

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DJIOVANNI JONAS FRANÇA MARIOTO

BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS  
DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA  
BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS.

CURITIBA

2021

DJIOVANNI JONAS FRANÇA MARIOTO

BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS  
DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA  
BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em  
Ciência Política, do Departamento de Ciência Política, Setor de  
Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná, como  
requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência  
Política

Orientador: Prof. Dr. Rafael Cardoso Sampaio

Linha de Pesquisa: Comportamento, Representação e  
Comunicação Política

CURITIBA

2021

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE BIBLIOTECAS/UFPR –  
BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS COM OS DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Fernanda Emanoéla Nogueira – CRB 9/1607

Marioto, Djiovanni Jonas França

Black-out parlamentar : o processo de representação dos deputados federais autodeclarados pretos da 56ª legislatura brasileira frente a comunicação em ambientes digitais. / Djiovanni Jonas França Marioto. – Curitiba, 2021.

Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador : Prof. Dr. Rafael Cardoso Sampaio

DOI : <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14141462.v1>

DOI : <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14141444.v1>

DOI : <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14141417.v1>

1. Governo representativo e representação. 2. Deputados federais – Brasil. 3. Políticos negros. 4. Internet e política. 5. Redes sociais online. 6. Twitter. (Rede social online). I. Sampaio, Rafael Cardoso, 1981-. II. Título.

CDD – 328.81



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO CIÊNCIA POLÍTICA -  
40001016061P2

## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **DJIOVANNI JONAS FRANÇA MARIOTO** intitulada: **Black-Out parlamentar: o processo de representação dos deputados federais autodeclarados pretos da 56ª legislatura brasileira frente a comunicação em ambientes digitais**, sob orientação do Prof. Dr. RAFAEL CARDOSO SAMPAIO, que após terem inquirido o aluno e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 11 de Março de 2021.

Assinatura Eletrônica

15/03/2021 19:18:56.0

RAFAEL CARDOSO SAMPAIO

Presidente da Banca Examinadora (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

16/03/2021 14:44:22.0

ADRIANO NERVO CODATO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

15/03/2021 17:19:57.0

LUIZ AUGUSTO DE SOUZA CARNEIRO DE CAMPOS

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO)

General Carneiro, 460 - 5º andar - sala 517 - CURITIBA - Paraná - Brasil  
CEP 80060-150 - Tel: (41) 3360-5233 - E-mail: ppgcupfr@gmail.com

Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.

Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 82415

**Para autenticar este documento/assinatura, acesse <https://www.prppg.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp> e insira o código 82415**

## AGRADECIMENTO

Não poderia deixar de começar agradecendo a luta e sacrifício de meus ancestrais, que me proporcionaram a experiência de estar neste espaço e realizar uma pesquisa sobre raça dentro da academia. Aos meus pais Solange França dos Santos Marioto e Deovane Marioto, os quais dedico este trabalho, meu amor e eterna gratidão, minha família, meus avós, minha irmã e em especial minha tia Juliana Sara pelo apoio e ajuda em todos os momentos.

Gostaria de agradecer também ao meu orientador Rafael Sampaio pela amizade e por aceitar estar comigo nesta jornada me auxiliando e guiando em mais esta etapa de minha formação. Agradeço também as professoras Kelly Prudêncio e Carla Rizzotto e a todos os companheiros do grupo de pesquisa em Comunicação e Participação política - COMPA, pelos debates, contribuições e parceria nesta caminhada.

Por fim, agradeço a todos os colegas da pós-graduação, amigos e professores do PPGCP-UFPR que sempre me ampararam em todos os momentos. Em especial a Luciane Belin, Bruno Nichols, Marina Michelis, Amanda Jorge e Maiane Bittencourt.

