

GÊNERO EM PAUTA NO TWITTER: como deputadas estaduais e federais abordaram temáticas relacionadas à mulher durante o ano eleitoral de 2022¹

THE GENDER AGENDA ON TWITTER: How Brazilian representatives discussed women-related issues during the electoral year of 2022²

Dayane Muhlbeier Saleh³

Giulia Sbaraini Fontes⁴

Rafaela Mazurechen Sindorski⁵

Resumo: O objetivo desta pesquisa é responder a seguinte pergunta: “as deputadas estaduais, distritais e federais trataram de temas relacionados a questões de gênero no ano eleitoral de 2022?”. Os objetivos específicos do trabalho envolvem: (1) identificar a presença de assuntos políticos comumente relacionados à mulher, como infância, educação e assistência social (MIGUEL; BIROLI, 2010; MASSUCHIN; MARQUES; MITOZO, 2020); 2) elencar outras temáticas abordadas pelas legisladoras; e 3) observar a distribuição das temáticas entre as deputadas de acordo com seus posicionamentos no espectro político-ideológico (BOLOGNESI; RIBEIRO; CODATO, 2021). Para tanto, realizamos uma análise léxica de 98.455 tweets publicados entre os dias 15 de maio de 2022 e 31 de dezembro de 2022 por 67 deputadas federais e 86 deputadas estaduais e distritais. Os achados apontam que questões associadas às mulheres não podem ser consideradas centrais na comunicação digital das parlamentares analisadas e há um vínculo da temática com as parlamentares de esquerda.

Palavras-Chave: Gênero. Twitter. Representação feminina.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Eleições 2022, gênero e raça da 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10ª COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09 a 10 de maio de 2023.

² Parte dos dados desse trabalho é oriundo do projeto “Ethnographies of parliaments, politicians and people”, coordenado por Emma Crewe e financiado pelo programa de pesquisa e inovação European Union’s Horizon 2020, do European Research Council (Acordo nº 8349986).

³ Mestre em Ciência Política pela UFPR (Universidade Federal do Paraná). day.saleh@gmail.com

⁴ Mestre em Comunicação e doutoranda em Ciência Política pela UFPR. rafaelasindorski@gmail.com

⁵ Doutora em Ciência Política pela UFPR. Pesquisadora da Global Research Network on Parliaments and People. Membro do PONTE (Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Tecnologia), da UFPR. giuliasfontes@gmail.com

Abstract: *The objective of this research is to answer the following question: "did state, district and federal deputies address issues related to gender issues in the election year of 2022?". The specific objectives of the work involve: (1) identifying the presence of political issues commonly related to women, such as childhood, education and social assistance (MIGUEL; BIROLI, 2010; MASSUCHIN; MARQUES; MITOZO, 2020); 2) list other themes addressed by the legislators; and 3) observe the distribution of themes among female deputies according to their positions in the political-ideological spectrum (BOLOGNESI; RIBEIRO; CODATO, 2021). To this purpose, we performed a lexical analysis of 98,455 tweets published between May 15, 2022 and December 31, 2022 by 67 federal deputies and 86 state and district deputies. The findings indicate that issues associated with women cannot be considered central in the digital communication of the analyzed parliamentarians and there is a link between the theme and the left-wing parliamentarians.*

Keywords: *Gender. Twitter. Female political representation.*

1. Introdução

As plataformas de redes sociais, como o Twitter, têm se estabelecido como ferramentas fundamentais para o estudo da Comunicação Política, especialmente em períodos eleitorais (CERVI; MASSUCHIN, 2012; ADAMS; McCORKINDALE, 2013; DA CONCEIÇÃO ROSSINI; LEAL, 2013; KREISS, 2014; AGGIO, 2016; PEREIRA *et al.*, 2019; SIMÕES; SILVA, 2019; VASCONCELLOS, 2019; JOATHAN; ALVES, 2020).

Nesse contexto, este trabalho tem como foco a comunicação digital de deputadas estaduais e federais antes, durante e depois do período eleitoral de 2022. Mais especificamente, buscamos compreender se (e de que forma) as parlamentares trataram de temas relacionados a questões de gênero em seus posts. Com isso, nossos objetivos são 1) identificar a presença de assuntos políticos comumente relacionados à mulher, como infância, educação e assistência social (MIGUEL; BIROLI, 2010; MASSUCHIN; MARQUES; MITOZO, 2020); 2) elencar outras temáticas abordadas pelas legisladoras; e 3) observar a distribuição das temáticas entre as deputadas de acordo com seus posicionamentos no espectro político-ideológico (BOLOGNESI; RIBEIRO; CODATO, 2022). Para atingir nossos objetivos, apresentamos uma análise léxica de 98.455 *tweets* publicados entre os

dias 15 de maio de 2022 (três meses antes do início da campanha) e 31 de dezembro de 2022 por 67 deputadas federais e 86 deputadas estaduais.

O trabalho está dividido da seguinte forma: na seção a seguir apresentamos questões teóricas relacionadas à representação feminina e ao uso de redes sociais digitais por mulheres com cargos eletivos. Na sequência, voltamo-nos à metodologia do estudo e, então, aos nossos resultados. Concluimos discutindo os dados resultantes da pesquisa à luz da literatura.

