

"Performance política digital: A presença das deputadas federais brasileiras no X"

Artículo de Cristiane Brum Bernardes, Giulia Sbaraini Fontes, Gabrielly Leticya Lopes dos Santos y Reriston de Souza Martins

Andes, Antropología e Historia. Vol. 36, N° 2, Julio - Diciembre 2025, pp. 234-274 | ISSN N° 1668-8090

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL: A PRESENÇA DAS DEPUTADAS FEDERAIS BRASILEIRAS NO X

POLITICAL PERFORMANCE ON SOCIAL MEDIA:
THE PRESENCE OF BRAZILIAN FEMALE MPs ON X

PERFORMANCE POLÍTICA EN LAS REDES SOCIALES:
LA PRESENCIA DE LAS DIPUTADAS BRASILEÑAS EN X

Cristiane Brum Bernardes

Professora do Mestrado Profissional em Poder Legislativo da Câmara dos Deputados,
Observatório Nacional da Mulher na Política (ONMP), Brasil,
cristiane.bernardes@camara.leg.br.

Giulia Sbaraini Fontes

Doutora em Ciência Política (UFPR), Università Degli Studi di Milano, Itália,
giuliasfontes@gmail.com.

Gabrielly Leticya Lopes dos Santos

Bacharel em Ciência Política (UDF), Senado Federal, Brasil,
gabrielly.leticya@gmail.com.

Reriston de Souza Martins

Bacharel em Sociologia (UnB), Ministério da Igualdade Racial, Brasil,
reristonmartins6@gmail.com.

Fecha de ingreso: 28/11/2024 - Fecha de aceptación: 23/09/2025

Resumo

Tendo em vista a crescente importância das redes sociais digitais na comunicação entre representantes políticos e seus eleitores, esta pesquisa analisa como as deputadas federais brasileiras usam o X para tratar de questões relacionadas a gênero. Realizamos

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

uma etnografia digital dos perfis de oito parlamentares da 56ª legislatura da Câmara dos Deputados, sendo quatro de direita (Carla Zambelli, Bia Kicis, Caroline de Toni e Joice Hasselmann) e quatro de esquerda (Gleisi Hoffmann, Jandira Feghali, Sâmia Bomfim e Luiza Erundina). O acompanhamento dos perfis ocorreu entre março e novembro de 2022, com a seleção de 249 postagens que tratavam de questões relacionadas a gênero. A análise revelou que os diversos tipos de violência sofridos pelas mulheres e as eleições presidenciais receberam mais atenção das parlamentares. Os resultados permitem identificar diferenças de comportamento online a depender do perfil ideológico das deputadas.

Palavras-chave: Performance Política Digital; Uso parlamentar de mídias sociais; X; Gênero e política; Câmara dos Deputados.

Abstract

Considering the growing relevance of social media in the communication between political representatives and their voters, this article examines how Brazilian female MPs use X to address gender-related issues. For this purpose, we carry out a digital ethnography of the profiles of eight MPs from the 56th legislature – four right-wingers (Carla Zambelli, Bia Kicis, Caroline de Toni e Joice Hasselmann) and four left-wingers (Gleisi Hoffmann, Jandira Feghali, Sâmia Bomfim e Luiza Erundina). The profiles were monitored between March and November 2022, resulting in the selection of 249 posts dealing with topics related to women. The analysis revealed that the several types of violence against women and the elections received more attention from the parliamentarians. The results also point to different online behaviors depending on the MPs' ideological profile.

Keywords: Digital political performance; Parliamentarians and Social Media; X; Gender and Politics; Brazilian Chamber of Deputies.

Resumen

Considerando la creciente importancia de las redes sociales digitales en la comunicación entre los representantes políticos y sus electores, esta investigación analiza cómo las diputadas federales brasileñas utilizan X para abordar temas relacionados a género. Con este fin, realizamos una etnografía digital de los perfiles de ocho parlamentarias de la 56ª legislatura de la Cámara de Diputados – cuatro de derecha (Carla Zambelli, Bia Kicis, Caroline de Toni y Joice Hasselmann) y cuatro de izquierda (Gleisi Hoffmann, Jandira Feghali, Sâmia Bomfim y Luiza Erundina). Los perfiles fueron monitoreados entre marzo y

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

noviembre de 2022, con la selección de 249 tweets que trataban temas relacionados a género. El análisis reveló que los diversos tipos de violencia que sufren las mujeres y las elecciones reciben más atención por parte de las diputadas. Los resultados permiten identificar diferencias en el comportamiento en línea según el perfil ideológico de las representantes.

Palabras clave: Performance Política Digital; Uso parlamentario de las redes sociales; X; Género y política; Cámara de los Diputados.

Introdução

As plataformas de mídias sociais têm sido usadas de forma intensa pelos atores políticos brasileiros para entrar em contato com os cidadãos desde, pelo menos, a campanha eleitoral de 2014 (Almeida, Pereira, Ferreira e Quintão, 2020; Barros, Bernardes, Faria e Busanello, 2021a; Bernardes, 2021; Marques, Aquino e Miola, 2014). Na contemporaneidade, espaços físicos e digitais de debate e disseminação de conteúdos se sobrepõem no campo político, sendo utilizados para comunicar opiniões, realizar ações, disseminar discursos, divulgar decisões, angariar apoios e estabelecer identidades e relações políticas.

As eleições brasileiras de 2018 foram, por seu turno, um marco na discussão sobre o uso de mídias sociais em campanhas, por terem mostrado que candidaturas de novatos, com pouco tempo no Horário Eleitoral Gratuito e menos financiamento, poderiam ser viáveis (Cesarino, 2020). Também foi naquele ano que as mulheres conseguiram um aumento de 50% nas cadeiras ocupadas na Câmara dos Deputados, fator que se conecta com a entrada de outsiders, mas também revela as mudanças promovidas no financiamento das campanhas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). No começo da 56ª Legislatura (2019-2023), portanto, a atenção da mídia e dos pesquisadores voltou-se para a prática de parlamentares de distintos partidos e correntes ideológicas que tiravam fotos e selfies e realizavam transmissões ao vivo diretamente da Câmara dos Deputados. Em tais transmissões, analisadas a partir do conceito de *egocasting* por Barros et al. (2021a), os parlamentares dirigem-se aos eleitores e seguidores, agradecem pela confiança, reforçam as temáticas que os conduziram até o Congresso Nacional e explicam o funcionamento da instituição e do processo legislativo, dado também encontrado na pesquisa de Sousa (2020). Nessas ocasiões, é como se os eleitores estivessem presentes no plenário, tamanha a aproximação entre representantes e representados.

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Nesse contexto, ganha proeminência na esfera pública o conceito de “*autenticidade performativa*” (Enli, 2015; Enli e Rosenberg, 2018), segundo o qual um político não precisa necessariamente dizer a verdade para ser considerado honesto e autêntico pelo público. Para isso, basta que ele tenha uma performance que pareça espontânea, cotidiana, íntima, consistente e amadora, especialmente em suas aparições nas mídias sociais (Enli e Rosenberg, 2018: 3). Segundo o estudo das autoras com o público que consome informação política, é nas mídias sociais que os políticos parecem atuar de forma mais autêntica, seja porque o conteúdo nelas é produzido por eles mesmos, seja porque as opiniões disseminadas contam com o endosso de amigos e familiares dos usuários (Enli e Rosenberg, 2018: 4).

Em relação às parlamentares mulheres, foco deste estudo, é importante avaliar como elas constroem suas performances públicas em espaços institucionais e nas mídias sociais, assunto de estudos anteriores (Bernardes, 2023; Sarmento, Bernardes e Fontes, 2023). Como usam discursos públicos e reivindicações de representação para performar essa autenticidade que parece ser uma exigência contemporânea? Rai e Spary (2019) argumentam, ao analisar a atuação das deputadas indianas, que as plataformas são espaços dinâmicos para a performance pública da representação política. Para as autoras, as mídias sociais são uma importante arena de visibilidade e um espaço de feedback sobre o conteúdo produzido pelos atores políticos.

Em uma perspectiva da representação como performance pública (Saward, 2006; 2014; Rai, 2017), a reivindicação representativa é a principal atividade dos políticos eleitos. Para Saward, a representação é performática, num sentido teatral, o que significa que é feita e precisa ser mostrada para se realizar. Assim, a representação política sempre se realiza num sentido discursivo, pois é o discurso que estabelece ou contribui para sua existência (2014: 725). O autor afirma ainda que a representação é constituída pelas práticas dos atores políticos, sendo variável, dinâmica, contingente, cultural e estética, o que significa que a representação é produzida a partir da performance de determinadas posições que são ocupadas pelos representantes e mostradas aos representados (Saward, 2014: 725-726).

Assim como Saward e Rai e Spary, também Vergè e Pastor (2018) adotam uma perspectiva da representação como performance pública. Para as autoras, uma mulher que ocupa um cargo político tradicionalmente associado a um perfil masculino introduz mudanças simbólicas significativas no campo político, invertendo percepções tradicionais sobre as habilidades e características necessárias para o exercício dessa atividade. Nesse sentido, a representação política nunca pode ser analisada apenas sob um viés descritivo ou substantivo, mas

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

precisa levar em conta a dimensão simbólica da atividade política, especialmente quando envolve as minorias políticas (Vergé e Pastor; 2018; Vergè, 2022).

