da exibida na reportagem. Em missas, o objeto faz questão de deixar claro, na legenda de suas postagens, que na igreja está orando ao lado de sua mulher, onde. Uma estratégia de campanha como essa não seria diferente, pois, parte disso é condizente ao que diz Magali do Nascimento Cunha, em *Religião e Política: Ressonâncias do Neoconservadorismo Evangélico Nas Mídias Brasileiras*, onde afirma que o neoconservadorismo cresce como reação a transformações socioculturais que tiveram ascensão no Brasil a partir de 2002, com o governo Lula, onde houve a abertura e a potencialização de políticas públicas voltadas para direitos humanos. Estabelecer conexões sutis como essas para o seu leitor é, acima de tudo, ganhar um voto de confiança, pois é em cenas diárias, como a da postagem do dia 11 de janeiro de 2021, onde Ricardo Nunes aparece orando na igreja ao lado de sua esposa, que se obtém a certeza de que o político vive em seu dia a dia aquilo o que prega em sua campanha e no seu dia a dia como prefeito ou vereador.

Imagem 01. Ricardo Nunes vai a igreja com sua esposa



Fonte: https://www.instagram.com/p/CFqFFOXhTk8/?utm_medium=copy_link

2. CITAÇÕES DA BÍBLIA

As redes sociais de Ricardo Nunes também são pontuadas com menções à Bíblia. Ainda que em situações cotidianas, passagens bíblicas são levantadas, como em postagem de abril deste ano, durante o período pós-eleitoral, onde ele publica uma passagem de Apóstolos: “Eis que faço novas todas as coisas”, o que define a aproximação do objeto de estudo com o imaginário religioso daquele que o acompanha, firmando confiança, pela sua proximidade cotidiana com os dogmas pregados no cristianismo.

Um exemplo é durante a internação de Bruno Covas, que enfrentava o tratamento de um câncer, na segunda quinzena de abril de 2021, quando Ricardo Nunes posta uma imagem ao lado do ex-prefeito com a seguinte legenda: “Força, Bruno. Estamos em oração e logo mais essa fase será vencida. Sua garra, determinação e Fé somado a todas as orações irão superar esse desafio.” Veja que Nunes, faz questão de mostrar que, a fé, neste caso, é de F maiúsculo, pois vai além do simples crer, mas do crer cristão, da fé em Deus. Assim como também menciona as orações que faz, e que o ex-prefeito, no caso, sobreviveria a sua cirurgia por elas. Este trecho se trata de uma mensagem de apelo emocional religioso.

3. IMAGENS COM RELIGIOSOS

Para se firmar e ganhar o apelo do eleitor cristão, um dos pontos altos da pré-campanha de Ricardo Nunes é a sua live no Instagram, publicada em julho de 2020, com 1.699 visualizações, onde é entrevistado pelo Padre Gean, da Paróquia São Francisco de Assis, que fica na região do Valo Velho, em São Paulo. Na conversa, Ricardo Nunes associa trajetórias de sua vida pública, a gestos heróicos e benevolentes, como quando cita sua participação na CPI dos Bancos, no município de São Paulo, e logo após refere-se a si mesmo como um ‘doido’, “Acreditavam na ganância e impunidade, não imaginavam que ia aparecer um doido lá”, diz enquanto aponta para si mesmo, “que fossem ter coragem de enfrentar isso”, ou no trecho em que ainda diz: “Por conta dos nossos princípios, a gente conseguiu fazer ações muito bacanas”.

Percebe-se, aqui, que seus feitos políticos são justificados em torno do sentimentalismo religioso, e não de, por exemplo, a constituição. Há em torno de suas ações, um maniqueísmo do bem e do mal, do certo e do errado. Parafraçando Bourdieu (2011), em Razões Práticas, ao dizer que há em toda a política a necessidade de reivindicar a capacidade de exprimir os interesses de um grupo, pois o prefeito faz o mesmo na prática, ao aproximar os combates políticos aos princípios da moral cristã.