2. Revisão de literatura

Segundo o Relatório Mundial sobre a Desigualdade de Gênero de 2020, "A falta da atribuição de poder político às mulheres é o quesito que mais atrapalha o desempenho global do Brasil". Com dados do Fórum Econômico Mundial (2020), a análise trata dos desdobramentos decorrentes da desigualdade de gênero na política, economia, saúde e educação, concluindo que "a política continua a ser a área onde se verificam menos progressos até o momento". É evidente que, tradicionalmente, a política se apresenta como um espaço ocupado por homens, que tem um teor excludente em relação às minorias econômicas, raciais e sociais – como as mulheres. Em um ciclo vicioso, a sub-representação feminina na esfera política intensifica a existência das desigualdades de gênero (MIGUEL; BIROLI, 2010), as quais oferecem entraves para as mulheres adentrarem no poder político.

Como tentativa de oferecer melhorias para esse desnivelamento estrutural, algumas leis foram criadas, um exemplo é a Lei das Eleições (9.504/1997), que determina que "cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% e o máximo de 70% para candidaturas de cada sexo". Mesmo sendo um marco favorável para a modificação do cenário da sub-representação, poucos avanços ocorreram com o passar dos anos (DE MORAES PEIXOTO; GOULART; DA SILVA, 2016). Em 2018, uma nova determinação trouxe mais peso às candidaturas femininas: a reserva obrigatória por parte dos partidos políticos de 30% dos recursos do Fundo Eleitoral para custear candidaturas femininas. Essa porcentagem foi estendida para o tempo

destinado à propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV. Como consequência, segundo dados do TSE Mulheres, as eleições de 2018 tiveram uma alta em representação feminina: foram 16% eleitas, frente a 13% em 2016. A partir de 2020 o número de candidatas passou de 32% a 34% e em 2022, do quadro total de representantes eleitos, 18% eram mulheres.

Mesmo com o aumento de mulheres representantes e postulantes, ainda existem diversas barreiras que impossibilitam a ascensão feminina ao poder político: “Em suma, o campo político impõe a elas alternativas sempre onerosas, de forma bem mais enfática do que faz com seus competidores do sexo masculino” (MIGUEL, 2010, p.28). Entre os fatores mantenedores da discrepância, podemos citar a) a ausência de emancipação financeira, flexibilidade de carreira e de recursos partidários para que as candidaturas femininas sejam páreas às masculinas (PERISSINOTTO; BOLOGNESI, 2008); b) improbabilidade de constituir uma rede de contatos para se lançar à carreira política devido à permanência no ambiente doméstico, bem como a dupla jornada de trabalho (SACCHET; SPECK, 2012); e c) o investimento de tempo em tarefas domésticas e responsabilidades familiares (ARAÚJO, 2010).

Adicionalmente, a estrutura de exclusão não finaliza após a eleição: são recorrentes os episódios de violência política de gênero, frequentemente expostos pela mídia. Essa violência tem parcela de responsabilidade no enfraquecimento do ativismo feminista, especialmente no que se refere a melhorias em políticas públicas para mulheres, além de oferecer resistência a mudanças em trâmite contrárias aos padrões de gênero, diretrizes sociais que dificultam a posição relativa da mulher na esfera pública (BIROLI, 2016).

De maneira complementar, a mera presença de mulheres em cadeiras legislativas não pode ser traduzida como representatividade política para a mulher (DAHLERUP, 2006), já que muitas candidatas e eleitas não promovem debate acerca dos direitos femininos (MIGUEL; BIROLI, 2010). Esse movimento contrário à conquista de direitos fica ainda mais em evidência a partir de 2018, ano que marca o início de uma crescente de representantes da direita brasileira (SANTOS;

TANSCHKEIT, 2019), que costumam ser “opositoras ferrenhas do feminismo” e “defensoras dos papéis tradicionais de gênero” (MIGUEL, 2021, p.11).

Ainda, há outro ponto: a sub-representação feminina na esfera política dificulta que temas considerados “femininos”, comumente relacionados à mulher, como infância, educação e assistência social (MIGUEL; BIROLI, 2010; MASSUCHIN; MARQUES; MITOZO, 2020) sejam trados nos órgãos legislativos, espaços voltados à produção de leis para a construção de uma sociedade formulada para todos (BERNARDI, 2009). Ou, ainda, que questões relacionadas à equidade de gênero, aos direitos da mulher e à distribuição igualitária de poderes cheguem, de fato, a essas arenas.

Nesta pesquisa nos voltamos para a arena comunicacional, onde são exibidas as discussões levantadas pelas postulantes como maneira de se comunicarem diretamente com o seu eleitorado (CANAVILHAS, 2009). Sendo assim, observamos um *locus* central: os discursos que extrapolam a esfera política por meio de plataformas digitais de comunicação. Assim, a intenção deste trabalho é compreender quais discussões propuseram as deputadas estaduais, distritais e federais no Twitter no ano eleitoral de 2022. A escolha do Twitter se dá em decorrência de a rede ser um canal de comunicação fundamental para campanhas políticas desde de 2002 (ALDÉ, 2004), com alta quantidade e troca de informação política (BRAGA; CARLOMAGNO, 2018).

Há uma grande quantidade de investigações sobre o uso do Twitter por líderes políticos, além de como o uso dessa plataforma se reflete na política, seja em relação à opinião pública e o discurso político (SOARES, 2019); às e-campanhas e o envolvimento com os eleitores (AMARAL; PINHO, 2018); e àqueles analisam o conteúdo e a linguagem usada pelos líderes políticos no Twitter (SINDERSKI; SALEH; ALCANTARA, 2023), podendo, ter como foco principal o tom, o sentimento (CAETANO et al., 2017) e o enquadramento das mensagens divulgadas (RECUERO; SOARES, 2021).