*“Eu tenho algo a dizer  
E explicar pra você  
Mas não garanto porém  
Que engraçado eu serei dessa vez  
Para os manos daqui!  
Para os manos de lá!  
Se você se considera um negro  
Pra negro será mano!  
Sei que problemas você tem demais  
E nem na rua não te deixam na sua  
(...) e os racistas fardados  
De cérebro atrofiado não te deixam em paz  
Todos eles com medo generalizam demais  
Dizem que os negros são todos iguais  
Você concorda  
Se acomoda então, não se incomoda em ver  
Mesmo sabendo que é foda  
Prefere não se envolver  
Finge não ser você  
E eu pergunto por que?  
(...)  
Não quero ser o Mandela  
Apenas dar um exemplo”*

(Racionais MC's – Voz Ativa)

## RESUMO

O trabalho tem por objetivo entender o processo de representação dos deputados federais pretos, eleitos na 56ª legislatura, dentro de suas páginas oficiais no Twitter ao longo do seu segundo ano de mandato, a partir de uma tipologia representacional, focada na representação discursiva destes. Os objetivos específicos são: 1) identificar o perfil social e político dos legisladores pretos; 2) mapear as temáticas mencionadas em suas publicações; 3) descrever a presença destes deputados dentro das redes sociais on-line a partir de um índice; 4) analisar as diferenças entre os tipos representacionais dos deputados. Este trabalho está alocado entre a interface da representação e a comunicação, primordialmente na comunicação política mediada por tecnologias digitais para a representação democrática. Considera-se o caráter relacional da representação, estabelecendo-a a partir da conexão entre a comunicação e a representação. A pergunta empírica que conduz esse trabalho é: como os deputados federais pretos constroem e tipificam a representação mediada a partir de sua comunicação em ambientes digitais? O banco de dados é composto pelas informações de 21 deputados federais - eleitos em 2018 e autodeclarados pretos – estando as variáveis divididas em três frentes: I) indicadores políticos e institucionais; II) presença digital; III) representação online. Os dados são compostos pelas informações disponibilizadas no banco de dados do TSE e da API da Câmara dos Deputados, e as publicações dos deputados mais ativos no Twitter coletadas a partir do Rstudio e analisados a partir de uma metodologia mista, partindo de uma análise de trajetória dos deputados federais pretos feita por prosopografia a partir de ambientes digitais e pela análise de conteúdo quantitativa para construção de uma tipologia representacional ideal destes sujeitos. Os resultados demonstram que o perfil sócio-político ilustra que são em sua maioria homens, de uma idade avançada, com um alto índice de instrução (superior completo) tendo em sua atuação cargos políticos (câmara estadual e municipal) advindos de uma carreira política. São provenientes majoritariamente do estado do Rio de Janeiro e do Partido dos trabalhadores. Tem uma alta preocupação na presença digital. Os tipos representacionais ideais na construção da comunicação mediada dos deputados pretos podem ser divididos em cinco: A “autorrepresentação/autopromoção”; “Representantes do Povo e sua origem”; “Representante entre o governo e a sociedade”; “Representante de um grupo específico” e “Representante racial”. Dessa forma, grande parte dos deputados federais pretos estão alocados em tipos representacionais que possuem uma conexão maior com o destinatário de suas publicações, e quanto maior essa direção, maiores os indicadores numéricos. Evidenciando uma busca pela comunicação interativa e direcionada, mesmo que ainda não esteja consolidada.

**Palavras-chave:** Representação política; Raça; Parlamento Online; Twitter; Internet e Política.

## ABSTRACT

The work aims to understand the representation process of black federal deputies, elected in the 56th legislature, within their official Twitter pages throughout their second year in office, based on a representational typology, focused on their discursive representation. The specific objectives are: 1) to identify the social and political profile of black legislators; 2) map the themes mentioned in their publications; 3) describe the presence of these deputies within online social networks based on an index; 4) to analyze the differences between the representational types of the deputies. This work is allocated between the interface of representation and communication, primarily in political communication mediated by digital technologies for democratic representation. The relational character of the representation is considered, establishing it based on the connection between communication and representation. The empirical question that drives this work is: how do black federal deputies build and typify mediated representation from their communication in digital environments? The database is composed of information from 21 federal deputies - elected in 2018 and self-declared black - the variables being divided into three fronts: I) political and institutional indicators; II) digital presence; III) online representation. The data is composed of the information made available in the TSE database and the API of the Chamber of Deputies, and the publications of the most active deputies on Twitter collected from Rstudio and analyzed using a mixed methodology, based on a trajectory analysis. of black federal deputies made by prosopography from digital environments and by quantitative content analysis to build an ideal representational typology of these subjects. The results show that the socio-political profile illustrates that they are mostly men, of an advanced age, with a high level of education (complete higher education) having in their performance political positions (state and municipal council) arising from a political career. They come mostly from the state of Rio de Janeiro and the Workers' Party. It has a high concern in the digital presence. The ideal representational types in the construction of mediated communication by black deputies can be divided into five: The “self-representation / self-promotion”; “Representatives of the People and their origin”; “Representative between the government and society”; “Representative of a specific group” and “Racial representative”. Thus, a large part of black federal deputies is allocated to representational types that have a greater connection with the recipient of their publications, and the greater this direction, the greater the numerical indicators. Evidencing a search for interactive and targeted communication, even if it is not yet consolidated.

