

Narrativas evangélicas e contexto eleitoral

#10

Este relatório apresenta uma análise das principais narrativas em circulação nas redes sociais sobre as fronteiras entre religião e política, com foco no ecossistema evangélico.



Relatório Evangélicos

Casa Galileia + DX

Narrativas evangélicas e contexto eleitoral

Este relatório apresenta uma análise das principais narrativas em circulação nas redes sociais sobre as fronteiras entre religião e política, com foco no ecossistema evangélico.

Período da análise: Publicações realizadas entre 28 de setembro a 11 de outubro de 2026.

Highlights

1. Nikolas Ferreira e André Janones transformam o segundo turno em uma disputa por engajamento nas redes

O monitoramento registra crescimento de mais de 514% nas interações de Nikolas Ferreira e de quase 272% nas de André Janones, que mobilizam suas audiências em campos políticos opostos. A disputa entre os canais “Tropa do Flávio” e “Exército do Lula” evidencia como a guerra digital se tornou parte da estratégia eleitoral.

2. Pastores, pastoras e artistas gospel ampliam a participação pública na disputa eleitoral

Lideranças religiosas e artistas evangélicos intensificaram declarações de voto, convocações eleitorais e manifestações de apoio a Lula e Flávio Bolsonaro. Entre os conteúdos de maior repercussão, aparecem tanto argumentos éticos e democráticos quanto discursos de rejeição ao PT e mobilizações que associam a eleição a valores cristãos.

3. “Somos todos piá de bosta”: Nikolas Ferreira se consolida como referência nas celebrações e orgulho da direita

A expressão usada por Janja para se referir a Nikolas Ferreira foi ressignificada por apoiadores como jargão de orgulho e identificação política. Nas publicações analisadas, Nikolas ocupa posição central nas comemorações, com maior visibilidade que Flávio Bolsonaro nesse repertório específico.

4. Montagens sobre Ana Elisa alimentam ataques à esquerda sob a narrativa de ameaça às igrejas

Uma suposta publicação sobre o fechamento de igrejas, divulgada por Nikolas Ferreira e contestada pela deputada eleita como montagem, impulsionou ataques nas redes evangélicas. Outras imagens enganosas ampliaram a acusação de que a esquerda seria inimiga dos cristãos, enquanto lideranças evangélicas progressistas denunciaram os ataques e as ameaças contra Ana Elisa.

5. Suspeitas sem comprovação sobre as urnas alimentam narrativa de fraude eleitoral

Ricardo Brasil sugere que irregularidades na apuração teriam impedido a vitória de Flávio Bolsonaro no primeiro turno. Ao desqualificar explicações institucionais e associar o episódio a alegações de fraude em outros países, a publicação reforça a suspeita sobre a legitimidade do resultado eleitoral.

6. “Macumba contra Flávio” evidencia a mobilização do racismo religioso na disputa eleitoral

Publicações de influenciadores evangélicos associam ritos e símbolos de religiões afro-brasileiras a ameaças espirituais contra Flávio Bolsonaro. Ao enquadrar a eleição como uma batalha entre forças espirituais, esses conteúdos demonizam tradições religiosas e reforçam discursos de intolerância em meio à mobilização política.

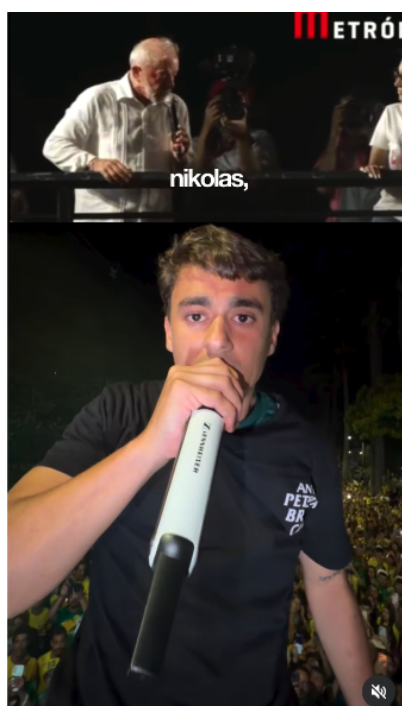
7. Apoio de lideranças da Assembleia de Deus de Madureira reforça a articulação religiosa em torno de Flávio Bolsonaro

Durante as celebrações do centenário da denominação, no Maracanãzinho, o bispo Samuel Ferreira manifestou apoio ao candidato, defendendo a ideia de que “irmão vota em irmão”. O episódio evidencia o papel de lideranças e espaços religiosos na legitimação pública de candidaturas e na mobilização do eleitorado evangélico.