Ainda, há aqueles que esmiuçam a relação entre líderes políticos e seus seguidores no Twitter. Na sequência, iremos apresentá-los.

2.1 Usos do Twitter por representantes eleitos

Uma das primeiras pesquisas do gênero é realizada por Saebo (2011), que examina 473 *tweets* postados por 102 parlamentares, em busca de: (a) identificar padrões de comunicação e (b) compreender até que ponto esses *tweets* podem ser caracterizados como parte de uma discussão deliberativa, usando vários modelos eDemocracy e padrões deliberativos. A investigação aponta que os *tweets* seguem cinco propósitos de comunicação: fornecer links para fontes de informação para outros usuários do Twitter; informar sobre as atividades em curso; expressar visões sobre questões atuais; manifestar conteúdo não político; e participar de discussões online com outros representantes.

Cruz (2011) avalia o uso da internet pelos deputados estaduais em relação à *accountability* e processos de participação e deliberação online, a partir da exploração de *websites* e blogs pessoais, Twitter e outras mídias sociais dos 1059 representantes legislativos. As descobertas apontam que os representantes do Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul, São Paulo, Espírito Santo, Paraná e Minas Gerais são os que mais estão presentes no meio digital. Além disso, 535 dos representantes usaram mídias sociais na última legislatura, sendo que a mais utilizada é o Twitter (50,5%), seguida pelo Orkut (30,0%), canais do YouTube, Facebook e o arquivo de fotos Flickr (13,6%).

Sala e Jones (2012) investigam o Poder Legislativo nos estados de Nuevo León (México) e na Câmara dos Representantes do Texas (Estados Unidos), tendo como base a utilização de *websites*, e-mails, e redes sociais – Facebook e Twitter. As descobertas apontam que o uso do Facebook e do Twitter é muito mais comum no Texas do que em Nuevo León, onde os representantes mais jovens e mais conservadores são os que mais usam tais redes.

Marques, Aquino e Miola (2014) se voltam à compreensão acerca dos padrões de adoção e uso da ferramenta por 457 deputados federais brasileiros, entre 2011 e 2013. Os autores exploram variáveis relativas ao volume de publicação de mensagens e ao número de seguidores, cruzando-as com variáveis

independentes individuais e políticas, e encontram que são os parlamentares de esquerda jovens, que usam as mídias digitais desde o início que apresentam um perfil de uso mais intenso do Twitter.

Em pesquisa mais recente, Bernardes (2020) analisa os perfis das quatro assembleias legislativas da Região Sudeste comparativamente, a partir da coleta automatizada das postagens de cada perfil; da análise de conteúdo automatizada das postagens, por meio do software Iramuteq; e da análise quantitativa comparativa das interações. Os principais achados se voltam à “divulgação das atividades parlamentares para atingir os níveis de informação, compreensão e identificação, dentro do conceito de engajamento político de cidadãos com o Parlamento.” (BERNARDES, 2020, p.1)

Na sequência, aprofundando-nos no detalhamento da técnica de análise dessa pesquisa, exemplificada na seção metodológica.

3. Metodologia

O *corpus* da pesquisa é composto por 98.455 *tweets* publicados entre os dias 15 de maio – três meses antes do início da campanha eleitoral⁶ – e 31 de dezembro de 2022 por 69 deputadas federais e 86 deputadas estaduais e distritais⁷. A coleta do material foi feita com o pacote *rtweet*, do ambiente de programação R.

O percurso metodológico foi dividido em duas etapas, ambas realizadas por meio do software Iramuteq. Primeiro, o *corpus* foi submetido a uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD), feita a partir do método de Reinert (1987; 1990). Essa análise forneceu base para Análises Fatoriais de Correspondência (AFC) e análises léxicas de similitude.

As técnicas aplicadas neste estudo permitem atingir seu objetivo principal: compreender se (e de que forma) as deputadas federais e estaduais brasileiras trataram de temas relacionados ao gênero em seus *tweets*. A análise léxica

⁶ Ver <https://www.tse.jus.br/eleicoes/calendario-eleitoral/calendario-eleitoral>.

⁷ A lista com a quantidade de *tweets* analisados por deputada pode ser acessada no link <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AywbCbMvBO-XzsGEaAJY2xfhBTjL-SsouYw4uxbjsEM/edit?usp=sharing>.

possibilita a exploração e investigação de grandes bancos de dados, como o que sustenta esta pesquisa. A Classificação Hierárquica Descendente (CHD) gera *clusters* temáticos a partir dos *tweets* estudados, reunindo os “termos que mais aparecem e que se aproximam entre si” (CERVI, 2018, p. 9) como resultado do teste estatístico qui-quadrado de Pearson. Cada grupo apresenta um conjunto específico de palavras relevantes que facilitam a compreensão dos contextos e sentidos presentes no *corpus* (CAMARGO; JUSTO, 2013; CERVI, 2018) – ou, como afirma Lahlou (1994), da “medula” do texto.