Considerando a especificidade da etnografia em incorporar uma abordagem teórica, concordamos com Rai e Spary (2019) quando afirmam que o Parlamento é uma instituição ao mesmo tempo funcional e simbólica, inserida em redes de poder — o que torna impossível abordar a representação política de modo meramente descritivo. Como destaca Saward (2006), as legislaturas fazem parte do contexto político de cada sociedade, e a representação é uma relação dinâmica e precária, sujeita às transformações sociais, econômicas e culturais que afetam as comunidades e seus membros. Por isso, é necessária uma visão mais abrangente dos parlamentos, dos políticos e de suas relações para entender o que a representação política significa em uma sociedade específica.

Atuando como verdadeiros articuladores de identidades coletivas (performers) e produtores de informações, versões e opiniões sobre os fatos cotidianos da política, os atores políticos passam a incorporar algumas das funções anteriormente desempenhadas pela imprensa, especialmente em contextos locais nos quais os grandes veículos não atuam (Thorson, Medeiros, Cotter, Chen, Rodgers, Bae e Baykaldi, 2020). Nesse sentido, a descentralização da produção informativa sobre a política e a personalização da comunicação política em geral (Bennet, 2012) reforçam as tendências identificadas por Barros et al. (2021a: 8) de “*individualização do mandato e de desinstitucionalização das atividades políticas*”.

Com a multiplicação dos estudos sobre as mídias sociais (Enli e Skogerbo, 2013; Bossetta, 2018), uma tendência recente das pesquisas tem sido abordar questões relacionadas ao discurso de ódio (Fuchs e Schäfer, 2020; Southern e Harmer, 2021; Unkel e Kumpel, 2022) e à desinformação (Almeida, 2018; Cesarino, 2020; Nemer, 2021), especialmente durante a pandemia de Covid-19. Segundo tais perspectivas, o contexto de extrema personalização da comunicação política facilita a disseminação de *fake news*, especialmente por meio de aplicativos de mensagens (Almeida, 2018; Cesarino, 2020; Nemer, 2021).

No caso do X – que, até 2023, se chamava Twitter –, plataforma na qual se concentra este estudo, Rossetto (2018) ressalta que seu uso serve para comunicação com os prováveis eleitores e manutenção de relações sociais com os demais atores políticos, já que o microblog se mostra menos eficiente como canal para discutir questões políticas e trocar argumentos. Em estudo anterior, a autora e seus colegas ponderavam que o grau de influência dos tweets políticos sobre a visão política dos seguidores e a produção de uma imagem pública conveniente aos seus interesses eram questões em aberto (Rossetto, Carreiro e Almada, 2013).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Segundo Leidig e Bayarri (2022), o X é a plataforma onde circula o conteúdo político de fato, e não apenas o conteúdo de caráter mais pessoal e personalizado comum nas demais redes sociais digitais, sendo o ambiente de escolha dos políticos (Van Vliet, Törnberg e Uitermark, 2020). Já Bernardes afirma que *“o Twitter [X], portanto, cumpre uma função de amplificação das mensagens oficiais que outros veículos não conseguem mais fazer, em um ambiente de competição constante pela atenção dos usuários”* (2020:16). O levantamento Twiplomacy (Burson, Cohn e Wolfe, 2018), por exemplo, demonstra que os governos e líderes fazem uso da ferramenta por acharem cada vez mais difícil terem suas mensagens ouvidas pela população. Uma das estratégias usadas nos perfis oficiais é marcar em imagens outros usuários que têm interesse no tema e que podem replicar o conteúdo (Bernardes, 2020).

Sabemos que as parlamentares utilizam de forma cotidiana Facebook, Instagram, Youtube, X e TikTok, além de fazerem uso constante de WhatsApp, Telegram e LinkedIn em sua comunicação com os cidadãos, dentro do fenômeno conhecido como *“mandatos digitais”* (Barros et al., 2021a, 2021b). Segundo os autores, o mandato digital consiste *“no uso de um conjunto de plataformas e ferramentas digitais para os parlamentares se comunicarem de forma direta e customizada com suas bases eleitorais, seus apoiadores e seguidores”* (Barros et al., 2021a: 9). No contexto parlamentar, portanto, as equipes de assessoria adotam estratégias complementares e segmentadas de gestão da comunicação por meio das plataformas, voltadas para públicos específicos. Por meio das mídias sociais, os eleitores conseguem acompanhar suas atividades dentro e fora do Parlamento. Contudo, como enfatizam Unkel e Kampel, *“enquanto alguns políticos fazem uso regular de algumas ferramentas interativas nas plataformas de mídias sociais, a maioria tende a focar na disseminação de informação, menos interessada em um engajamento com o público”* (2020: 2).

A partir desse referencial teórico, o objetivo deste estudo é analisar qualitativamente a atuação de deputadas federais da 56ª legislatura (2019-2023) da Câmara dos Deputados brasileira no X. Para isso, selecionamos oito perfis, de quatro deputadas alinhadas à direita e quatro alinhadas à esquerda (Bolognesi, Ribeiro e Codato, 2023), todas com forte presença nas plataformas, para verificar como elas mobilizam os temas relacionados a pautas tradicionalmente associada às mulheres.

Este artigo é um recorte da pesquisa sobre a Bancada Feminina da Câmara dos Deputados realizada no âmbito do Grupo de Pesquisa *“Etnografia Global Comparada de Paramentos, Políticos e Cidadãos: representação, relacionamentos*

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

e rupturas” (EOPPP)¹, do qual os autores fizeram parte. Em relação às mulheres, estudos anteriores indicam que elas têm menos acesso à mídia tradicional e até recentemente tinham menos impacto no X do que os homens (Marques et al. 2014; Usher, Holcomb e Littman, 2018), mas estão cada vez mais usando as mídias sociais para se tornarem influentes (Lopez, Vidal e Coelho, 2016; Yarchi e Samuel-Azran, 2018). Ao pesquisar o uso de mídias sociais pelos deputados estaduais norte-americanos, Cook (2017) revela que as mulheres são usuárias mais frequentes, ainda que postem em menor quantidade do que seus colegas homens. Movimento similar foi detectado por González e Ferré-Pavia (2023) na Colômbia, onde as mídias sociais são percebidas pelas parlamentares mulheres como alternativas à mídia tradicional para o contato com os cidadãos.

As autoras apontam, contudo, que a variável gênero não está relacionada a diferenças no uso do Twitter. González e Ferré-Pavia (2023) argumentam que a chave para compreender a desigualdade entre políticos na rede social é a ideologia, uma vez que mulheres conservadoras e mais à direita têm mais sucesso na rede social do que as de centro ou esquerda. Em estudo anterior deste grupo, contudo, encontramos resultados que desafiam essa percepção (Bernardes e Fontes, 2024). Mencionaremos esses dados mais adiantes, na análise dos resultados.

No próximo item vamos detalhar a metodologia da investigação, para passarmos à análise dos dados no item seguinte. Na conclusão, destacamos os principais resultados da pesquisa e apontamos possíveis desdobramentos do estudo.

Considerações Metodológicas

O panorama de digitalização da vida social vivenciado no século XXI estimulou estudos sobre práticas culturais e políticas em ambientes digitais (Hine, 2005; Postill e Pink, 2012; Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis e Tacchi, 2015). Em boa parte dessas pesquisas, a sociabilidade contemporânea e as práticas sociais dos cidadãos nesses espaços são analisadas em profundidade, por meio de observações-participantes e etnografias. Tais espaços sociais constituem um campo de pesquisa específico, pois a própria internet já é considerada

¹ A pesquisa “Etnografia Global Comparada de Parlamentos, Políticos e Cidadãos” foi realizada entre os anos de 2019 e 2024, sob coordenação de Emma Crewe, e recebeu financiamento do Conselho Europeu de Investigação (Research European Council) no âmbito do programa de investigação e inovação Horizons 2020 da União Europeia (Número do contrato: 8349986).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

um contexto cultural (Hine, 2005). Assim, as mídias sociais são um espaço de interação e discurso público, ainda que organizadas segundo a lógica comercial das plataformas mantidas por grandes conglomerados empresariais.

Para a realização deste estudo, dois pesquisadores acompanharam sistematicamente, entre os meses de março e novembro de 2022, as contas no X (ex-Twitter) das 77 deputadas federais mulheres que exerceram a legislatura de 2019 a 2022. Os dois pesquisadores seguiram todos os perfis das deputadas em diferentes plataformas, tomando notas sobre aspectos que chamaram a sua atenção nas postagens enquanto cidadãos. Essas observações foram compartilhadas em uma série de reuniões de debate com as duas pesquisadoras responsáveis pela análise. A partir desse primeiro monitoramento, devido a limitações de espaço e do processamento qualitativo das informações, foram selecionados oito perfis para a realização de uma etnografia digital (Hine, 2005; Murthy, 2008; Postill e Pink, 2012; Pink et al., 2015; Varis, 2015; Ferraz, 2019), cujos resultados são apresentados neste artigo.