Temas em destaque no segmento evangélico

Exército do Lula x Tropa do Flavio: cabeças de rede disputam engajamento no segundo turno

A abertura dos canais no WhatsApp “Exército do Lula” e “Tropa do Flávio”, respectivamente liderados pelos deputados André Janones (REDE-MG) e Nikolas Ferreira (PL-MG) para impulsionar as campanhas de Lula e Flávio Bolsonaro ganhou dimensões institucionais nos últimos dias, após o presidente do TSE, ministro Kassio Nunes Marques, determinar a suspensão do “Exército do Lula”. Para além da controvérsia em torno dos questionamentos sobre a aplicação desigual dessas exigências, **o caso repercutiu tensões em torno das estratégias de mobilização digital lideradas pelos deputados**. O conflito ganhou dimensão pública com as denúncias sobre desinformação em ambos os canais, e esteve acompanhada de **aumentos significativos nas métricas de interações nos perfis individuais dos deputados**.



A comparação entre rankings levantados no monitoramento entre o primeiro e o segundo turno mostram que Nikolas Ferreira cresceu em quase 20 milhões de interações nesse período. O deputado eleito, que sempre ocupou os primeiros lugares nos rankings desde o início do monitoramento de lideranças políticas com identidade evangélica, também obteve crescimento significativo e, desta vez, somou cerca de 37 milhões de interações a mais do que no primeiro turno. Nas publicações de maior alcance nas redes de Nikolas, **com 9 publicações no TOP 10 desse período**, ele agradece por sua expressiva votação e reage em diferentes vídeos ao apelido [“piá de bosta”](#), utilizado por Janja durante um comício para fazer referência ao deputado. Suas publicações também trazem **reações diretas à mudança recentes no engajamento nas redes em favor de Lula**, como o vídeo de selfie feito pelo candidato, e as

narrativas de vira voto mobilizadas pela oposição. Em um deles, Nikolas enfatiza o que chamou de [“desespero da esquerda”](#) no em abordagens sobre feminicídio e assassinato de pessoas LGBTs.

Já o crescimento no alcance do engajamento de André Janones vem demonstrando a relevância de seu papel como **um dos principais porta-vozes evangélicos de Lula nas redes sociais**. Com estilo de comunicação marcado pela construção de uma linguagem de confronto, urgência e mobilização permanente, suas publicações de maior engajamento indicaram **conflitos diretos com supostos grupos de aliados de Flávio**, como o que chamou de [“censura do ministro do TSE”](#), bem como o próprio partido do presidenciável, em [“tentativas do PL de derrubar o canal”](#). A linguagem de enfrentamento por meio da guerra digital no segundo turno vem, nesse sentido, **materializando nesses canais as tentativas de organizar disputas de diferentes projetos políticos**.



Ao representar numericamente as duas maiores lideranças de identidade evangélica em campos políticos opostos nessas eleições, nem Nikolas nem Janones têm adotado posturas de enfrentamento direto e de forma nominal até então. **O fato de ambos serem lideranças com identidade evangélica tem conferido possibilidades de atuação diferentes de outros pleitos eleitorais, em que as narrativas religiosas foram mobilizadas com maior intensidade pelos atores políticos desse campo**. Em vez disso, a atuação dos deputados nas lideranças dos canais evidencia a predominância de bandeiras que unem pautas comuns no interior do anti-petismo e do anti-bolsonarismo, mobilizando as torcidas dos presidenciáveis com **novas possibilidades de atuação de lideranças evangélicas nas redes em 2026**.

Pastores, pastoras e artistas gospel em campanha nas redes

Às vésperas do primeiro turno, a mobilização de lideranças religiosas nas redes sociais ganhou força e se intensificou durante o segundo turno, com **pastores, pastoras e artistas gospel assumindo posições públicas em favor das candidaturas** e convocando suas audiências a refletir sobre a escolha eleitoral, **mobilizando valores políticos, ideológicos e democráticos com baixa associação a narrativas religiosas**. Diante de diferentes abordagens narrativas, **vale ressaltar a presença de discursos mais militantes pró e contra Flávio e Lula com menor grau de associação a narrativas de fé**.

• Pastores e pastoras com Lula

Entre as lideranças evangélicas identificadas com a esquerda, **Antônio Carlos Costa e Ed René Kivitz alcançaram posições de destaque no ranking de engajamento**. Antônio Carlos Costa ocupou o 5º e o 7º lugares com a soma de **2.394.931 de interações**, com publicações em que **declarou voto em Lula e explicou as razões de sua escolha**. Em vez de apresentar o apoio como adesão incondicional, **Costa reconheceu críticas ao PT e aos governos petistas, mas argumentou que sua decisão deveria considerar também a gravidade das ameaças à democracia**, como está explícito na legenda: “Não escondo o mensalão, os escândalos de corrupção na Petrobras, nem as profundas divergências que tenho com governos petistas. Também explico neste vídeo minhas críticas ao bolsonarismo e as razões pelas quais elas pesam na minha decisão”. O

enquadramento apresenta o **voto como uma escolha política fundamentada em critérios éticos, e não como um compromisso irrestrito com o candidato**, convidando o eleitorado para uma reflexão. No outro vídeo, o pastor confirma seu voto e faz uma associação com diferentes gradações de crimes: “Minha decisão parte de um princípio muito simples: assim como existem diferentes graus de gravidade nos

crimes contra uma pessoa, também existem diferentes graus de gravidade nos crimes contra uma democracia. E há uma fronteira que, para mim, nenhum candidato pode ultrapassar”.