Os objetivos específicos deste *paper* são: 1) identificar a presença de assuntos políticos comumente relacionados à mulher, como infância, educação e assistência social (MIGUEL; BIROLI, 2010; MASSUCHIN; MARQUES; MITOZO, 2020); 2) elencar outras temáticas abordadas pelas legisladoras; e 3) observar a distribuição das temáticas entre as deputadas de acordo com seus posicionamentos no espectro político-ideológico (BOLOGNESI; RIBEIRO; CODATO, 2022).

O método de Reinert, que gera a Classificação Hierárquica Descendente, oferece uma lista de termos estatisticamente significativas para as diferentes categorias temáticas encontradas no conteúdo analisado. O número de palavras importantes varia de acordo com o tamanho do *corpus* e com a força de cada tema dentro do material textual. Nesta pesquisa, a CHD gerou três *clusters* com diferentes palavras relevantes⁸. Na próxima seção, esses grupos, seus contextos e termos de destaque serão explorados, juntamente com outras análises focadas nos *tweets* das deputadas federais e estaduais.

4. Resultados

Conforme descrito na seção metodológica, a primeira etapa da pesquisa consistiu na aplicação de uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD) ao *corpus* total. A partir do método, obtivemos um dendrograma com três grupos temáticos (FIG. 1).

⁸ As listas de palavras estatisticamente relevantes de cada grupo estão disponíveis aqui: <https://drive.google.com/file/d/1M1rc1AjMvWBEyBiWrkGUm655AiegCJav/view?usp=sharing>

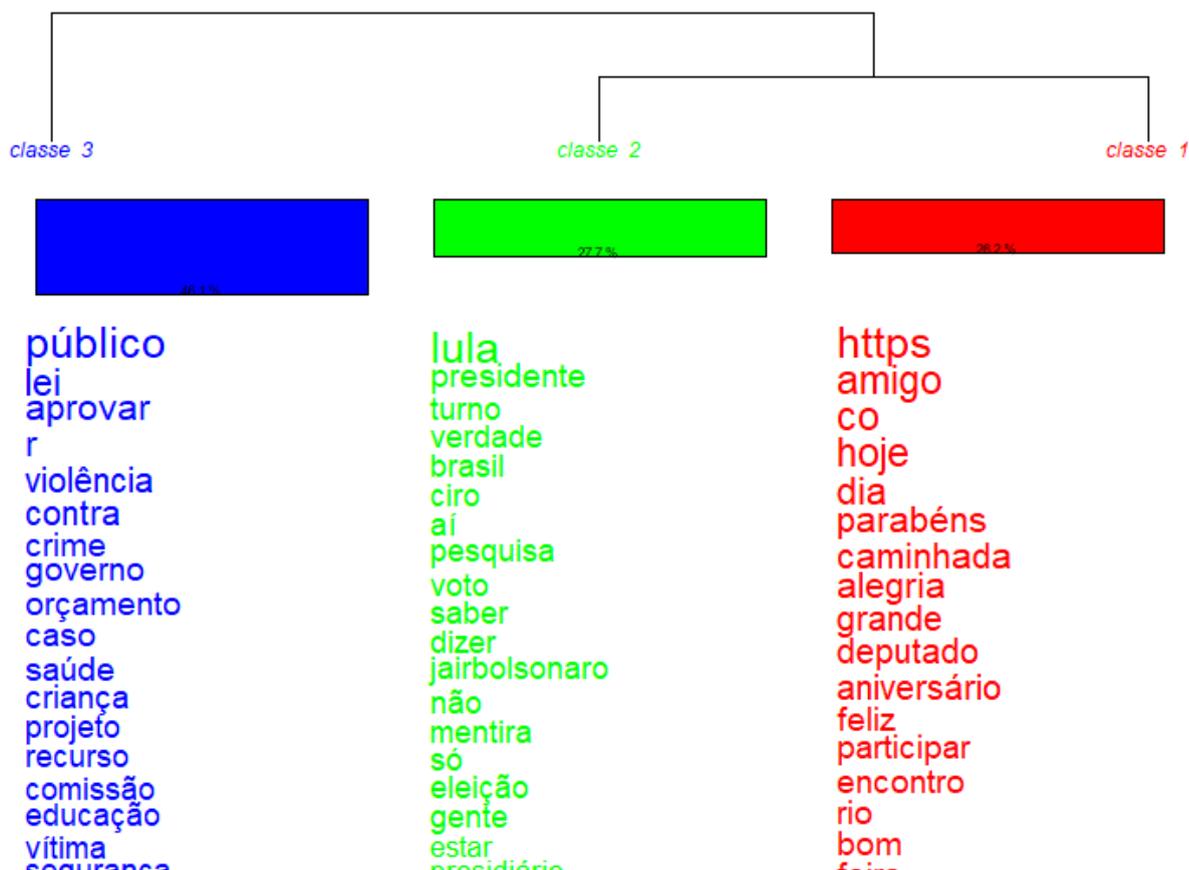


FIGURA 1 – Dendrograma com resultados da CHD para o *corpus* de pesquisa
FONTE - AUTORAS, 2023.