**Keywords:** Political representation; Black race; Digital Parliament; Twitter; Internet and Politics.



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ANPG</b>	Associação Nacional de Pós-Graduandos
<b>AVANTE</b>	Avante
<b>BA</b>	Bahia
<b>CE</b>	Ceará
<b>MA</b>	Maranhão
<b>MG</b>	Minas Gerais
<b>MP</b>	Membro do Parlamento
<b>MST</b>	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
<b>PB</b>	Paraíba
<b>PC do B</b>	Partido Comunista do Brasil
<b>PDT</b>	Partido Democrático Trabalhista
<b>PE</b>	Pernambuco
<b>PHS</b>	Partido Humanista da Solidariedade
<b>PRB</b>	Partido Republicano Brasileiro
<b>PSB</b>	Partido Socialista Brasileiro
<b>PSD</b>	Partido Social Democrático
<b>PSL</b>	Partido Socialista Liberal
<b>PSOL</b>	Partido Socialismo e Liberdade
<b>PT</b>	Partido dos Trabalhadores
<b>RJ</b>	Rio de Janeiro
<b>RO</b>	Rondônia
<b>SC</b>	Santa Catarina
<b>SP</b>	São Paulo

## LISTA DE GRÁFICOS

GRAFICO 1- Frequência de parlamentares por partido político .....	47
GRAFICO 2 - Faixa etária dos Deputados Pretos eleitos .....	48
GRAFICO 3 - Distribuição dos partidos pela faixa etária dos parlamentares .....	48
GRAFICO 4 - Presença digital dos deputados federais autodeclarados pretos .....	50
GRAFICO 5 - Distribuição dos seguidos dos parlamentares no Twitter, Facebook, Instagram, YouTube.....	56
GRAFICO 6 - Diversificação da presença digital dos deputados em relação a sua reeleição .	57
GRAFICO 7 - Diversificação da presença digital pela região do Brasil. ....	58
GRAFICO 8 - Diversificação da presença digital em relação ao sexo dos deputados. ....	59
GRAFICO 9 - Diversificação da presença digital em relação ao eixo ideológico dos partidos. ....	60
GRAFICO 10 - Temática política dentro das publicações.....	65
GRAFICO 11 - Distribuição da temática geral pelos deputados .....	67
GRAFICO 12 - Presença de direcionamento a frações raciais, não raciais e temática racial nas publicações dos deputados .....	68
GRAFICO 13 - Menção a grupos sociais presentes nas publicações .....	69
GRAFICO 14 - Distribuição das temáticas raciais presente nas publicações por deputado ....	71

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Indicadores numéricos representacionais.....	45
TABELA 2 - Deputados federais autodeclarados pretos da 56ª legislatura.....	46
TABELA 3 - Ocupação profissional dos parlamentares .....	49
TABELA 4 - Distribuição do índice de presença digital e grau da diversificação. ....	51
TABELA 5 - Quantidade de curtidas e seguidores no Facebook dos parlamentares .....	52
TABELA 6 - Quantidade de seguidores e seguindo no Twitter dos parlamentares .....	53
TABELA 7 - Quantidade de publicações, seguidores e seguindo no Instagram dos parlamentares .....	54
TABELA 8 - Quantidade de inscritos, visualizações nos vídeos e entrada no Youtube dos parlamentares .....	55
TABELA 9 - Modelo analítico de classificação dos tipos representacionais .....	61
TABELA 10 - Indicadores numéricos do Twitter dos parlamentares.....	62
TABELA 11 - Distribuição da pontuação e do tipo representativo pelos deputados pretos....	73