Ed René Kivitz (707.714) apareceu na 9ª posição, com um trecho de sua live O Brasil de Jesus, realizada na véspera do primeiro turno. No vídeo, o pastor repudia a opção da candidatura de Flávio Bolsonaro a associando a corrupção, lavagem de dinheiro, milícia e amparo da elite e do poder econômico, fazendo um chamado para ouvirmos os profetas dos tempos de hoje e fazendo um apelo para a voz de Deus seja ouvida e que se manifeste nas urnas. Já a página **Evangélicos com Lula** publicou um vídeo da pastora Flávia com uma mensagem dirigida às igrejas, que também alcançou engajamento relevante. A pastora exortou os fiéis perguntando “que idolatria é essa na casa de Deus hein?” afirmando que a casa de Deus é



casa de oração, de conexão com Deus e não lugar de fazer política com falsos profetas no altar e pergunta **“de onde esse homem tem testemunho de crente?” se referindo a Flávio Bolsonaro**. Em conjunto, as publicações mostram diferentes formas de atuação: a declaração explícita de voto, a reflexão teológico-política e a circulação de mensagens de lideranças religiosas como instrumentos de mobilização eleitoral.

- **Pastores e pastoras com Flávio Bolsonaro**



A mobilização de lideranças religiosas em favor de Flávio Bolsonaro se intensificou na reta final do primeiro turno, com publicações que combinaram **declarações explícitas de voto, mensagens de rejeição ao PT, convocações à participação eleitoral e repertórios de oração e batalha espiritual**. Entre os nomes com maior engajamento estão Pra Talitha Pereira, Pra Fabiola Melo, Pra Valnice Milhomens, [Pr Cláudio Duarte](#), Pr Elizeu Rodrigues, Pra Raquel Lima de Carvalho, Pr André Fernandes, Pr Teo Hayashi, Pra

Gabriela Lopes, [Apóstolo Estevam Hernandes](#) e [Bispa Sonia Hernandes](#). As publicações de Talitha Pereira (311 mil interações), Teo Hayashi (339 mil) e [Cláudio Duarte \(305 mil\)](#) demonstram a capacidade de mobilização de lideranças religiosas com forte presença digital, enquanto os conteúdos de Estevam e Sonia Hernandes convocaram diretamente o voto em Flávio, associando sua imagem à Marcha para Jesus e ao louvor Hino da Vitória.

Um aspecto relevante é o protagonismo de pastoras e outras lideranças femininas, que aparecem entre os conteúdos de maior engajamento. [Pra Talitha Pereira recorreu ao humor para marcar sua posição à direita](#); [Pra Valnice Milhomens convocou à oração pelas eleições na chave da batalha espiritual](#); [Pra Gabriela Lopes mobilizou uma linguagem profética, afirmando que “o Brasil pertence ao Senhor”](#); e [Pra Raquel Lima de Carvalho associou a rejeição à neutralidade política à defesa da nação](#). [Pra Fabiola Melo, por sua vez, explicitou uma mudança de posicionamento: após ter manifestado intenção de votar em Augusto Cury, declarou ter sido ingênua e passou a defender uma posição contrária ao PT](#), ressaltando que sua

manifestação era individual e não representava a igreja. O movimento converge com a mensagem de [Pr Elizeu Rodrigues, sintetizada no apelo “FUJA DO PT!”](#), num [discurso de enfrentamento ideológico que associa a esquerda à ameaça aos valores críticos](#), como o vídeo do Pr Teo Hayashi que também foca na rejeição a liderança de Lula,



chamando o brasileiro de palhaço, o que evidencia a centralidade da rejeição ao partido e ao atual presidente como eixo de mobilização eleitoral.



Os dados também chamam atenção para a presença de lideranças religiosas mais jovens ou cuja atuação se destaca principalmente nas redes, como Pra Talitha Pereira, [Pr Teo Hayashi](#), Pra Gabriela Lopes e [Pr André Fernandes](#), com níveis expressivos de engajamento. Esses números indicam que a mobilização digital não se restringe a nomes tradicionalmente reconhecidos no debate público religioso: lideranças com diferentes trajetórias e públicos também conseguem alcançar grande circulação. No conjunto, **as publicações articulam voto, identidade cristã, defesa da nação e oposição à esquerda, recorrendo tanto à declaração direta de apoio quanto a mensagens religiosas que enquadram a disputa eleitoral como um compromisso moral e espiritual.**

• **Artistas evangélicos com o 22**



A reta final do primeiro turno trouxe a público posicionamentos de artistas evangélicos com grande impacto na cena musical nacional. Às vésperas da eleição, [Fernanda Brum](#) e [Aline Barros](#) apareceram nas redes de Magno Malta em **demonstrações de apoio à Maguinha Malta**, candidata ao senado pelo Espírito Santo.