Os resultados da CHD apontam que somente um conjunto léxico estava relacionado a discussões de gênero. Trata-se da classe 3, que reúne 46,1% dos *tweets*. Esse conjunto abordou, sobretudo, assuntos relacionados a atos de violência, com palavras estatisticamente relevantes como "crime", "vítima", "caso", "lei" e "governo". O tema esteve associado a outras questões políticas e sociais, como saúde e educação. Nesse grupo, discutiu-se o assassinato do jornalista britânico Dom Phillips e do indigenista brasileiro Bruno Pereira, em junho de 2022⁹, bem como os atos antidemocráticos que tomaram o país depois do segundo turno

⁹ Ver

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/07/ministerio-publico-denuncia-tres-pessoas-pelo-assassinato-de-dom-e-bruno.shtml>.

eleitoral, realizado em 30 de outubro de 2022¹⁰. “Estupro”, “aborto”, “menina”, “assédio sexual”, “misógino”, “estuprador”, “machista”, “gênero”, “mulher”, “gravidez” e “feminicídio” são os termos que revelam o debate sobre gênero na categoria.

Consulta ao banco de dados nos ajuda a compreender, em mais pormenor, de que forma esses termos apareceram nos *tweets* das representantes. E.g., em 12 de julho de 2022, post da deputada federal Adriana Ventura (NOVO-SP) se referiu a um caso de estupro praticado por um médico anestesista¹¹: “Não adianta ficar indignada e defender garantismos jurídicos que soltam criminosos na 1ª oportunidade, quando eles recorrem à Justiça”¹². Natália Bonavides (PT-RN) também comentou o caso: “Horror! Não há descanso na luta em defesa dos nossos corpos! Toda solidariedade e acolhimento a essa mulher vítima desse crime terrível”¹³.

O termo “mulher” também aparece relacionado a casos de violência e assédio, incluindo o ambiente político. Sobre o assunto, Jandira Feghali (PCdoB-RJ) escreveu, em 31 de julho de 2022: “Agora é crime! Assediar, constranger, humilhar, perseguir e ameaçar candidata ou eleita terá pena de até 6 anos. A violência política de gênero é mais um obstáculo que as mulheres enfrentam no processo eleitoral e nos mandatos. Ela mata! Denuncie!”¹⁴. No entanto, nem sempre a palavra esteve associada à defesa dos direitos das mulheres ou à causa feminista. Em 3 de outubro de 2022, por exemplo, Caroline de Toni (PL-SC) disse que “não se vitimiza por ser mulher”. “Porque penso em IGUALDADE DE DIREITOS entre homens e mulheres e não em privilégios, cotas ou benesses para as mulheres. (...) Entendo, inclusive, que igualdade entre homem e mulher não é só no campo dos direitos não, mas no campo dos sacrifícios também”¹⁵.

¹⁰ Ver

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/11/02/atos-bolsonaristas-quarteis-brasil.ghtml>.

¹¹ Ver

<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/07/11/anestesista-e-presos-em-flagrante-por-estupro-de-paciente-no-hospital-da-mulher-no-rj.ghtml>.

¹² Ver <https://twitter.com/adriaventurasp/status/1546817475949563904>.

¹³ Ver <https://mobile.twitter.com/natbonavides/status/1546507571229609986>.

¹⁴ Ver https://twitter.com/jandira_feghali/status/1553780309430358016.

¹⁵ Ver <https://twitter.com/CarolDeToni/status/1577034925005381632>.

As demais classes temáticas são relacionadas à comunicação eleitoral/relacionamento com os cidadãos e à atividade legislativa. Na classe 1 (26,2% do *corpus*) há palavras e expressões como "bom dia", "esperança", "lindo", "feliz", "abraço", "carinho", "amor", "amigo" e "junto". Os *tweets* do conjunto contêm diálogos com o público e com outras figuras políticas. Os posts também estão ligados às eleições de 2022, principalmente à disputa presidencial, com hashtags de apoio e rejeição aos dois principais candidatos, Lula (PT) e Jair Bolsonaro (PL).

Na classe 2 (27,7% do *corpus*), além de palavras que apontam para discussões sobre o cenário eleitoral nacional (e.g., "Lula", "presidente", "Jair Bolsonaro", "pesquisa" e "voto"), também aparecem termos ligados à atividade legislativa, a exemplo de "aprovar", "orçamento", "público", "PEC", "recurso", "projeto", "educação", "lei", "orçamento" e "governo". Esse mesmo grupo, contudo, não apresenta palavras explicitamente ligadas a gênero, indicando que, de modo geral, não foram discutidas e apresentadas propostas sobre o tema. Ou seja, a partir da CHD, é possível afirmar que as menções a temas de gênero por parte das deputadas estão predominantemente relacionadas a situações de violência.

Na sequência, realizamos Análises Fatoriais de Correspondência (AFC), que possibilitam visualizar quais classes identificadas no *corpus* se aproximam ou se distanciam (FIG. 2). No gráfico, observamos que as classes 1 e 2 estão mais próximas, enquanto a classe 3 se diferencia das demais. Em outras palavras, há uma aproximação entre *tweets* que tratam da atividade legislativa com a comunicação com os cidadãos e do processo eleitoral. A classe 3, por outro lado, diferencia-se não só por apresentar termos relacionados à temática de gênero mas, também, pela indicação da abordagem de assuntos tradicionalmente associados às mulheres (relacionados a palavras como "criança", "educação" e "ensino") e a outras minorias (a exemplo do termo "indígena").