O diálogo contínuo entre os pesquisadores fez com que passássemos a seguir de forma sistemática os oito perfis escolhidos para uma análise detalhada. A escrita das notas de campo pelos pesquisadores durante todo o tempo da observação foi essencial para definir os critérios de escolha das parlamentares observadas – alcance dos perfis e posicionamento ideológico – e também para dar sentido aos processos em observação, delimitando o que seria analisado. Um dos desafios da observação de práticas comunicativas digitais é exatamente a definição dos limites empíricos do campo, uma vez que territórios e temporalidades não estão mais fisicamente definidos (Markham, 2020). Por isso, a troca de impressões e percepções individuais e coletivas sobre as atuações políticas e o conteúdo das postagens foi outra prática metodológica importante para o grupo, processo inerente à etnografia colaborativa (Bernardes, Cornwall, Crewe e Hoyler, 2025).

A coleta dos dados, portanto, foi feita a partir de uma perspectiva de observação etnográfica do ambiente digital utilizada na pesquisa social e identificada na literatura como *lurking* (Airoidi, 2018; Dalsgaard, 2016; Orgad, 2005; Sanders, 2005). A técnica consiste em ocupar o posto de observadores invisíveis, isto é, com o mínimo de interação possível com os perfis ou páginas observados. Durante o período de observação, nenhum dos pesquisadores publicou comentários, compartilhamentos ou respostas às postagens. O grupo também levou em conta questões éticas referentes a este tipo de abordagem, sem expor comentários dos cidadãos.

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

A proliferação das plataformas de mídias sociais e a quantidade massiva de dados que nelas se produzem coloca desafios metodológicos importantes para a pesquisa qualitativa. No caso deste estudo, ao contrário de uma etnografia tradicional, a posição dos pesquisadores em relação aos informantes não é próxima o bastante para o estabelecimento de um relacionamento sujeito a constrangimentos ou interações recíprocas. Ao extremo, é possível dizer que a presença dos pesquisadores sequer foi notada pelos informantes no ambiente digital. O fato de esses perfis serem públicos e pertencentes a integrantes do Poder Legislativo, isto é, elites políticas, cria condições para sua observação que não seriam possíveis caso elas fossem cidadãs comuns, sem mandato eletivo.

Durante o processo, foi interessante perceber as nuances de produção de imagem das parlamentares, o que levou a equipe a fazer comparações e aprofundar a percepção de diferentes perfis de atuação política, detalhados na apresentação dos dados. A observação cotidiana dos perfis permitiu ainda perceber as diferentes estratégias mobilizadas pelas deputadas para construção das identidades e laços com cidadãos. Conforme apontam Peirano (2014) e Varis (2015), a etnografia é uma perspectiva epistemológica, não apenas um método de estudo de uma realidade social ou, no caso da etnografia digital, um método de coleta de dados das mídias sociais. Trata-se, assim, de um ponto de vista epistemológico sobre o ambiente digital (Varis, 2015).

Em relação à etnografia digital, Postill e Pink (2012) apontam que as práticas diárias do etnógrafo digital são compostas por diferentes ações, tais como atualizar-se, compartilhar, explorar, interagir e arquivar: *“Não se trata de uma experiência “virtual”, por assim dizer, mas de uma vivência prática e cotidiana”* (Postill; Pink, 2012: 5-6). Nesse sentido, as maiores dificuldades de aplicação da etnografia digital residem 1) na desconexão entre as noções tradicionais de participação e as novas formas de interação tornadas possíveis nas mídias digitais e 2) na falta de interação presencial e ausência de uma noção tradicional de lugar (Abidin e Seta, 2020: 9). Como também aponta Markham (2020), a participação no ambiente digital pode se dar de formas variadas, o que inclui a observação sem uma participação ativa, conhecida como lurking.

Obviamente, a questão do observador à espreita, isto é, do lurker, suscita muitas dúvidas éticas e até mesmo o questionamento se isso seria etnografia, uma vez que os informantes não se comportam da mesma forma que em uma etnografia clássica, porque não sabem que estão sendo observados. Enquanto alguns pesquisadores idealizam a técnica, exatamente porque se aproximaria da situação natural com a observação invisível, Seta (2020) comenta que o status de participante do lurker é algo interessante de observar, porque seria, na verdade,

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

a atitude clássica de um etnógrafo ao chegar ao campo: observar atentamente as regras da comunidade antes de interagir com ela. Ocorre que essa fronteira parece ser muito mais fluida do que imaginamos no ambiente digital (Seta, 2020: 86), pois espreitar é apenas um modo de participar do campo, juntamente com outras tantas possibilidades como ignorar, ler, curtir, comentar, compartilhar, editar, conectar, etc.

A questão da participação na pesquisa digital, portanto, é bastante aguda, porque boa parte das atividades realizadas pelos pesquisadores consiste em leitura e recepção de conteúdos de outros usuários. Além disso, a interação digital permite que o etnógrafo permaneça conectado à comunidade mesmo à distância, sem uma presença física. Concordamos com as autoras sobre um ponto: a questão das formas de participação, mais do que uma decisão metodológica, se torna a preocupação central da etnografia digital, pois há uma infinidade de modos de participar possíveis para pesquisadores e para informantes, por meio das dinâmicas sociais e das possibilidades técnicas (Abidin e Seta, 2020; Markham, 2020; Seta, 2020). Incluída aí a perspectiva da etnografia digital que adotamos nesta pesquisa.

De qualquer forma, o lugar ocupado pelos pesquisadores neste estudo é bastante similar ao dos cidadãos e eleitores, integrantes de uma comunidade política que entram em contato com suas representantes apenas por meio das mídias sociais. Em vários momentos da pesquisa, aliás, os pesquisadores trocaram impressões subjetivas sobre as postagens e expressaram sentimentos que foram despertados por esses conteúdos, de forma colaborativa. As performances políticas construídas nas mídias sociais das deputadas foram analisadas a partir do olhar de cidadãos brasileiros, de diferentes estados e origens sociais, com diferentes posições ideológicas.

Os perfis foram selecionados de acordo com dois critérios: maior número de seguidores e posicionamento da parlamentar no espectro político. Assim, foram escolhidos quatro perfis de deputadas vinculadas a partidos posicionados mais à esquerda – todos de oposição ao governo na 56ª Legislatura – e quatro de agremiações mais à direita (Bolognesi, Ribeiro e Codato, 2023), apoiadoras do governo à época, conforme consta na Tabela 1. O número de seguidores de cada perfil no X foi coletado em 2 de novembro de 2022, mas as contas já vinham sendo observadas desde março.

Tabela 1. Dados dos oito perfis de X selecionados para análise

Deputada	Número de seguidores em novembro/2022
Carla Zambelli (PL-SP)	2.182.650
Bia Kicis (PL-DF)	1.627.119
Gleisi Hoffmann (PT-PR)	1.043.952
Jandira Feghali (PCdoB-RJ)	615.957
Caroline de Toni (PL-SC)	612.441
Sâmia Bomfim (PSOL-SP)	560.072
Luiza Erundina (PSOL-SP)	412.180
Joice Hasselmann (PSDB-SP)	376.860

Fonte: Os autores (2024).

Todas as deputadas mantinham o perfil ativo no X quando a coleta dos dados foi finalizada, em novembro de 2022, à exceção de Carla Zambelli, que teve a conta suspensa no mesmo mês por uma decisão do Tribunal Superior Eleitoral². Cabe destacar, ainda, que o recorte temporal da análise compreende o período da campanha eleitoral para as eleições gerais de 2022, mas se estende para além dele, abrangendo meses anteriores e um mês e meio depois das eleições. Todas as parlamentares que tiveram os perfis analisados disputaram a reeleição. Apenas Joice Hasselmann não se reelegeu (Tabela 2).

² Ver <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/11/01/zambelli-twitter-conta-suspensa.htm>.

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Tabela 2. Votação das deputadas selecionadas para a pesquisa nas eleições de 2022 e 2018

Deputada	Número de votos em 2022	Número de votos em 2018
Carla Zambelli	946.244	76.306
Gleisi Hoffmann	261.247	212.513
Caroline de Toni	227.632	109.363
Sâmia Bomfim	226.187	249.887
Bia Kicis	214.733	86.415
Luiza Erundina	113.983	176.883
Jandira Feghali	84.054	71.646
Joice Hasselmann	13.679	1.064.047

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (2018; 2022).

Em relação ao posicionamento ideológico das parlamentares selecionadas, três delas pertenciam ao PL, partido do ex-presidente Bolsonaro à época do estudo, e se identificavam como bolsonaristas: Carla Zambelli, Caroline de Toni e Bia Kicis. Importante destacar que usamos a classificação do espectro ideológico partidário proposta por Bolognesi, Ribeiro e Codato (2023), em estudo feito antes da fusão entre PSL e PR para criação do PL. De qualquer forma, ambas as agremiações foram classificadas à direita pelos autores, ainda que alguns autores apontem que a ala bolsonarista do PL poderia ser identificada como extrema-direita. Joice Hasselmann, filiada ao PSDB, começou a 56ª legislatura como apoiadora do Bolsonarismo, porém, rompeu com a base do governo e no ano de 2022 era crítica do ex-presidente, o que provavelmente influenciou em sua não reeleição. Mesmo fora da base do governo, sua posição continuou identificada com o espectro da direita, onde se localiza o PSDB na classificação adotada neste estudo.