Entre novas gerações de cantores de grande impacto na juventude evangélica, [Samuel Messias](#), [Isaias Saad](#), Luma Elpídio e Victin indicaram apoio público a candidatos ao legislativo e também diretamente a Flávio Bolsonaro, **integrando a mobilização mais ampla pelo “voto útil”**. Entre os argumentos mobilizados por Luma Elpídio, [a leitura de uma passagem bíblica de Isaías](#) reforça um pedido de



Deus pelo **posicionamento da igreja contra injustiças e opressões dos necessitados**. Já o cantor de rap gospel Victin [pediu perdão em uma publicação](#) por não ter se posicionado antes e pediu para que artistas gospel se posicionassem em relação ao pleito eleitoral, indicando que estariam **vivendo uma “guerra de ideologias”**.

Somos todos “piá de bosta”: lideranças evangélicas e influenciadores celebram a vitória da direita no primeiro turno

A vitória eleitoral da direita no primeiro turno foi acompanhada por um tom de celebração nas redes bolsonaristas, marcado pelo humor, pela provocação aos adversários e pela exaltação de suas principais lideranças. **Nesse contexto, a expressão “piá de bosta”, originada de uma fala de Janja sobre Nikolas Ferreira, foi resignificada como um jargão de orgulho e identificação política.** Em vídeos e músicas produzidos com inteligência artificial, a expressão assume um sentido pejorativo contra os adversários e, simultaneamente, celebratório: **agora seriam vários “piás de bosta” conquistando cargos eletivos.** A brincadeira transforma uma fala originalmente depreciativa em símbolo de pertencimento e vitória política.



Nikolas Ferreira ocupa posição central nessa celebração, seguido por nomes como Lucas Pavanato e André Fernandes. [Bella Falconi comemorou a reeleição de Nikolas, afirmando que “o piá é FODA!”](#), enquanto [influenciadoras como Marianna Rangel exploraram o jargão em conteúdos de humor](#) usando até a hashtag #piadebosta. [Talitha Pereira celebrou o resultado com a afirmação de que o sol havia nascido “um pouquinho mais à direita” celebrando a vitória no Senado](#), e [Raquel Lima de Carvalho reforçou sua identificação com Nikolas ao publicar uma mensagem de apoio religioso](#).

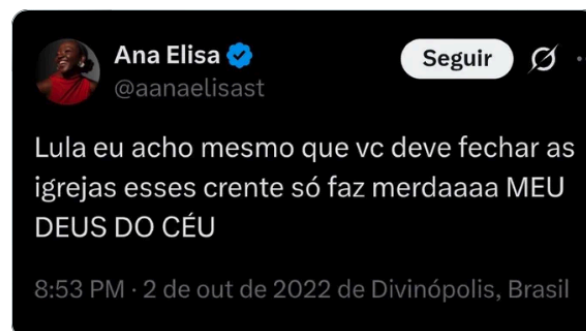
Um aspecto relevante é a centralidade de Nikolas como referência política e simbólica desse campo. Sua presença organiza parte importante das celebrações, mobiliza influenciadores e recebe manifestações de apoio de lideranças religiosas, enquanto Flávio Bolsonaro não aparece nas publicações listadas. Esse contraste sugere que, nesse repertório específico de comemoração, **Nikolas ocupa um lugar de referência bolsonarista mais visível do que o próprio candidato presidencial, funcionando como figura capaz de condensar o sentimento de vitória, a provocação aos adversários e a identidade coletiva da direita nas redes.**

Ataques da extrema-direita à Ana Elisa por desinformação sobre “fechar igrejas” e “queimar evangélicos”

A repercussão em torno da deputada federal eleita Ana Elisa (PT-MG) mobilizou influenciadores e lideranças da extrema-direita e do campo conservador, que utilizaram as redes para **amplificar acusações, atacar a imagem da parlamentar e engajar suas bases políticas**. O caso foi impulsionado pela [divulgação feita por Nikolas Ferreira](#) do print de uma suposta postagem feita por Ana Elisa nas eleições de 2022, em que ela pedia ao governo o “fechamento de igrejas”.



já virei voto demais com isso aqui



17:05 · 8 de out. de 2026 · 1 mi Visualizações



A deputada afirmou que o *print* divulgado por Nikolas era uma montagem e, em seguida, pediu desculpas por outros conteúdos que efetivamente havia postado sobre o assunto. **O conteúdo, no entanto, passou a circular amplamente nas redes evangélicas junto a outras montagens**, como a divulgada pelo perfil Assembleianos de Valor Oficial, com 1.8 milhões de seguidores, em que [Ana Elisa pedia para “queimar evangélicos”](#). O questionamento do eleitorado cristão sobre o apoio à esquerda por meio de ataques à deputada também forneceu maior engajamento às publicações feitas por parlamentares negros filiados ao PL, como o deputado Rafael Satiê (PL-RJ) e a vereadora Sonaira Fernandes (PL-SP). No vídeo postado pela parlamentar, que obteve em torno de 350 mil curtidas, ela acusa Ana Elisa de ser [“influencer de ouro do Lula” e de não representar “os pretos livres do Brasil”](#), **imputando seu próprio lugar de fala como mulher negra para se opor aos**

discursos da deputada eleita. Pautas como a defesa do aborto e a “liberação do kit gay” também compuseram o que a vereadora classificou como um discurso anti-cristãos feito pela “extrema-esquerda que defende o fechamento de igrejas”.