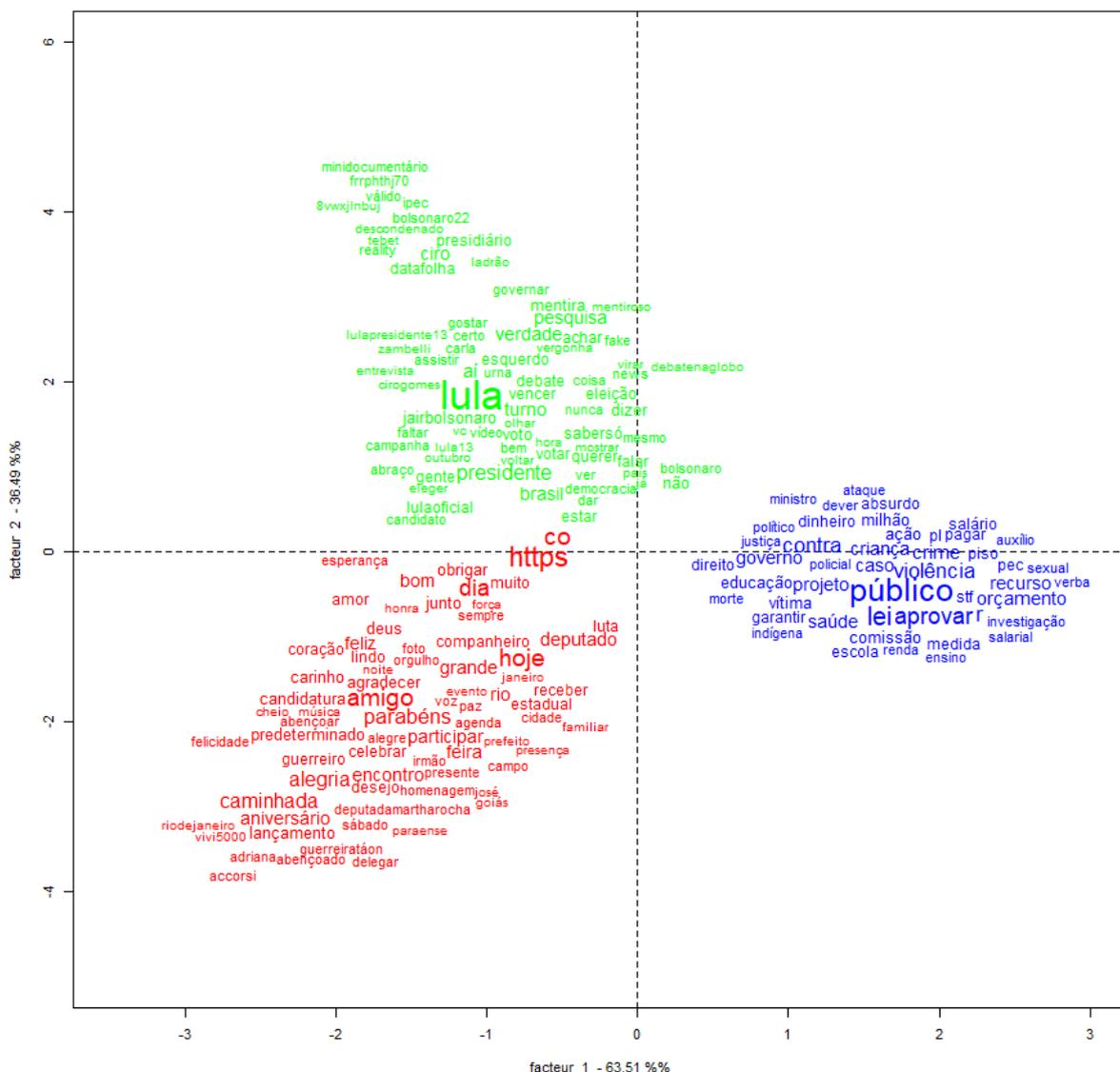


FIGURA 2 – Gráfico com os resultados da AFC para o *corpus* de pesquisa
 FONTE - AUTORAS, 2023.

A partir dessa mesma análise é possível identificar quais deputadas estão relacionadas a quais classes de palavras (FIG. 3) e, assim, compreender como se dá a distribuição de temáticas de acordo com o espectro político-ideológico (BOLOGNESI; RIBEIRO; CODATO, 2022).. Nota-se que a classe 3 (em azul), identificada à temática de gênero, está mais associada a representantes vinculadas a partidos de esquerda e extrema-esquerda. Destacam-se parlamentares como

Na classe 2 (em verde), predominantemente associada à disputa presidencial, nota-se a predominância de Bia Kicis (PL¹⁶-DF), considerada uma parlamentar de direita segundo a classificação de Bolognesi, Ribeiro e Codato (2022). Também aparecem representantes que podem ser classificadas como de extrema-direita, a exemplo de Dayane Pimentel (União Brasil¹⁷-BA).

Por fim, o grupo de deputadas que aparecem associadas à classe 1 (em vermelho) tem representantes de posição variada no espectro político. Estão incluídas, por exemplo, Martha Rocha (PDT), deputada estadual pelo Rio de Janeiro, e Adriana Accorsi (PT-GO), ambas consideradas de esquerda, além de Elcione Barbalho (MDB-PA), classificada como uma representante de direita a partir do estudo de Bolognesi, Ribeiro e Codato (2022). Nesse conjunto estão posts associados ao relacionamento com eleitores, o que explica a diversidade ideológica das representantes.