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>21</b>
2.1 PRESENÇA DOS DEPUTADOS ONLINE .....	21
2.2 RAÇA, RECRUTAMENTO E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA .....	24
2.3 COMUNICAÇÃO DE DEPUTADOS NEGROS E MINORIAS .....	26
2.4 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E REPRESENTAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS: DO OFFLINE AO ONLINE .....	28
2.5 REPRESENTAÇÃO RACIAL E ÉTNICA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS .....	31
2.6 REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO NO MUNDO DIGITAL .....	33
2.7 ENTRE RAÇA E O GÊNERO: INDICADORES SÓCIO-POLÍTICOS .....	36
2.8 ENTRE A ANÁLISE POLÍTICA <i>MAINSTREAM</i> E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA DIGITAL.....	39
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>41</b>
<b>4 TRAJETÓRIA E HISTÓRIA: QUEM SÃO OS DEPUTADOS PRETOS DA 56<sup>a</sup> LEGISLATURA .....</b>	<b>46</b>
4.1 PRESENÇA ONLINE .....	50
4.2 O PERFIL SOCIOPOLÍTICO E O GRAU DE DIVERSIFICAÇÃO DA ELITE POLÍTICA PRETA.....	57
<b>5 REPRESENTANTE PARLAMENTAR PRETO: TIPOLOGIA.....</b>	<b>61</b>
5.1 CARACTERÍSTICAS REFERENTES A CONTA E PUBLICAÇÕES DOS PARLAMENTARES (CONNECTIVIDADE, INTERATIVIDADE E COTIDIANIDADE) .....	62
5.2 REPRESENTAÇÃO E ENGAJAMENTO .....	64
5.3 REPRESENTAÇÃO SOCIAL OU REPRESENTAÇÃO RACIAL?.....	67
5.4 CONSTRUÇÃO DA TIPOLOGIA .....	72
5.5 TIPO REPRESENTACIONAL: AUTOPROMOÇÃO/AUTORREPRESENTAÇÃO .....	74
5.6 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTES DO POVO E SUA ORIGEM .....	75
5.7 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTE DE UM GRUPO ESPECÍFICO .....	76
5.8 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTE ENTRE O GOVERNO E A SOCIEDADE .....	77

<b>5.9 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTE RACIAL .....</b>	<b>78</b>
<b><u>6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</u></b>	<b><u>80</u></b>
<b><u>7 CONCLUSÃO .....</u></b>	<b><u>83</u></b>
<b><u>REFERÊNCIAS .....</u></b>	<b><u>87</u></b>
<b><u>APÊNDICES.....</u></b>	<b><u>96</u></b>
<b>APÊNDICE A – DIAGRAMA DE FLUXO DA REVISÃO DE ESCOPO.....</b>	<b>96</b>
<b>APÊNDICE B – LIVRO DE CÓDIGOS USADO NA DISSERTAÇÃO. ....</b>	<b>97</b>
<b>APÊNDICE C – TIPO REPRESENTATIVO, INDICADORES E PONTUAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS PRETOS. ....</b>	<b>106</b>
<b>APÊNDICE D – TABELA COM A FAIXA DOS INDICADORES DE DIRECIONAMENTO A FRAÇÕES RACIAIS E NÃO RACIAIS EM CONJUNTO COM A TEMÁTICA RACIAL. ....</b>	<b>107</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Apesar de serem uma maioria percentual dentro da população brasileira, os negros não estão presentes de forma significativa dentro dos poderes políticos. Na assembleia legislativa nacional, os negros<sup>1</sup> representavam 24,36% dos deputados eleitos em 2018; se mantivermos apenas os pretos, eles representam 4,09% dentro de um universo de mais de 55% da população brasileira autodeclarada preta ou parda. Apesar de ter crescido ao longo dos últimos anos, essa representação ainda não pode ser considerada descritiva da sociedade. Conforme a literatura, a presença desses deputados pode trazer o agendamento e a discussão de determinadas pautas outrora segregadas, em conjunto com um processo diferente de representação e interação com seus eleitores, a partir de sua comunicação, em especial nas redes sociais digitais (PEREIRA, 2011; ALMEIDA, 2017; LESTON-BANDEIRA, 2007).