Em contrapartida, Ana Elisa recebeu **o apoio de lideranças evangélicas importantes do campo da esquerda**, como Benedita da Silva (PT-RJ), Eliziane Gama (PT-MA) e André Janones (REDE-MG). Benedita indicou a repetição dos ataques contra mulheres negras na política e demarcou seu orgulho por "[abrir caminhos para que outras Anas Elisas chegassem](#)". Já André Janones se posicionou contra as ameaças de morte sofridas pela deputada e **ressaltou o poder de mobilização de Ana Elisa nas redes sociais**, em tom crítico também a setores da esquerda que não consideram o engajamento relevante.



Temas relevantes para a esquerda evangélica

Esta quinzena representa uma mudança clara no monitoramento, já que a comunicação dos perfis monitorados entra em um **estágio de batalha de segundo turno**, marcada por mobilização, urgência e forte personalização da disputa. A base registra cerca de 50,2 milhões de interações e **André Janones responde por 23 milhões (45,8%)**. Sua comunicação transforma os acontecimentos políticos em chamadas de emergência e convocação da audiência, combinando guerra política e defesa do Lula. Entre os conteúdos de maior repercussão estão "[LULA ENTROU NA PARADA! DIGITEM SOLDADO NOS COMENTÁRIOS!](#)", com 1,68 milhão de interações, e "[VENCEMOS! DEUS É FIEL! EXPLODE!!](#)", com 1,90 milhão.

A **guerra digital** passa a funcionar como parte da narrativa eleitoral, com Janones apresentando sucessivamente a possibilidade de derrubada de seu perfil e do canal "Exército do Lula", chegando a afirmar que "[a censura já é uma realidade no Brasil](#)", em conteúdo com 1,48 milhão de interações. Em outro post, sobre a possibilidade de seu perfil e o canal de Lula caírem, alcançou mais de 1 milhão de interações. A audiência é convocada não apenas a consumir os conteúdos, mas a comentar, seguir canais e fazê-los circular, transformando a distribuição digital em **ato de mobilização política**.

A disputa também é construída como uma escolha entre **projetos de país e proteção ou perda de direitos sociais**. Marina Silva alcança 802 mil interações ao questionar, em [post sobre Minha Casa, Minha Vida, Farmácia Popular e outras políticas públicas](#), quais seriam as consequências de votar em candidatos contrários a essas políticas. Janones utiliza estratégia semelhante ao afirmar que Flávio Bolsonaro reduziria pensões, aposentadorias e BPC em [vídeo que ultrapassou 730 mil interações](#). A pauta social, portanto, deixa de ser apenas programática e passa a ser utilizada como **argumento para a escolha eleitoral**.

A **religião continua funcionando como linguagem de legitimidade política**, mas com uma mudança importante em relação à quinzena anterior. O foco deixa de ser "quem fala pelos evangélicos" e passa a ser **como um cristão deve se posicionar diante do**

segundo turno. O pastor presbiteriano Antonio Carlos Costa produz dois dos conteúdos mais relevantes nesse sentido: [“Eu vou votar em Lula — apesar de ter críticas sérias a ele e ao PT”](#), com 1,59 milhão de interações, e [“Acabei de votar em Lula. E quero explicar por quê”](#), com quase 800 mil. O pastor Henrique Vieira reforça essa gramática ao convocar: [“Comente aqui, cristão, pela democracia”](#), enquanto o pastor Ed René Kivitz alcança 708 mil interações com um trecho da reflexão [“O Brasil de Jesus”](#).

A **mobilização de rua e a ideia de democracia** também ganham força. Marina alcança mais de 1 milhão de interações ao registrar a manifestação na [Avenida Paulista](#), apresentada como demonstração da força de um povo unido pela democracia. Benedita trabalha uma linguagem semelhante ao mostrar [mobilização popular nas ruas do Rio](#) e ao recuperar o jingle [“Bote fé e diga Lula”](#). A campanha combina, assim, **fé, democracia, memória política, presença popular e identidade eleitoral**.

As pautas de **mulheres, violência e direitos** permanecem presentes, mas passam a funcionar mais diretamente dentro da lógica eleitoral. O caso Ana Elisa mobiliza tanto Janones, em [“SOMOS TODOS ANA ELISA!!”](#), com 459 mil interações, quanto outros perfis. A questão ambiental, por sua vez, perde espaço relativo. Marina continua associando sua trajetória à defesa do meio ambiente e da justiça social, mas seus conteúdos ambientais passam a disputar atenção com uma agenda muito mais concentrada em Lula, Flávio Bolsonaro, políticas sociais e mobilização eleitoral.