Para finalizar a análise, apresentamos o gráfico de similitude originado a partir da AFC aplicada ao *corpus* total (FIG. 4). Esse tipo de representação permite observar as ligações entre termos das diferentes classes identificadas no conjunto de dados analisado. Observa-se, por exemplo, que o termo “mulher” está associado ao mesmo nó que palavras como “família”, “saúde”, “violência” e “criança”. Ainda que os termos “eleição”, “votar” e “democracia” apareçam nessa mesma região do gráfico, nota-se que palavras como “Lula” e “Bolsonaro” estão situadas em áreas distintas da figura. I.e., temas associados à questão de gênero podem ter sido mobilizados pelas deputadas em associação com o período eleitoral, mas não necessariamente aos dois principais candidatos (ainda que isso tenha acontecido pontualmente). Um exemplo disso é o post de Carla Zambelli (PL-SP), publicado em 29 de agosto de 2022, dirigindo-se a Simone Tebet, que também concorria à Presidência. “A pseudo defensora das mulheres quer proibir video da esposa do Presidente Bolsonaro falando bem do governo. Eu achei que feminista acreditasse

¹⁶ Antes, Partido da República.

¹⁷ O partido originou-se da união entre o DEM e o PSL, que constam na classificação de Bolognesi, Ribeiro e Codato (2022) como sendo partidos identificados como extrema-direita e direita, respectivamente.

de assunto não é estruturante na comunicação das representantes analisadas no Twitter. A seguir, apresentamos nossas conclusões a partir dos dados expostos.

5. Discussão e conclusão

Tendo em vista a centralidade das redes sociais digitais para a comunicação parlamentar e eleitoral, este trabalho teve como objetivo compreender se, e de que forma, deputadas estaduais e federais brasileiras trataram temas relacionados a questões de gênero em posts no Twitter. Para isso, analisamos, por meio do software Iramuteq, 98.455 *tweets* publicados entre maio e dezembro de 2022.

Os dados obtidos por meio da Classificação Hierárquica Descendente, das Análises Fatoriais de Correspondência e das análises léxicas de similitude demonstram que questões associadas às mulheres não podem ser consideradas centrais na comunicação digital das parlamentares sob análise. Nota-se que termos relacionados à temática não são os principais na classe em que aparecem, ainda que sejam estatisticamente significativos na análise (FIG. 1). Ademais, observa-se que o debate parece estar predominantemente associado à violência contra a mulher e seus variados tipos, mas não necessariamente ao debate mais amplo sobre igualdade de oportunidades ou outros direitos femininos.

Destaca-se, ainda, que temáticas associadas a questões de gênero são mobilizadas pelas parlamentares de modo a reforçar posicionamentos característicos dos grupos ideológicos com os quais elas possuem afinidade. E.g., temas como estupro são abordados por deputadas de direita e extrema-direita para destacar opiniões relacionadas ao endurecimento de punições contra os agressores, e não necessariamente ao combate à misoginia de forma mais ampla.

Chama a atenção, ademais, que nossa análise revelou que termos como “Lula”, “Jair Bolsonaro” e “presidente” estavam entre os mais significativos ainda que nosso *corpus* incluísse número significativo de deputadas estaduais (86 parlamentares, em comparação a 69 deputadas federais). Isso indica uma nacionalização do debate, visto que, ainda que nosso recorte temporal inclua o período eleitoral, discussões sobre a eleição presidente não estão,

necessariamente, vinculadas às necessidades dos eleitores em seus respectivos estados.

Nossa análise também demonstrou, por fim, que a classe de palavras relacionada ao debate de gênero está mais fortemente vinculada a parlamentares de esquerda, ainda que deputadas de centro e de direita também apareçam nesse grupo (FIG. 3). O achado está em linha com o que já vem sendo apontado em estudos anteriores, que demonstram maior afinidade entre representantes desse espectro político a temáticas relacionadas a mulheres (MIGUEL, 2021).

O trabalho também possui limitações. Apesar de possibilitar o estudo de grandes bancos de dados, a análise léxica automatizada não permite um olhar mais pormenorizado sobre as postagens. Os dados aqui apresentados podem ser aprofundados em estudos posteriores, com a inclusão de uma Análise de Conteúdo dos posts que efetivamente apresentam termos relacionados à temática de gênero, além de uma abordagem mais qualitativa dos *tweets*. As duas estratégias não foram utilizadas neste estudo por limitações de espaço.