No início de 2019, a recém-eleita deputada federal, Talíria Petrone (PSOL-RJ) publicou, em seus perfis de redes sociais, que, nas primeiras quatro semanas em que começou a frequentar o plenário da câmara federal, por diversas vezes, os seguranças barraram a sua entrada ou pediram para que ela utilizasse o elevador de serviço mesmo com o broche de identificação parlamentar<sup>2</sup>. Ao fazer essa denúncia em suas redes sociais, houve uma grande repercussão, suscitando o debate em torno do tema tanto de pessoas que a seguiam como também de outros parlamentares. Isso trouxe à tona novas denúncias, como a feita pelo deputado Valmir Assunção (PT-BA), que declarou que, mesmo estando em seu segundo mandato, ainda tinha a sua entrada barrada em algumas situações.

Todo esse processo de Comunicação e interação dentro das redes sociais culminou na organização de seis deputados federais negros: Áurea Carolina (PSOL/MG), Benedita da Silva (PT/RJ), Bira do Pindaré (PSB/MA), Damião Feliciano (PDT/PB), David Miranda (PSOL/RJ), Orlando Silva (PCdoB/SP) e Talíria Petrone (PSOL-RJ) em parceria com ativistas do movimento negro, para a produção de um projeto de lei que tem por objetivo o enfrentamento

---

<sup>1</sup> A categoria negro é composta pelos deputados autodeclarados pretos e pardos.

<sup>2</sup> UOL. Deputadas negras barradas por seguranças planejam projeto sobre racismo. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/04/10/deputadas-negras-barradas-segurancas-planejam-projeto-sobre-racismo.htm>. Acessado em: 26 de out de 2020

e combate ao racismo institucional dentro da administração pública, visando a um acesso igualitário a todos tanto a locais de trabalho como a políticas públicas<sup>3</sup>.

A pesquisa se justifica pela relevância de estudos que envolvam a variável raça dentro da ciência política brasileira e a baixa quantidade de estudos de representação parlamentar de negros que tenham como foco o ambiente digital.<sup>4</sup> Diversos estudos demonstram a importância da representação descritiva dos parlamentares negros (BOWEN, CLARK, 2014; CANON, POSNER, 1999; GAMBLE, 2007; WHITBY, 2000; WILSON, 2010), evidenciando um incremento no sentimento de representação e no aumento de propostas legislativas que favoreçam a comunidade afro-diaspórica. Concomitante a isso, é importante entender a comunicação que esses parlamentares estabelecem com seus representados. Reunido aos fatos anteriores, as mídias sociais permitem que os cidadãos possam se engajar e participar das campanhas a partir de reestruturações de peças publicitárias e de compartilhamento de visões acerca dos candidatos para pessoas próximas (PEREIRA et al, 2019), assim como um grande potencial de comunicação e debate direto com os políticos (MAIA, 2011).

Os estudos em eleições anteriores a 2014 não apresentavam a categoria raça a partir da autodeclaração feita durante o seu registro no TSE; eram produzidos apenas pela heteroidentificação, ou autodeclaração feita pelos pesquisadores (CAMPOS; MACHADO, 2017), ou seja, não é o candidato quem define e declara a sua raça, que é atribuída de maneira externa, a partir do olhar dos pesquisadores sobre o fenótipo desses sujeitos, as autodeclarações eram produzidas a partir de entrevistas e questionamentos direto aos políticos estudados. A primeira eleição a incorporar a raça com autoidentificação (dentro das fichas de inscrição do TSE) foi a de 2014, abrindo uma grande possibilidade de análises. Portanto, este estudo está ancorado no entendimento de como a representação ocorre com os diferentes parlamentares a partir da sua raça, pois o incremento de pretos e pardos traz um benefício único a essa população (TATE, 2018), já que a atuação destes pode ser substancialmente diferente dos brancos.

O recorte dessa pesquisa desassocia a variável negro, pois como estabelecido na literatura sobre declaração racial e a consolidação da variável negro quando se fala de pretos ou pardos está relacionada a esses indivíduos estarem mais próximos entre si, quando comparados aos brancos (MIRANDA, 2010) entretanto os mesmos, ainda possuem

---

<sup>3</sup> GELEDES. Deputados negros protocolam PL de enfrentamento ao racismo na câmara. Disponível em: [https://www.geledes.org.br/deputados-negros-protocolam-pl-de-enfrentamento-ao-racismo-na-camara/?utm\\_source=pushnews&utm\\_medium=pushnotification](https://www.geledes.org.br/deputados-negros-protocolam-pl-de-enfrentamento-ao-racismo-na-camara/?utm_source=pushnews&utm_medium=pushnotification). Acessado em: 26 de out de 2020