Por sua vez, as parlamentares de esquerda eram filiadas aos três principais partidos da oposição à época do estudo: PT, PCdoB e PSOL. Entre as legendas com presença na Câmara dos Deputados, são estas que se encontram mais à esquerda no espectro político, ainda que a classificação de Bolognesi, Ribeiro e Codato (2023) coloque PT e PCdoB na esquerda e o PSOL na faixa denominada pelos autores de extrema-esquerda. Do ponto de vista da discussão de gênero e das

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

pautas da Bancada Feminina, contudo, os posicionamentos de Gleisi Hoffmann, Luiza Erundina, Sâmia Bomfim e Jandira Feghali são razoavelmente próximos e apontam para temas e perspectivas caras ao feminismo tradicional. Por isso, optamos por classificar as deputadas apenas entre esquerda e direita, sem enfatizar as possíveis gradações de posicionamento que possam existir entre elas.

O percurso etnográfico realizado pelos pesquisadores buscou identificar postagens relacionadas a questões de gênero, a partir de termos relacionados semanticamente com o tema (gênero, mulher(es) e violência) e fatos que causaram repercussão entre as parlamentares no período, pois observamos que tais acontecimentos motivavam o diálogo entre as parlamentares e seus seguidores, bem como a conversa delas com outros atores políticos. De forma geral, observou-se, ainda, a temática preferencial e algumas características específicas de cada um dos perfis, conforme os dados apresentados na próxima seção. A criação das categorias de análise foi feita de forma conjunta, a partir da discussão sobre as observações realizadas pelo grupo, sempre em uma perspectiva da etnografia colaborativa (Bernardes, Cornwall, Crewe e Hoyler, 2025).

Resultados e Análise dos Dados

A utilização das mídias sociais em campanhas eleitorais vem sendo tema de pesquisas na área de Comunicação e Política antes mesmo de 2014 (Braga, 2013; Marques et al. 2014; Braga e Carlomagno, 2018; Almeida et al. 2020), quando Facebook e X começaram a ser usados de forma intensiva durante os pleitos. Mais recentemente, os estudos mostram que a comunicação política deixou de ser focada apenas nos períodos eleitorais e tornou-se permanente e continuada (Mitozo, Massuchin e Carvalho, 2017; Murta, Ituassu, Capone, Leo e La Rovere, 2017; Almeida, 2018; Nemer, 2021), distendendo o chamado “tempo da política” (Palmeira, 1996; Palmeira e Barreira, 2004) para o período do mandato eletivo, i.e., entre as eleições.

A comunicação política das parlamentares consolida-se, portanto, como uma atividade permanente de engajamento, interação, prestação de contas e debate com os eleitores por meio das mídias sociais (Barros et al., 2021a; 2021b). Os dados obtidos na presente pesquisa reforçam esse diagnóstico: observando os perfis, a sensação é de que as deputadas estão em uma campanha eleitoral permanente. Por outro lado, é inegável que as práticas de comunicação realizadas por elas no ambiente digital tornam as atividades políticas mais visíveis e mais permeáveis à instância cidadã, abrindo espaço para um contato mais próximo entre representantes e representados.

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Durante a observação, também percebemos, como os símbolos podem criar significados e transformar os imaginários sociais que condicionam os espaços políticos (Vergè, 2022). Enquadrar a política como uma atividade simbólica revela uma construção da representação que pode desafiar práticas políticas hegemônicas, permitindo perceber a *“relação mútua entre as perspectivas descritiva, substantiva e simbólica da representação”* (Vergè, 2022: 20). **Para minorias políticas**, como as mulheres, esse potencial é ainda maior, já que sua presença no Parlamento introduz um elemento disruptivo no campo político. Afinal, a inclusão das mulheres no campo político não apenas altera as posições dos atores, mas também tem o potencial de influenciar os critérios de produção do capital político e a abordagem discursiva da política (Bourdieu, 2005). Assim, a escolha dos temas e a linguagem adotada nas postagens também pode desafiar ou concordar com os estereótipos de gênero e com posições tradicionalmente identificadas como próprias das mulheres.

Durante o processo de observação foram identificadas 249 postagens das oito deputadas selecionadas que se relacionam a questões ou temáticas de gênero (Tabela 3), com a presença dos termos descritos na seção metodológica.

Tabela 3. Número de posts analisados por deputada

Deputada	Número de posts
Sâmia Bomfim	77
Jandira Feghali	49
Gleisi Hoffmann	36
Luiza Erundina	27
Joice Hasselmann	22
Carla Zambelli	4
Bia Kicis	18
Caroline de Toni	16
Total	249

Fonte: Os autores (2024).

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Entre as questões abordadas por elas nos perfis, destacam-se problemas clássicos das mulheres identificados pela literatura feminista e tematizados pela Bancada Feminina da Câmara dos Deputados, como a violência doméstica ou política e a ampliação da representação políticas das mulheres (Mano, 2020), que totalizaram mais da metade das postagens analisadas, conforme os dados apresentados na Tabela 4. Contudo, também aparece de forma relevante a permanente polêmica sobre o aborto, além de novas questões surgidas no contexto de polarização entre a esquerda e o neoconservadorismo (Biroli, Machado e Vaggione, 2020; Dietze e Roth, 2020; Lacerda, 2019), tais como o debate sobre a ideologia de gênero, a adoção de linguagem neutra nas escolas ou o *homeschooling*. A partir da identificação de posts relacionados a questões de gênero, as publicações foram classificadas de acordo com os temas abordados (Tabela 4). A categorização foi exclusiva, ou seja, um post poderia ser incluído apenas em uma categoria.

Tabela 4. Tema dos posts selecionados.

	Sâmia Bomfim	Jandira Feghali	Gleisi Hoffmann	Luiza Erundina	Joice Hasselmann	Carla Zambelli	Bia Kicis	Carol de Toni	Total
Violência contra a mulher	37 (48%)	32 (65%)	20 (56%)	12 (44%)	16 (73%)	0	6 (33%)	2 (13%)	125 (50,2%)
Eleições	22 (29%)	13 (27%)	9 (25%)	7 (26%)	3 (14%)	0	3 (17%)	11 (69%)	68 (27,3%)
Liderança feminina na política	1 (1%)	1 (2%)	4 (11%)	3 (11%)	2 (9%)	0	4 (22%)	0	15 (6%)
Atividade Parlamentar	8 (10%)	1 (2%)	0	3 (11%)	1 (5%)	1 (25%)	0	0	14 (5,6%)
Datas comemorativas	3 (4%)	2 (4%)	3 (8%)	1 (4%)	0	1 (25%)	2 (11%)	0	12 (4,8%)
Aborto	6 (8%)	0	0	1 (4%)	0	0	2 (11%)	1 (6%)	10 (4%)
Outros	0	0	0	0	0	2 (50%)	1 (6%)	2 (13%)	5 (2%)
Total	77 (100%)	49 (100%)	36 (100%)	27 (100%)	22 (100%)	4 (100%)	18 (100%)	16 (100%)	249 (100%)

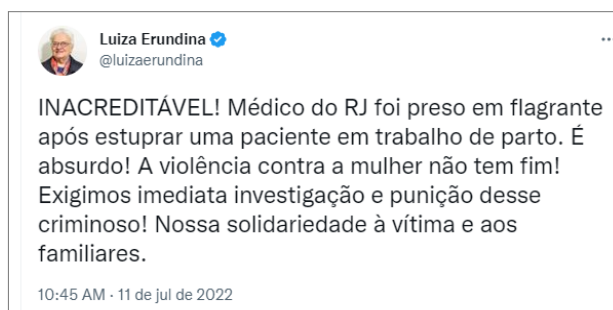
Fonte: Os autores (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Os temas tratados pelas parlamentares se relacionam com as pautas defendidas por elas, sempre enfocadas a partir de seu alinhamento ideológico, incluindo declarações públicas de repúdio a pessoas ou situações ou notas de solidariedade. Além disso, a reprodução de matérias jornalísticas foi recorrente para dar credibilidade, veracidade e legitimidade a informações compartilhadas pelas parlamentares, independentemente do posicionamento ideológico.

As postagens incluídas na categoria violência contra a mulher (125 ocorrências, ou 50,2%) foram segmentadas conforme tipos de violência. Foram identificados posts relacionados à Lei Maria da Penha, que trata de violência doméstica; ao feminicídio; e a episódios de violência política, física e psicológica contra mulheres. Das 125 postagens classificadas na categoria ampla de violência contra a mulher, 65 se referem a casos de violência física (Figura 1). Episódios de violência política vêm em seguida, com 40 casos, o que demonstra a importância que a pauta passa a ter no discurso público a partir da aprovação da Lei da Violência Política (Lei 14.192/2021).

Figura 1. Post da deputada Luiza Erundina sobre violência contra a mulher



Fonte: Reprodução/X (2024).