Por fim, a narrativa sobre **religião, dinheiro e poder**, que havia ganhado grande força na quinzena anterior com o caso Banco Master/Lagoinha, perde centralidade diante da dinâmica do segundo turno. O tema permanece no monitoramento, mas deixa de organizar a conversa como havia acontecido entre 14 e 27 de setembro.

A principal mudança desta quinzena é a **subordinação das agendas anteriores à lógica do segundo turno**. A disputa pelo voto evangélico continua existindo, mas agora aparece incorporada a uma batalha mais ampla sobre democracia, direitos sociais e futuro do país. André Janones domina quantitativamente a repercussão por meio de uma comunicação de urgência e mobilização digital; Marina Silva e Benedita da Silva combinam campanha, presença popular e defesa de políticas públicas; e os pastores Antonio Carlos Costa e Henrique Vieira exploram a dimensão religiosa da escolha eleitoral.

O resultado é um ambiente de comunicação **mais polarizado, mais mobilizador e menos orientado à apresentação de agendas temáticas autônomas**. A religião permanece importante não apenas como identidade de público, mas como argumento moral para justificar escolhas políticas. Ao mesmo tempo, a guerra digital passa a ser apresentada como parte da própria disputa democrática. Em síntese, a quinzena marca a passagem de uma disputa sobre **“o voto evangélico”** para uma disputa sobre **“que tipo de país e de democracia está em jogo no voto dos cristãos”**.

20 lideranças políticas com identidade evangélica com maior engajamento no período (por postagem única)

Ranking de lideranças políticas por engajamento			
#	Liderança Política	Partido político	Interação
1	Nikolas Ferreira	PL	5.134.344
2	Flávio Bolsonaro	PL	3.790.818
3	Pablo Marçal	UNIÃO	2.091.383
4	André Janones	REDE	1.895.940
5	Lucas Pavanato	PL	1.448.395
6	Marina Silva	REDE	1.015.385
7	Deltan Dallagnol	NOVO	804.133
8	Eduardo Bolsonaro	PL	803.855
9	Michelle Bolsonaro	PL	786.795
10	Benedita da Silva	PT	697.091
11	André Fernandes	PL	685.214
12	Marcel Van Hattem	NOVO	421.783
13	Sonaira Fernandes	PL	354.332
14	Cabo Gilberto Silva	PL	335.786
15	JHC	PSDB	330.108
16	Douglas Gomes	PL	324.405
17	Damarens Alves	REPUBLICANOS	313.179
18	Carlos Bezerra Jr.	PSD	308.815
19	Pastor Henrique Vieira	PSOL	288.188
20	Gabriel Monteiro	PL	266.071

20

20 lideranças políticas com identidade evangélica com maior engajamento no período (por número total de interações)

Ranking de lideranças políticas por engajamento			
#	Liderança Política	Partido político	Interação
1	Nikolas Ferreira	PL	50.701.455
2	Pablo Marçal	UNIÃO	44.932.878
3	Flavio Bolsonaro	PL	36.371.597
4	André Janones	REDE	23.008.482
5	Lucas Pavanato	PL	12.736.160
6	Deltan Dallagnol	NOVO	9.015.846
7	Eduardo Bolsonaro	PL	8.778.463
8	Benedita da Silva	PT	7.392.406
9	André Fernandes	PL	6.185.483
10	Marina Silva	REDE	5.549.508
11	Marcel Van Hattem	NOVO	3.657.297
12	Kim Kataguiri	MISSÃO	3.346.995
13	Magno Malta	PL	2.965.587
14	Pastor Henrique Vieira	PSOL	2.843.987
15	Cabo Gilberto Silva	PL	2.751.999
16	Michelle Bolsonaro	PL	2.275.413
17	Dameres Alves	REPUBLICANOS	1.822.888
18	Douglas Gomes	PL	1.638.457
19	JHC	PSDB	1.312.117
20	Clarissa Tércio	PP	1.269.196

Observações sobre os rankings:

As métricas por postagem única se referem a publicações individuais com maior número de interações durante o período. Os destaques em vermelho trazem lideranças que apresentam maior diálogo com o campo político da esquerda no atual contexto eleitoral. Para os casos de lideranças políticas que se apresentam atualmente sem partido, foi considerado o último registro de filiação.

Análise sobre os rankings das lideranças políticas

Diferentemente da semana que antecedeu o primeiro turno, o crescimento da presença de lideranças políticas da esquerda foi mais expressivo no ranking que considerou engajamentos por postagem única, do que no número total de interações. Isso significa que, **embora ainda haja ampliação da esquerda evangélica nas redes, os dados mostram que ela se estagnou entre candidatos que já se mantinham nos rankings anteriores, enquanto o campo da direita ampliou seu alcance com novos candidatos neste ranking**, casos de Sonaira Fernandes (PL), Douglas Gomes (PL).