Imagem 2: Ricardo Nunes aparece ao lado de Dom José Negri, bispo da Diocese de Santo Amaro

Fonte: https://www.instagram.com/p/CBI3SOIJ4BN/?utm_medium=copy_link



4. PRÁTICAS RELIGIOSAS

Para além de mostrar-se um cidadão ligado ao cristianismo, é necessário também provar que parte de sua agenda se faz dentro das missas e dos eventos ligados à igreja católica. Essa foi parte da agenda de Ricardo Nunes em suas redes sociais durante o período que compôs a análise deste estudo. Em 12 de outubro

de 2020, há pouco mais de um mês do primeiro turno das eleições municipais de São Paulo, em uma das postagens, o político aparece ao lado do então candidato Bruno Covas, no Santuário da Aparecida do Norte, em um carrossel onde a segunda mídia é um vídeo que filma o ex-prefeito Bruno Covas fazendo o sinal da cruz enquanto o padre da cerimônia passa, mostrando a imagem da santa homenageada. O capital político não é ganho pela simples auto-denominação, mas pelas ações envoltas ao cristianismo e aquilo que o permeia no que é dito na Bíblia. Outro exemplo é, na postagem do dia 18 de outubro de 2020, um domingo, onde Ricardo Nunes escreve na legenda da imagem: “Após a missa na Paróquia de São Pedro fomos andar de Bike com o Bruno Covas na Paulista, depois almoço para continuar nas agendas” e, no carrossel de imagens, relata foto a foto, as atividades do dia, desde imagens ao lado de sua esposa e do padre Maurício Cruz, da Paróquia São Pedro Apóstolo, na Diocese de Santo Amaro, até o percurso entre bicicleta e almoço com o prefeito Bruno Covas. São uma série de postagens que o aproximam dos costumes cristãos descritos na Bíblia, como o de ir à igreja aos domingos.

Imagem 3: Durante o período eleitoral, Ricardo Nunes visita o santuário de Aparecida ao lado de Bruno Covas.



Fonte: https://www.instagram.com/p/CGQUImshOgJ/?utm_medium=copy_link

CONSIDERAÇÕES FINAIS



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Ao fim, observa-se que a campanha de Ricardo Nunes é parte de uma linha temporal que utiliza-se através das tecnologias de uma época, relações de troca entre a política e a religião através da mídia. No caso do atual prefeito, as ferramentas são suas redes sociais, em especial o Instagram, mas nada impede de que, em um passado não tão distante, o mesmo fosse feito através de um programa de TV, de rádio, ou uma revista. A campanha do ex-vereador nas redes sociais mostrou também que a internet entrega a possibilidade da relação de evolução de público para eleitorado. Há, por intermédio das postagens, a possibilidade de estabelecer conexões que se espelham na vida pessoal de quem o acompanha, fidelizando o público de uma forma que, o político em questão, é visto com uma comum proximidade e similaridade de rotina e ação. Podemos considerar que as estratégias comunicacionais midiáticas não são limitadas ao que é pré-estabelecido pela equipe de comunicação de um político, mas há também a possibilidade de medir aquilo que é de melhor execução pela reação de seu público nos conteúdos anteriormente publicados, criando assim uma relação de dupla troca.

Por fim, é importante lembrar que este trabalho é a análise de um político que recém chegou aos holofotes do poder brasileiro, onde há a oportunidade de, em um futuro, comparar seus comportamentos em diferentes esferas, como quando está com seu público fidelizado, nas redes sociais, ou quando está em uma entrevista num veículo midiático que supera a bolha de cristãos. Há diferenças em seu comportamento? O uso da religião como capital político é parte de uma estratégia que limita-se à campanha municipal de 2020, ou acompanha o político para novas propostas em sua vida pública? Essas respostas dizem respeito a carreira de Ricardo Nunes, mas não se pode ignorar a possibilidade de, questões tratadas neste artigo, como o populismo religioso, serem indispensáveis para entender a política brasileira em outros contextos, como o passado, nas eleições estaduais e federal, em que Jair Bolsonaro foi eleito, mas também para o futuro, em 2022, ao analisar clássicas ferramentas políticas como alianças, discursos, marketing e publicidade.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. Questões de Sociologia. Petrópolis: Editora Vozes, 2019

BOURDIEU, Pierre. Razões Práticas: Sobre a teoria da ação. 11ª edição. Campinas: Papirus Editora, 2020

WEFFORT, Francisco. O populismo na política brasileira. 5ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003

SANTOS, B. M. et al. Mídia, religião e política: o discurso combativo de pastores pentecostais nas eleições presidenciais de 2018, Universidade Federal do Paraná

CUNHA, N. M. Religião e política: ressonância do neoconservadorismo evangélico nas mídias brasileiras,
GONÇALVES, B. R. Religião e representação política: a presença evangélica na disputa eleitoral brasileira. Universidade Federal de Pelotas