Os casos de violência política de gênero foram recorrentes ao longo da 56ª Legislatura e motivaram uma série de debates e proposições de autoria de parlamentares para enfrentá-los. Cerceamento da fala em comissões e no plenário (Figura 2), além de ameaças e assédio moral, também foram cometidos contra as deputadas. Irregularidades ou falta de repasses de verbas para campanhas femininas obtiveram destaque (Figura 3) por constituírem uma das formas de cometimento de violência política dentro dos partidos. A campanha eleitoral de 2022 foi marcada também pela violência política contra militantes, parlamentares e equipes envolvidas no pleito, o que motivou uma série de publicações das parlamentares.

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Figura 2. Post da deputada Sâmia Bomfim sobre violência política contra a mulher



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 3. Post da deputada Caroline de Toni sobre violência política contra a mulher



Fonte: Reprodução/X (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Em geral, as diferenças entre as postagens das deputadas de direita e esquerda vão além da crítica ou do apoio ao governo ou aos diferentes candidatos que disputaram a eleição presidencial em 2022, como mostram as publicações das figuras 2 e 3. Para além dessa óbvia discordância, percebe-se que as deputadas de esquerda são mais enfáticas em denunciar casos que atingem apoiadoras, candidatas de seus partidos e outras políticas. Além disso, elas geralmente nomeiam as situações como violência política de gênero, uma denominação que não é aceita por todas as parlamentares de direita. Em muitos casos, há uma dificuldade de admitir o diferencial da violência política em relação às mulheres, com a adoção de um discurso que normaliza agressões sofridas como se fossem inerentes ao jogo político (Bernardes, 2024).

Ao longo do percurso etnográfico foi possível notar que, nas publicações sobre violência das deputadas que analisamos para este estudo, alguns assuntos foram recorrentes e trouxeram algum consenso, apesar dos distintos alinhamentos ideológicos. Um dos casos em destaque foi o repúdio a falas sexistas proferidas pelo ex-deputado estadual Arthur do Val³ por ocasião de sua viagem à Ucrânia, no começo da guerra travada com a Rússia. A relevância do fato conciliou as visões das parlamentares de diferentes partidos em torno do ocorrido (Figuras 4 e 5), principalmente no sentido de condenar o político por sua atitude machista e indecorosa.

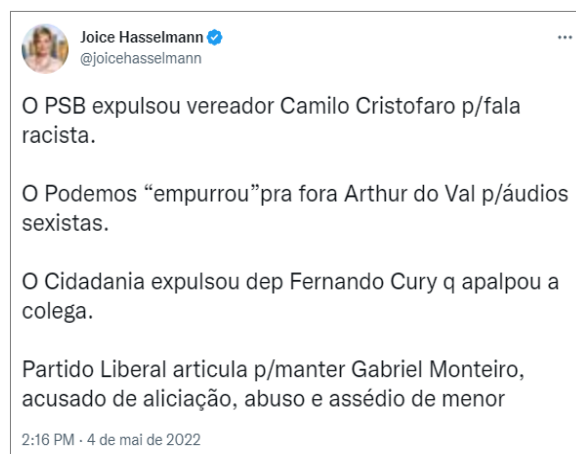
Figura 4. Post da deputada Jandira Feghali sobre o caso Arthur do Val



Fonte: Reprodução/X (2024).

³ Ver: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2022/noticia/2022/03/05/em-audios-arthur-do-val-disse-que-ucranianas-sao-faceis-porque-sao-pobres-ouca.ghtml>

Figura 5. Post da deputada Joice Hasselmann sobre casos de assédio cometidos por parlamentares



Fonte: Reprodução/X (2024).

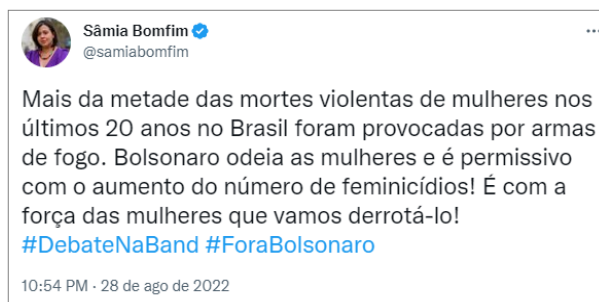
É razoável lembrar que dentro do campo político as mulheres precisam lutar constantemente para conseguir falar e manter a atenção dos ouvintes em contextos políticos (Bourdieu, 2010: 74), sendo frequentemente interrompidas ou subestimadas por homens que reproduzem esses comportamentos de forma inconsciente. Isso mina o direito das mulheres de participar do discurso público, obrigando-as a usar diversas estratégias para conquistar espaço e construir autoridade. A prevalência da violência política contra mulheres em parlamentos ao redor do mundo, e especialmente no Brasil, reforça essa luta, e também demonstra porque algumas optam por não denunciar as agressões ou por não trazerem o foco da violência política para seus perfis nas mídias sociais, uma vez que tal atitude pode gerar represálias e dificultar negociações, inclusive com seus colegas de partido.

Ainda sobre a categoria violência contra a mulher, é importante destacar as diferenças no posicionamento entre parlamentares de partidos de esquerda e de direita sobre armas de fogo. Nas postagens das parlamentares de esquerda sobre o tema, verifica-se uma tendência de repúdio ao uso indiscriminado de armas e a vinculação delas ao aumento da violência contra a mulher (Figura 6). Já as deputadas alinhadas à direita relacionam o fim da violência contra a mulher com a posse e o porte de armas, defendendo, ainda, medidas de ampliação das penas previstas para os crimes e outras ações das forças de segurança. A divulgação de notícias sobre mulheres que impediram o cometimento de crimes por estarem armadas (Figura 7), a sugestão de realização de cursos de tiro ou defesa pessoal e

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

até a divulgação de fotos das próprias parlamentares nos centros de treinamento de tiro (Figura 8) foram observadas com certa frequência ao longo da coleta.

Figura 6. Post da deputada Sâmia Bomfim sobre porte de armas



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 7. Post da deputada Carol de Toni sobre reação de mulher a atirador



Fonte: Reprodução/X (2024).

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Figura 8. Post da Deputada Bia Kicis portando arma de fogo

Fonte: Reprodução/X (2024).

A segunda temática mais mencionada ao longo da pesquisa envolveu as eleições. O período eleitoral foi de grande impacto no X das deputadas: 68 postagens (27,3%) trataram do tema. Todo o processo de pré-campanha e campanha das parlamentares que se candidataram à reeleição ou a outros cargos foi divulgado de forma ampla na plataforma. A segmentação das agendas, no que diz respeito a gênero, principalmente no caso das deputadas do campo da esquerda, foi muito presente. O conteúdo incluiu encontros direcionados para mulheres (Figura 9), comentários relacionando os debates eleitorais à temática de gênero (Figura 10), eventos com candidatos presidenciais (Figura 11) e trends das redes sociais (Figura 12).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Figura 9. Post da Deputada Sâmia Bomfim em mobilização de mulheres

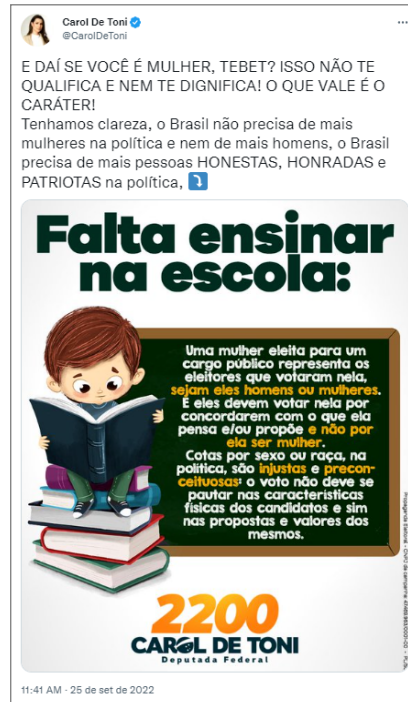


Fonte: Reprodução/X (2024).

Com relação à Figura 10, vale destacar que, apesar de estar classificada na categoria eleições, essa postagem também apresenta características da categoria outros, pela relação com a ideia de ideologia de gênero, que desvirtuaria o debate político das ideias para as características físicas dos concorrentes. É recorrente nas postagens da deputada um discurso mais polarizado em defesa da família e da meritocracia liberal em oposição à defesa de direitos de minorias políticas por meio das cotas, incluídas aí as mulheres (Bernardes, 2024). Já as Figuras 11 e 12 mostram como apoiadores e outros políticos foram mobilizados durante a campanha, chamando a atenção para pautas de interesse das mulheres e para a participação política das mulheres como um fator de legitimidade das candidaturas de homens.

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Figura 10. Post da Deputada Carol de Toni sobre fala de Simone Tebet



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 11. Post da Deputada Bia Kicis em coletiva de Jair Bolsonaro



Fonte: Reprodução/X (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Figura 12. Post da Deputada Luiza Erundina em trend das redes sociais



Fonte: Reprodução/X (2024).

No que se refere às trends, além do uso de imagens com conteúdos virais, também foram utilizados vídeos de outras redes, especialmente do TikTok, e republicados no X. Depois do primeiro turno, quase todas as parlamentares postaram agradecimentos pelos votos obtidos. A estética da campanha foi reaplicada nessas imagens, com o uso de cards.