O governador eleito de Alagoas, **JHC (PSDB)**, por sua vez, **apareceu pela primeira vez no ranking de interações nas redes evangélicas**. Houve, ainda, significativa ampliação nos números monitorados para André Janones e Nikolas Ferreira. O crescimento de Janones foi de **quase 272%**, enquanto o de Nikolas foi de **pouco mais de 514%** na comparação entre o primeiro e segundo turno até então.

10 perfis evangélicos com maior engajamento no período (por postagem única)



10 perfis evangélicos com maior engajamento no período (por número total de interações)



Análise sobre os rankings gerais

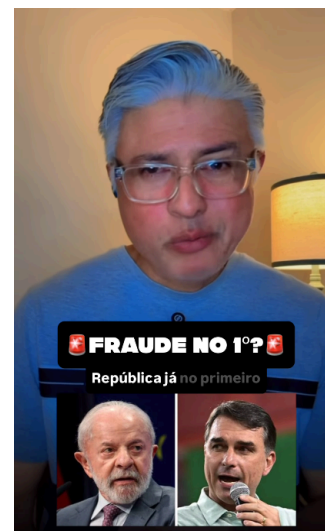
No período que compreende o fim do primeiro turno e o início do segundo, o monitoramento de perfis evangélicos apontou para o crescimento da predominância de lideranças diretamente relacionadas às candidaturas em que concorreram atualmente nessas eleições. No ranking por número total de interações, essa diferença ficou mais expressiva, **com menor número de influenciadores e lideranças religiosas em destaque**. A presença de Samuel Cavalcante e Antonio Carlos Costa pela primeira vez nos rankings indica que a **prevalência de conteúdos relacionados ao contexto eleitoral também se manteve entre esses grupos**.

Narrativas de desinformação

Ricardo Brasil sugere fraude na apuração das urnas e atribui derrota de Flávio Bolsonaro no primeiro turno a supostas irregularidades

Ricardo Brasil levanta suspeitas sobre a apuração dos votos para presidente no primeiro turno, sugerindo que uma [suposta fraude teria impedido a vitória de Flávio Bolsonaro](#). Embora ressalve que não está fazendo uma afirmação absoluta e prometa apresentar fatos, alega que a apuração presidencial ficou paralisada entre 19h e 20h, quando Flávio estaria à frente, com cerca de 50% dos votos. Ele cita a explicação

atribuída a Kassio Nunes Marques sobre um congestionamento de dados na Justiça Eleitoral, que teria acionado um protocolo de segurança, e a classifica como “uma puta desculpa esfarrapada”. Em seguida, **associa o episódio a alegações de fraude eleitoral na Venezuela, com suposta influência chinesa, e nas eleições norte-americanas que derrotaram Trump**. Ao final, **prevê a vitória de Flávio no segundo turno e dirige a Lula uma mensagem de tom ameaçador**: “você não perde por esperar e não sabe o que lhe aguarda após a sua derrota”.



Estratégia de desinformação: A publicação **transforma uma suposta interrupção técnica da apuração em indício de fraude, sem apresentar evidências que comprovem essa hipótese**. A ressalva inicial de que não faz uma afirmação absoluta permite **insinuar irregularidades sem assumir integralmente a alegação**, enquanto a **desqualificação da explicação institucional e a associação com narrativas de fraude eleitoral em outros países reforçam a suspeita**. O conteúdo constrói, assim, uma **narrativa de ilegitimidade do resultado eleitoral** e de possível vitória de Flávio no primeiro turno, apresentando conjecturas como sinais de uma fraude ainda não demonstrada.

Fique de olho

“Macumba contra Flavio” revela escalada nos discursos sobre racismo religioso



O monitoramento nas redes evangélicas durante o encerramento do primeiro turno e início do segundo mostrou a **intensificação de episódios de racismo religioso protagonizados por apoiadores de Flávio Bolsonaro**. A demonização de ritos, oferendas e lideranças que trajam vestimentas de religiões afro-brasileiras esteve presente em diferentes perfis evangélicos que manifestam posicionamentos políticos alinhados à extrema direita.

[No vídeo postado pelo influenciador Profeta Roberto Ruiz](#), com 1.2 milhões de seguidores, a retórica de que a fé cristã estaria sob ameaça da “exposição das crianças a concepções diferentes de sexo e gênero” esteve **alinhada a um campo de**

batalha espiritual que se combinou a imagens associadas à religiões de matriz afro-brasileira. O influenciador destaca que “a esquerda já mobilizou o mundo espiritual fazendo sacrifícios” e que “a eleição será ganha no mundo espiritual, e não no mundo físico”. Na mesma linha, [outro influenciador reage à fala de uma mãe de santo](#) que pede votos para eleger Lula. **Ele convoca seus seguidores cristãos a fazer orações e sair de cima do muro**, pois o outro lado estaria mobilizado para angariar votos no contexto eleitoral. [Pierry Rodrigues](#), também influenciador evangélico com 379 mil seguidores, destaca que os ataques à Flávio Bolsonaro envolvem informações enganosas e destaca a mesma imagem do ritual em que uma foto de Flávio Bolsonaro é queimada, **mobilizando atenção para a guerra espiritual que estaria em curso.**