Referências

- ADAMS, Amelia; MCCORKINDALE, Tina. Dialogue and transparency: A content analysis of how the 2012 presidential candidates used Twitter. **Public relations review**, v. 39, n. 4, p. 357-359, 2013.
- AGGIO, C. Campanhas Online: O percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. **Revista Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 2, 2010.
- ALDÉ, Alessandra. Jornalistas e internet: a rede como fonte de informação política. **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, 2004.
- BERNARDES, Cristiane Brum. Uso do twitter para engajamento político. **Compólitica**, v. 10, n. 3, p. 5-48, 2020.
- BERNARDI, Jorge. **O processo legislativo brasileiro**. Editora Ibpx, 2009.
- BIROLI, Flávia. Political violence against women in Brazil: expressions and definitions. **Revista Direito e Práxis**, v. 7, n. 15, p. 557-589, 2016.
- BOLOGNESI, B.; RIBEIRO, E.; CODATO, A. Uma nova classificação ideológica dos partidos políticos brasileiros. **Dados**, v. 66, n. 2, p. 1-29. 2022.
- CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.
- CERVI, E. U. Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais: uma proposta metodológica. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 42, 2018, Caxambu. Anais... São Paulo: Anpocs, 2018.
- CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G. O uso do twitter nas eleições de 2010: o microblog nas campanhas dos principais candidatos ao governo do Paraná. **Contemporanea | Comunicação e cultura**, Salvador, v. 9, n. 2, p. 319-344, 2011.
- DA CONCEIÇÃO ROSSINI, Patricia Gonçalves; LEAL, Paulo Roberto Figueira. Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010. **Compólitica**, v. 3, n. 1, p. 7-28, 2013.
- DAHLERUP, Drude. The story of the theory of critical mass. **Politics & Gender**, v. 2, n. 4, p. 511-522, 2006.
- BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). **Revista Brasileira de Ciência Política**, p. 07-62, 2018.
- CAETANO, Josemar Alves Caetano et al. Utilizando análise de sentimentos para definição da homofilia política dos usuários do twitter durante a eleição presidencial americana de 2016. In: **Congresso da Sociedade Brasileira de Computação-CSBC**. 2017.
- CANAVILHAS, João. A comunicação política na era da internet. In: **VIII Congresso Lusocom**. Labcom, 2009.
- CAVASSANA, F.; TAVARES, C. Q (org.). **Comunicação e Política: interfaces em esferas regionais**. São Luís: EDUFMA, 2019. p. 111-132.

CRUZ, LETÍCIA CARINA. ELITES PARLAMENTARES E NTICs: UM ESTUDO SOBRE O USO DA INTERNET PELOS DEPUTADOS ESTADUAIS BRASILEIROS DA 16ª LEGISLATURA (2007-2011). **Curitiba. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Universidade Federal do Paraná, 2011.**

DE MORAES PEIXOTO, Vitor; GOULART, Nelson Luis Motta; DA SILVA, Gabriel Tisse. Cotas e mulheres nas eleições legislativas de 2014. **Política & Sociedade**, v. 15, n. 32, p. 126, 2016.

JOATHAN, I.; ALVES, M. O Twitter como ferramenta de campanha negativa não oficial: uma análise da campanha eleitoral para a Prefeitura do Rio de Janeiro em 2016. **Galáxia**, São Paulo, n. 43, p. 81-98, 2020.

KREISS, D. Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. **New Media & Society**, Thousand Oaks, v. 18, n. 8, p. 1-18, 2014.

LAHLOU, Saadi. L'analyse lexicale. **Variations**, n. 3, p. 13-24, 1994.

PEREIRA, M. R. **Storytelling como ferramenta de discurso no Twitter**: uma análise da campanha presidencial de Jair Bolsonaro em 2018. 186 p. Dissertação (Mestrado em Gestão da Economia Criativa) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, Rio de Janeiro, 2021.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; AQUINO, Jakson Alves de; MIOLA, Edna. Deputados brasileiros no Twitter: um estudo quantitativo dos padrões de adoção e uso da ferramenta. **Revista Brasileira de Ciência Política**, p. 201-225, 2014.

MASSUCHIN, Michele Goulart; MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MITOZO, Isabele. Marketing Women Political Leaders. **The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication**, p. 1-7, 2020.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Práticas de gênero e carreiras políticas: vertentes explicativas. **Revista Estudos Feministas**, v. 18, p. 653-679, 2010.

MIGUEL, Luis Felipe. O mito da "ideologia de gênero" no discurso da extrema direita brasileira. **cadernos pagu**, 2021.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Revista Contracampo**, v.40, n. 1, 2021.

SACCHET, Teresa; SPECK, Bruno Wilhelm. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. **Opinião pública**, v. 18, p. 177-197, 2012.

SAEBO, Oystein. Understanding twitter TM use among parliament representatives: A genre analysis. In: **Electronic Participation: Third IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2011, Delft, The Netherlands, August 29–September 1, 2011. Proceedings 3**. Springer Berlin Heidelberg, 2011. p. 1-12.

SALA, Jorge Francisco Aguirre; JONES, Mark P. The use of electronic technology and legislative representation in the Mexican and US states: Nuevo León and Texas. **Puentes Consortium Project**, 2012.

SANTOS, Fabiano; TANSCHHEIT, Talita. Quando velhos atores saem de cena: a ascensão da nova direita política no Brasil. **Colombia internacional**, n. 99, p. 151-186, 2019.

SINDERSKI, Rafaela Mazurechen; SALEH, Dayane Muhlbeier; ALCANTARA, Naiara Sandi de Almeida. Postulantes ao cargo de governador do Paraná e o uso que fazem do Twitter no período eleitoral: eleições 2022. In: Eleições no Paraná. CPOP, 2023.

SOARES, Felipe Bonow et al. Desinformação e esfera pública no Twitter: Disputas discursivas sobre o assassinato de Marielle Franco. **Revista Fronteiras (Online), São Leopoldo**, v. 3, p. 1-15, 2019.

SIMÕES, I. B.; SILVA, S. C. D. Marketing político na era digital: um estudo sobre o uso do Twitter pelos candidatos à presidência no Brasil em 2018. **Agenda Política**, São Carlos, v. 7, n. 3, p. 114-137, 2019.

TSE MULHERES. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/tse-mulheres/#historia>. Acesso em: 11 de março de 2023.

VASCONCELLOS, Fábio. O comportamento das mídias sociais e o fator Jair Bolsonaro na disputa pelo Governo do Rio em 2018. **Comunicação e Política**, p. 111.