Por sua vez, a categoria liderança feminina na política, com 15 postagens (6%), diz respeito a homenagens realizadas pelas parlamentares sobre conquistas históricas (Figura 13), experiências pessoais em postos de poder, especialmente institucionais (Figura 14), e também ao pioneirismo alcançado por mulheres em vários campos sociais. Em certo sentido, o pioneirismo das mulheres em posições de poder – incluídas aí as próprias deputadas – é usado como uma estratégia retórica de oposição às políticas afirmativas pelas deputadas de direita, dentro da estratégia do feminismo liberal mencionado por Solano, Rocha e Sendretti

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

(2023). Dentro desse discurso, o fato de as mulheres que ocupam postos de poder serem as primeiras a fazer isso não teria a ver com o gênero propriamente dito, mas com as habilidades excepcionais dessas pioneiras e com o fato de que há um desinteresse generalizado das mulheres em ocupar essas posições.

Figura 13. Post da Deputada Joice Hasselmann sobre vice-presidente da Colômbia



Fonte: Reprodução/X (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Figura 14. Post da Deputada Bia Kicis sobre fim de mandato na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania



Fonte: Reprodução/X (2024).

O X também foi utilizado como forma de divulgação da atividade parlamentar e para a prestação de contas sobre os mandatos, ainda que de forma menos preponderante no conjunto de postagens sobre a temática de gênero (5,6%). O rito das votações e apresentações de projetos (de autoria própria ou de outros parlamentares) direcionados para a temática de gênero (Figuras 15 e 16), a participação em audiências públicas nas comissões (Figura 17) e a repercussão da atuação parlamentar na casa legislativa como um todo (Figura 18) foram assuntos postados nas redes de forma mais simplificada, facilitando o entendimento dos processos legislativos.

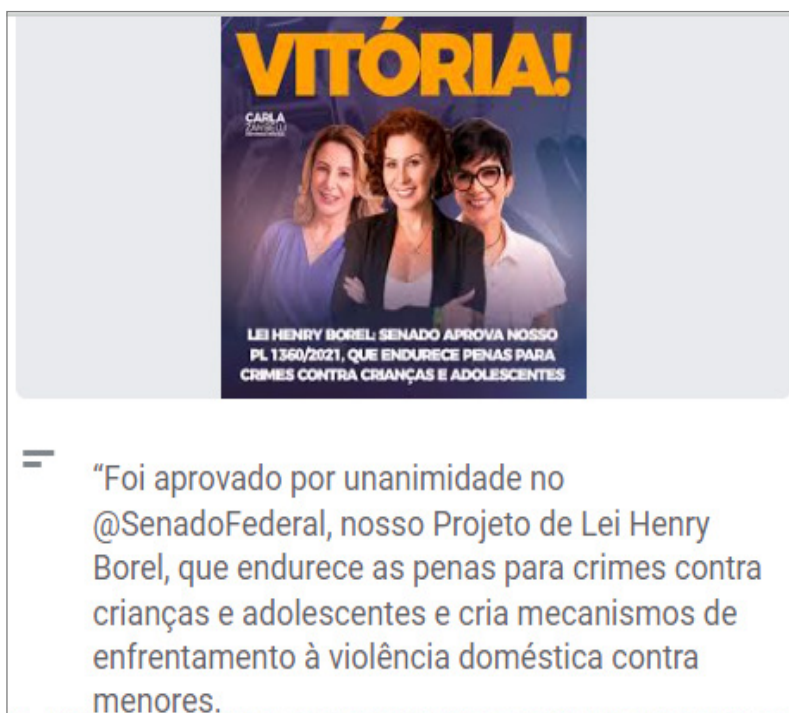
PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Figura 15. Post da Deputada Jandira Feghali sobre projeto aprovado no Senado Federal



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 16. Post da Deputada Carla Zambelli sobre aprovação de Projeto de Lei



Fonte: Reprodução/X (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Figura 17. Post da Deputada Luíza Erundina sobre Audiência Pública



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 18. Post da Deputada Sâmia Bomfim sobre repercussão de seu mandato



Fonte: Reprodução/X (2024).

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Figura 19. Post da Deputada Jandira Feghali sobre o Dia Internacional da Mulher



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 20. Post da Deputada Bia Kicis sobre o Dia Internacional da Mulher



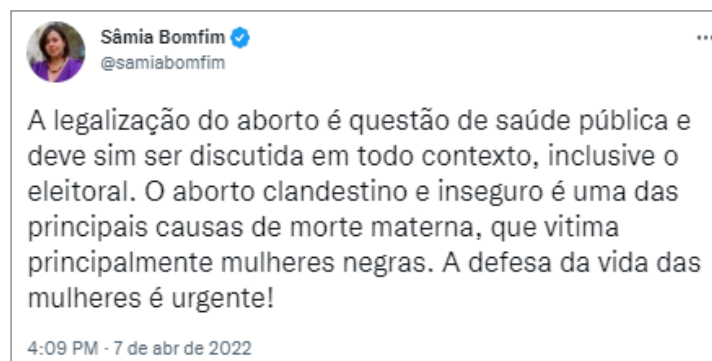
Fonte: Reprodução/X (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Em menor número (12 postagens, 4,8%) constam publicações relacionadas a datas comemorativas, como o Dia das Mães e o Dia Internacional da Mulher. As deputadas de esquerda utilizaram mais essas datas como oportunidades para dar relevância à pauta de gênero (Figura 19) e ressaltar aspectos das lutas feministas, com mais publicações sobre o tema do que as deputadas de direita (Figura 20).

Além disso, a análise tornou evidentes divergências temáticas entre as deputadas conforme seu posicionamento ideológico. Das dez publicações selecionadas sobre aborto (4%), seis eram da deputada Sâmia Bomfim, que traz a descriminalização da prática como uma pauta recorrente em sua atuação política. Para as parlamentares da esquerda se mostra visível a preocupação com a saúde pública (Figura 21) relacionada ao tema. Já as publicações das deputadas de direita sobre o assunto se referem majoritariamente à pauta de costumes, advogando pela defesa da família (Figura 22 e 23) e contra qualquer possibilidade de finalização da gravidez por vontade da gestante.

Figura 21. Post da Deputada Sâmia Bomfim sobre legalização do aborto



Fonte: Reprodução/X (2024).

Figura 22. Post da Deputada Carol de Toni sobre aborto nos EUA



Fonte: Reprodução/X (2024).

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Figura 23. Post da Deputada Bia Kicis sobre posicionamento do Brasil contrário ao aborto



Fonte: Reprodução/X (2024).

As publicações incluídas na categoria outros (2%) são de autoria de deputadas do campo da direita. Os posts não se encaixam em outras categorias nem apareceram nos outros perfis analisados. Divulgação de material publicitário sobre o Governo Federal e postagens relacionadas à expressão ideologia de gênero (Figura 24) estão neste grupo. Sobre esse último ponto, é interessante perceber que todas as referências feitas pela deputada Carol de Toni ao termo gênero são críticas, sempre com o uso do termo ideologia de gênero⁴, que ela afirma combater

⁴ Segundo Biroli, Machado e Vaggione (2020), a expressão começou a ser usada por intelectuais conservadores argentinos e estadunidenses em meados da década de 1990, passando a ser usada em um documento da Igreja Católica em 1998. A partir daí o termo ingressou no vocabulário político para se referir de forma ampla e crítica ao discurso feminista, considerando que o termo “gênero” seria uma invenção da esquerda, de caráter ideológico.

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

em sua atuação parlamentar. Isso está de acordo com as observações feitas por vários pesquisadores que apontam para a centralidade dessa expressão como um termo organizador da retórica dos políticos neoconservadores em vários países (Bernardes, 2025; Dietze e Roth, 2020; Kováts e Põim, 2015).

Figura 24. Post da Deputada Carol de Toni sobre ideologia de gênero



Fonte: Reprodução/X (2024).

A pesquisa, portanto, apontou divergências na abordagem de pautas relacionadas a gênero dependendo do posicionamento ideológico das deputadas. Nos perfis alinhados à esquerda houve segmentação dos temas principais, utilização dos recursos da plataforma e o uso constante da repercussão midiática para as suas publicações. Além disso, a quantidade de postagens foi bastante desigual entre as parlamentares. Dentre as 249 publicações analisadas, 75,9%

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

(189 postagens) pertenciam às deputadas de esquerda. Já as deputadas de direita comportaram-se de forma mais tímida em número de publicações acerca das temáticas de gênero, com apenas 60 publicações (24,1%) no período. Com o discurso polarizado por algumas parlamentares, as postagens foram pontuais e a construção de pautas para os seguidores foi realizada de forma menos coerente, com exceção de Carol de Toni, que seguiu uma linha consistente na defesa de seus posicionamentos contrários à pauta tradicional do feminismo, apesar das poucas publicações.