Posicionamento eleitoral da Assembleia de Deus Madureira



Flávio Bolsonaro (PL) no Centenário da Assembleia de Deus. (Foto: Charles Vieira)

Flávio Bolsonaro recebe apoio denominacional no segundo turno, no centenário da Igreja Assembleia de Deus de Madureira, no Maracanazinho. Capitaneado pelo Pastor Silas Malafaia, líder da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo, ali para prestar homenagem ao lado de seus apadrinhados políticos do Rio de Janeiro, como o governador recém-eleito Douglas Ruas (PL) e

deputados federais como [Sóstenes Cavalcante](#) e [Rafael Satiê](#), ambos do PL carioca, Flávio é saudado pelo bispo Samuel Ferreira: [“Eu só estou dizendo 'irmão vota em irmão'. Se eu pudesse pedir voto, eu pediria. Mas eu não gosto de pedir voto aqui, porque vão falar que eu pedi voto. Mas, se eu pudesse, eu pediria. Pediria voto para o Flávio. Porque o Flávio é honesto. Pediria voto para o Flávio, porque o Flávio é sério.”](#)

Ao performar o canto do Hino da Vitória, Flávio Bolsonaro repete a estratégia de reafirmação de seu vínculo com fieis evangélicos. Influenciadores da esquerda evangélica como o pastor Fillipe Gibran denominam a participação do candidato no evento e a fala do bispo como um [“verdadeiro espetáculo de ilusionismo religioso”](#).

Notas metodológicas

A pesquisa foi realizada em **573 perfis** (Instagram, YouTube, X, TikTok e Facebook) de lideranças religiosas e políticas, organizações, mídia e influenciadores evangélicos, a partir de busca no Data Lake do Instituto Democracia em Xequê. Foram gerados **29.931 resultados**, concentrando **375.391.919 de interações** durante o período analisado para o ecossistema evangélico até o fechamento deste relatório.

O critério utilizado para a coleta de dados relativos aos temas de destaque no ecossistema evangélico foi baseado em análise qualitativa das 50 (cinquenta) postagens com maior número de interações durante o período selecionado, dos respectivos perfis funcionais: lideranças políticas, lideranças religiosas, outros perfis (influenciadores, artistas, mídia evangélica e igrejas e iniciativas), e uma busca por lideranças religiosas e políticas do campo da esquerda, totalizando 200 (duzentas) postagens analisadas. A classificação funcional dos perfis considera sua principal atuação nas redes sociais, reconhecendo que muitos dos atores monitorados exercem múltiplas funções e ocupam diferentes espaços de influência.

Com base na análise das narrativas presentes nas publicações de maior engajamento, foram identificados os principais temas situados nas fronteiras entre religião e política, foco central deste relatório. A partir desses resultados, foram realizadas buscas complementares no Data Lake do Instituto Democracia em Xequê, utilizando-se palavras-chaves relacionadas às narrativas identificadas, ampliando a compreensão sobre sua circulação no ecossistema monitorado. Como critério adicional, também foi realizada pesquisa por menções de temas em destaque através de hashtags postadas por perfis públicos, ocasionando em achados de perfis de identidade evangélica não previamente listados no Data Lake ou, ainda, perfis de identidade católica que compartilham informações relevantes sobre lideranças evangélicas durante o período.

As lideranças religiosas foram mantidas junto a influenciadores, artistas, igrejas e portais de notícias gospel em ranking separado, seguindo modelo adotado para os outros relatórios. Por fim, as análises apresentadas também incorporam a leitura contextual e analítica sobre o campo evangélico, articulando dados do monitoramento com a análise ampliada das narrativas em circulação. Considerou-se evidenciar o destaque sobre as atuações entre lideranças políticas e religiosas alinhadas ao campo da esquerda evangélica, além de critérios duplos para ranqueamento de lideranças políticas e influenciadores, baseados em métricas por postagem única e número total de interações.

A seção **Fique de Olho** não segue, necessariamente, os mesmos critérios metodológicos adotados no monitoramento. Trata-se de um espaço destinado a destacar temas que estejam repercutindo nas redes sociais e na imprensa às vésperas da publicação do relatório, bem como assuntos que, embora apresentem menor engajamento no monitoramento, revelem alta relevância narrativa para compreender as dinâmicas entre religião e política ou potencial de impacto no debate público.

Expediente

Diretor Executivo
Leon Souza

Diretor de Campanhas
Flávio Conrado

Coordenação e pesquisa
Andréa Laís

Pesquisa
Lorena Mochel

Parceria Democracia em Xequê | Monitoramento Data Lake

Direção Executiva – Fabiano Garrido

Direção de Pesquisa – Letícia Capone

Direção de Metodologia e Inovação – Marcelo Alves