Comentários Finais

Este artigo examinou qualitativamente a atuação de deputadas federais brasileiras no X. Analisamos, por meio de uma etnografia digital, oito perfis de parlamentares mulheres na plataforma, sendo quatro alinhadas à direita (Carla Zambelli, Caroline de Toni, Bia Kicis e Joice Hasselmann) e quatro alinhadas à esquerda (Gleisi Hoffmann, Sâmia Bomfim, Luiza Erundina e Jandira Feghali). A intenção foi identificar postagens relacionadas a questões de gênero, temáticas preferenciais das parlamentares associadas a esse tema mais abrangente e características específicas de cada um dos perfis.

A pesquisa identificou 249 postagens relacionadas a questões de gênero realizadas entre março e novembro de 2022 por essas oito parlamentares. Por meio dos resultados foi possível identificar diferenças entre deputadas de esquerda e de direita no que diz respeito à abordagem de assuntos relacionados às mulheres nas redes sociais. De forma geral, enquanto parlamentares de esquerda abordam com mais frequência a questão da violência política de gênero e outros temas relacionados à pauta feminista, com o uso da palavra gênero em diferentes contextos, deputadas de direita postam pouco sobre esses temas e fazem uso da expressão ideologia de gênero para criticar os posicionamentos conectados às lutas de minorias políticas (Tabela 4).

Na sequência, classificamos as publicações de acordo com os temas que abordavam. A maior parte dos posts (50,2%) tratou de violência contra a mulher, incluindo agressões físicas, psicológicas e de natureza política. Interessante notar, nesse caso, como as deputadas de esquerda mobilizam o tema para denúncias de casos, mas o assunto também acabou sendo instrumentalizado pelas parlamentares para atacar adversários. A deputada Caroline de Toni, por exemplo, criticou a suposta falta de repasse de recursos para candidatos negros e mulheres por parte do PT nas eleições de 2022.

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

Também chama a atenção como um mesmo assunto pode originar posicionamentos opostos, a depender da identificação partidária e ideológica da parlamentar: enquanto deputadas de esquerda condenam o uso de armas de fogo, associando-o ao aumento da violência contra a mulher, deputadas de direita apontam que este seria um instrumento para defesa das próprias vítimas. Assim, os posts analisados, ainda que tratem sobre questões de gênero, refletem divergências mais amplas das parlamentares em relação a pautas mais abrangentes.

Os dados também demonstraram a centralidade do período eleitoral nas postagens das deputadas, o que era esperado considerando que o recorte temporal da coleta incluiu a campanha eleitoral e a própria realização do pleito. No entanto, nem sempre as postagens diziam respeito às campanhas das próprias deputadas, ainda que as cadeiras da Câmara estivessem em disputa. Ou seja, os resultados também apontam como representantes do Parlamento acabam envolvidas na campanha presidencial e participam ativamente das campanhas estaduais, ainda que estejam tratando de questões associadas às mulheres.

Este estudo, de caráter qualitativo e limitado a apenas uma plataforma de mídias sociais, traz resultados que auxiliam na compreensão dos processos de performance política de deputadas federais. Percebe-se que elas constroem identidades políticas adaptadas a diferentes segmentos sociais nas mídias sociais, especialmente a partir de posicionamentos ideológicos que demonstram as divergências que circundam a questão de gênero, conforme apontado em outros estudos (Bernardes, 2024; 2025; Bernardes e Fontes, 2024; Biroli, Machado e Vaggione, 2020; Dietze e Roth, 2020; Lacerda, 2019).

Um ponto importante reforçado pelos resultados é a disputa discursiva em torno de termos e pautas clássicas do feminismo, tais como igualdade de gênero, combate à violência e participação política das mulheres. Percebe-se que a divisão ideológica entre deputadas de esquerda e de direita está sendo reproduzida nas mídias sociais, ainda que a estratégia da direita seja dar menos visibilidade aos termos usados pela esquerda, centrando as postagens em pautas que não necessariamente têm a ver com assuntos considerados de mulheres. De qualquer forma, mais estudos são necessários para compreender as disputas e tensões que se estabelecem entre as mulheres que realizam a representação política no Brasil.

Pesquisas futuras podem se debruçar de forma quantitativa sobre os posts, verificando se essas características se estendem às demais deputadas e se há novos padrões não identificados por meio da etnografia digital aqui realizada.

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

Além disso, uma nova agenda de pesquisa pode contemplar a análise discursiva e semiótica dos materiais audiovisuais e performances públicas realizadas pelas parlamentares, o que traria dados adicionais sobre o posicionamento partidário e ideológico delas, auxiliando na compreensão das disputas que organizam o campo político contemporâneo.

Referências

- Abidin, C., Seta, G. de. (2020) Private Messages from the Field: Confessions on Digital Ethnography and its Discomforts. *Journal of Digital Social Research*, 2(1), 1-19.
- Airoidi, M. (2018). Ethnography and the digital fields of social media. *International Journal of Social Research Methodology*, 21(6), 661-673. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1465622>
- Almeida, R. (2018). Fake news: arma potente na batalha de narrativas das eleições 2018. *Ciência e Cultura*, 70(2), 9-12. <http://dx.doi.org/10.21800/2317-66602018000200004>
- Almeida, H. N., Pereira, M. A. G., Ferreira, M. A. S. & Quintão, T. T. (2020). “Tamo junto?” Parlamentares e mídias sociais: uma tipologia dos padrões de atuação de deputados federais no Facebook. *Revista Sociedade e Cultura*, 23(1), 1-47. <https://doi.org/10.5216/sec.v23i.59035>
- Barros, A. T., Bernardes, C. B., Faria, C. F. S. & Busanello, E. (2021a). Do egocasting aos gabinetes digitais: o uso de lives, stories e podcasts pelos deputados federais brasileiros. *Contextualizaciones Latinoamericanas*, 2(25), 7-23. <https://doi.org/10.32870/cl.v2i25.7863>
- Barros, A.T., Bernardes, C. B., Faria, C. F. S. & Busanello, E. (2021b). Digital Mandates and Their Management: Strategies for Usage of Social Media by Brazilian Federal Legislators. *Parliamentary Affairs*, 75(4), 887-930. <https://doi.org/10.1093/pa/gsab046>.
- Bennett, W. L. (2012) The personalization of politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644, 20-39.
- Bernardes, C. B. (2020). Uso do Twitter para engajamento político: análise dos perfis das assembleias legislativas da Região Sudeste. *Revista Compolitica*, 10(3), 5-48. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2020.10.3.411>

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

- Bernardes, C. B. (2021). Possibilidades e Obstáculos na Gestão de Perfis em Redes Sociais pelas Assembleias Legislativas de Região Sudeste do Brasil. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados*, 14(35), 12-38. <https://doi.org/10.51206/e-legis.v14i35.615>
- Bernardes, C. B. (2023) Parlamentares no Twitter: construção de identidade política pelas presidentas de comissões permanentes da Câmara dos Deputados. *Revista Antropolítica*, 55(1), e56049, 1.
- Bernardes, C. B. (2024) *Performance about Gender Political Violence by Brazilian Federal Deputies*. Conferencia: European Conference on Politics and Gender, Ghent University, Gante, 8-10 de julho.
- Bernardes, C. B. (2025) *Parlamentares Mulheres Neoconservadoras: A Construção da Identidade Política por Deputadas Federais Brasileiras*. Ponencia: VI Encontro Internacional Participação, Democracia e Políticas Públicas, UnB, Brasília (DF), 6-9 de maio.
- Bernardes, C. B. & Fontes, G. S. (2024) *Identidades Políticas das Deputadas Federais Brasileiras no Twitter*. Ponencia: VII Congresso do INCT.DD, Salvador, 11-14 de novembro.
- Bernardes, C. B., Cornwall, A., Crewe, E. & Hoyler, T. L. (2025) Collaborative reflexive inquiry into parliaments - Ethnographers negotiating during research on politics, in Chibois, J. & Shapiro, S. (Org.). *Doing Fieldwork in Centres of Power - The Case of Deliberative Assemblies*. Routledge, 1, 1-18.
- Biroli, F., Machado, M. D. C. & Vaggione, J. M. (2020). *Gênero, neoconservadorismo e democracia*. Boitempo.
- Bolognesi, B., Ribeiro, E. & Codato, A. (2023). Uma nova classificação ideológica dos partidos políticos brasileiros. *Revista Dados*, 66(2), 2-31. <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.303>
- Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471-496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Braga, S. S. (2013). O Uso das Mídias Sociais é Um Bom Preditor do Sucesso Eleitoral dos Candidatos? Uma análise das campanhas on-line dos vereadores das capitais das regiões sul, sudeste, e nordeste do Brasil no pleito de outubro de 2012. *Revista Política Hoje*, 22(2), 125-148.
- Braga, S. S. & Carlomagno, M. C. (2018). Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). *Revista Brasileira de Ciência Política*, 26, 7-62. <https://doi.org/10.1590/0103-335220182601>

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

- Brasil. (2021) Ley 14.192, de 4 de Agosto de 2021. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/114192.htm
- Bourdieu, P. (2005) The political field, the social science field, and the journalistic field', in R. Benson & E. Neveu (eds.) *Bourdieu and the journalistic field*. Polity Press, 29-47.
- Bourdieu, P. (2010) *A dominação masculina*. Bertrand Brasil.
- Burson C. & Wolfe. (2018). *Twiplomacy Study 2018*. <https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2018>
- Cesarino, L. (2020) Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Revista Internet & Sociedade*, 1(1), 91-120.
- Cook, J. M. (2017) Twitter Adoption and Activity in U.S. Legislatures: A 50-State Study. *American Behavioral Scientist*, 61(7), 724-740. DOI: 10.1177/0002764217717564.
- Dalsgaard, S. (2016). The Ethnographic Use of Facebook in Everyday Life. *Anthropological Forum*, 26(1), 96-114. <https://doi.org/10.1080/00664677.2016.1148011>
- Dietze, G., Roth, J. (Ed.). (2020) *Right-Wing Populism and Gender: European Perspectives and Beyond*. Transcript Verlag.
- Enli, G. (2015) *Mediated authenticity. How the media constructs reality*. Peter Lang.
- Enli, G. & Rosenberg, L. T. (2018). Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic. *Social Media + Society*, 4(1), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305118764430>
- Enli, G. S. & Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics. Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, Communication & Society*, 16(5), 757-774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>.
- Ferraz, C. P. (2019). A etnografia digital e os fundamentos da Antropologia para estudos em redes on-line. *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*. 12(35), 46-69. https://doi.org/10.23925/v12n35_artigo3.
- Fuchs, T. & Schäfer, F. (2020). Normalizing misogyny: hate speech and verbal abuse of female politicians on Japanese Twitter. *Japan Forum*, 33(4), 553-579. <https://doi.org/10.1080/09555803.2019.1687564>.
- Hine, C. (2005). *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. Berg Publishers.
- González, A. K., & Ferré-Pavia, C. (2023). Women politicians in Colombia succeed on Twitter – depending on their ideology. *The Loop*. <https://theloop.ecpr.eu/women-politicians-in-colombia-succeed-on-twitter-depending-on-their-ideology/>

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

- Kováts, E., Pöim, M. (Ed.). (2015) *Gender as symbolic glue. The position and role of Conservative and Far Right Parties in the Anti-gender mobilizations in Europe..*FEPS.
- Lacerda, M. B. (2019). *O novo conservadorismo brasileiro*. Ed. Zouk.
- Leidig, E. & Bayarri, G. (2022). Not Your Grandma's Fascism: Fame, Femininity, and Race in Far-Right Postcolonial India and Brazil. *Social Politics*, 30(1), 239-267. <https://doi.org/10.1093/sp/jxac013>
- Lopez, A., Vidal, M. V. & Coelho, C. (2016). *Raio-X do Congresso nas Redes Sociais*. Medialogue Digital. https://pt.slideshare.net/slideshow/pesquisa-medialogue-raiox-do-congresso-nas-redes-sociais-2016/75687548?from_search=0
- Mano, M; K. (2020). *Atuar como mulheres: um olhar sobre a política institucional*. Ed. Appris.
- Markham, A.N. (2020) Doing ethnographic research in the Digital age, in P. Leavy (ed.) *The Field of Qualitative Research*. Oxford University Press.
- Marques, F. P. J. A., Aquino, J. A. & Miola, E. (2014). Parlamentares, representação política e redes sociais digitais: perfis de uso do Twitter na Câmara dos Deputados. *Opinião Pública*, 20(2), 178-203. <https://doi.org/10.1590/1807-01912014202178>
- Mitoto, I., Massuchin, M., & Carvalho, F. (2017). Debate político-eleitoral no Facebook: os comentários do público em posts jornalísticos na eleição presidencial de 2014. *Opinião Pública*, 23(2), 459-484. <https://doi.org/10.1590/1807-01912017232459>
- Murta, F., Ituassu, A., Capone, L., Leo, L. & La Rovere, R. (2017). Eleições e mídias sociais: Interação e participação no Facebook durante a campanha para a Câmara dos Deputados em 2014. *Revista Compolítica*, 7(1), 47-72. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2017.7.1.111>
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 831-855. <https://doi.org/10.1177/0038038508094565>
- Nemer, D. (2021). Disentangling Brazil's Disinformation Insurgency, *NACLA Report on the Americas*, 53(4), 406-413. <https://doi.org/10.1080/10714839.2021.2000769>
- Orgad, S. (2005). From Online to Offline and Back: Moving from Online to Offline Relationships with Research Informants. In C. Hine (Ed.) *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Berg Publishers. 51-65
- Palmeira, M. (1996). Política, facções e voto. In M. Palmeira & M. Goldman (Eds.) *Antropologia, Voto e Representação Política*. Contra Capa. 41-56.
- Palmeira, M. & Barreira, C. (2004). *Política no Brasil: visões de antropólogos*. Relume Dumará.

CRISTIANE BRUM BERNARDES, GIULIA SBARAINI FONTES, GABRIELLY LETICYA LOPES DOS SANTOS
Y RERISTON DE SOUZA MARTINS

- Peirano, M. (2014) Etnografia não é método. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 20(42), 377-391. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832014000200015>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. & Tacchi, J. (2015). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. SAGE Publications.
- Postill, J. & Pink, S. (2012). Social media ethnography: the digital researcher in a messy web. *Media International Australia*, 145(1), 123-134. <https://doi.org/10.1177/1329878X1214500114>.
- Rai, S.M. (2017) Performance and Politics: An Approach to Symbolic Representation, *Politics, Groups, and Identities*, 5(3), 506-511.
- Rai, S. & Spary, C. (2019) *Performing Representation: Women Members in the Indian Parliament*. Oxford University Press.
- Rossetto, G. P. N. (2018). Fazendo política no Twitter: como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma. *Revista Compolítica*, 8(1), 97-122. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2018.8.1.141>
- Rossetto, G., Carreiro, R. & Almada, M. P. (2013) Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. *Revista Compolítica*, 3(2), 189-216. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2013.3.2.49>
- Sanders, T. (2005) Researching the Online Sex Work Community. In C. Hine (Ed.) *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Berg Publishers. 67-79.
- Sarmiento, R., Bernardes, C. B. & Fontes, G. S. (2023) Discursos de deputadas federais sobre mulheres: espaço institucional e mídias sociais. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, 31(2), e92871.
- Saward, M. (2006). The Representative Claim. *Contemporary Political Theory*, 5(3), 297-318. <https://doi.org/10.1057/palgrave.cpt.9300234>
- Saward, M. (2014). Shape-shifting Representation. *The American Political Science Review*, 108(4), 723-736.
- Seta, G. de (2020) Three Lies of Digital Ethnography. *Journal of Digital Social Research*, 2(1), 77-97.
- Solano, E., Rocha, C. & Sendretti, L. (2023) Mulheres de extrema-direita: empoderamento feminino e valorização moral da mulher. *Caderno CRH*, Salvador, 36, e023040. DOI: 10.9771/ccrh.v36i0.55443.
- Sousa, S. A. de. (2020). *Participação Política nas Mídias Sociais: uma análise dos comentários sobre a Reforma da Previdência nas páginas dos deputados mais influentes do Facebook*. Dissertação. Dissertação de Mestrado Profissional em Poder Legislativo. Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da Câmara dos Deputados.

PERFORMANCE POLÍTICA DIGITAL...

- Southern, R. & Harmer, E. (2021). Twitter, incivility and “everyday” gendered othering: an analysis of tweets sent to UK members of parliament. *Social Science Computer Review*, 39(2), 259-275. <https://doi.org/10.1177/0894439319865519>
- Thorson, K., Medeiros, M., Cotter, K., Chen, Y., Rodgers, K., Bae, A., & Baykaldi, S. (2020). Platform Civics: Facebook in the Local Information Infrastructure. *Digital Journalism*, 8(10), 1231-1257. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1842776>
- Unkel, J. & Kümpel, A. S. (2022) Patterns of Incivility on U.S. Congress Members’ Social Media Accounts: A Comprehensive Analysis of the Influence of Platform, Post, and Person Characteristics. *Frontiers in Political Science*, 4, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpos.2022.809805>
- Usher, N., Holcomb, J. & Littman, J. (2018) Twitter Makes It Worse: Political Journalists, Gendered Echo Chambers, and the Amplification of Gender Bias. *The International Journal of Press/Politics*, 23(3), 324-344. <https://doi.org/10.1177/1940161218781254>
- Van Vliet, L., Törnberg, P. & Uitermark, J. (2020) The Twitter parliamentarian database: Analyzing Twitter politics across 26 countries. *PLoS ONE*, 15(9), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237073>
- Varis, P. (2015). Digital ethnography. In A. Georgakopoulou & T. Spilioti, *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. Routledge.
- Vergè, T. (2022) A chamber of one’s own: institutional claim-making on gender equality and the symbolic role of parliaments. *Politics & Gender*, 18(1), 99-125. <https://doi.org/10.1017/S1743923X20000252>
- Verge, T., & Pastor, R. (2018). Women’s Political Firsts and Symbolic Representation. *Journal of Women, Politics & Policy*, 39(1), 26-50. <https://doi.org/10.1080/1554477X.2016.1268878>
- Yarchi, M. & Samuel-Azran, T. (2018) Women politicians are more engaging: male versus female politicians’ ability to generate users’ engagement on social media during an election campaign. *Information, Communication & Society*, 21(7), 978-995. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1439985>