<sup>4</sup> A partir de uma pesquisa bibliográfica dentro do Scopus, Web of Science e Google scholar utilizando uma string de busca focada em trabalhos que versassem sobre a representação de minorias parlamentares dentro das redes sociais, foram encontrados três trabalhos que versassem sobre negros, seis sobre mulheres/gênero e apenas 1 sobre latinos, indígenas e LGBTQI+.

características diferentes internamente, dessa forma trazendo a necessidade de lançar luz sobre os pretos, pois o olhar sobre eles dentro do “racismo a brasileira”, o qual opera por gradações da tonalidade da cor da pele, desagregar esse indicador resultaria em uma maior precisão e detalhamento da análise (PAIXÃO; CARVANO, 2008).

Esse trabalho está alocado na interface entre a representação e a comunicação, em especial as potencialidades da comunicação política mediada por tecnologias digitais para a representação democrática (ITUASSU, 2014). Sendo assim, o conceito de representação utilizado não está ancorado puramente na legitimação concedida pelo voto, estando além do Estado, em diversas dimensões sociais (SAWARD, 2010; VIEIRA; RUNCIMAN, 2008).

Considera-se o caráter relacional da representação (CASTIGLIONE; WARREN, 2006; URBINATI, 2008; PETIT, 2009; SAWARD, 2010), em especial definindo-a uma associação comunitária (CASTIGLIONE; WARREN, 2006). Assim, podendo ser estabelecida como uma relação social mediada a partir da conexão entre a comunicação e a representação (ITUASSU, 2014).

Em contrapartida, nos estudos da representação não eleitoral, tem-se dado enfoque em indivíduos e organizações que estejam fora da esfera eleitoral, os quais têm um papel muito importante na política contemporânea (MAIA, 2012). Desse modo, o que pode ser representado são interesses de grupos minoritários politicamente, ou até mesmo perspectivas (PHILIPS, 1995; YOUNG, 2000) de determinados grupos sociais, que seriam porta-vozes do discurso entoado (DRYZEK; NIEMEYER, 2008).

A representação informal possui duas facetas. Em primeiro lugar, ela pode ser apresentada por associações cívicas ou movimentos sociais, que conseguem traduzir e publicizar as demandas de grupos outrora segregados, expondo e demonstrando as suas pautas e necessidades, buscando combater injustiças em arranjos institucionais ou regras sociais, em especial nos casos em que os direitos não são respeitados e aplicados a determinado grupo (MAIA, 2012). Em segundo lugar, e segundo a perspectiva representacional elucidada por Maia (2012), o conceito pode ser visto como uma associação complexa entre a integração e desunião dos indivíduos, sempre orientada para ações futuras. Desse modo, a representação pode ser compreendida como um processo que ajuda a despersonalizar as opiniões e reivindicações. Por conseguinte, "somente com um discurso relativamente coerente é possível articular o descontentamento e nomear as injustiças, como dificuldades ou problemas comuns causados por estruturas institucionais ou por padrões culturais" (MAIA, 2012, p. 431).

Sabe-se que a representação informal está pautada em atores externos ao estado, os quais tem o poder de movimentar e sustentar um debate público em torno de determinadas demandas,



em conjunto com outras maneiras de representação política e de resistência. Isso ocorre a partir da expressão ampla e altamente difundida de questões que afetam o seu grupo social, a partir de uma luta por reconhecimento (MAIA, 2012).

O problema de pesquisa deste trabalho exploratório está na temática interdisciplinar da internet e política (SAMPAIO, BRAGATTO, NICOLÁS, 2016) e no campo da comunicação política. Desse modo, os sujeitos desta pesquisa são os vinte e um deputados autodeclarados pretos eleitos na 56ª legislatura federal, tendo como foco a resposta à pergunta empírica: Como os deputados federais pretos constroem e tipificam a representação mediada a partir de sua comunicação em ambientes digitais?

Mesmo a partir da autorização formal recebida por esses parlamentares no momento da eleição, a representação deve ser entendida como um caminho a ser construído e composto por diversas vias, sejam elas formais e informais. A representação discursiva acionada por esses atores se torna importante para entender não apenas quais grupos eles querem mobilizar e com quais grupos eles querem dialogar dentro do seu mandato, mas também se, de alguma forma, a sua autodeclaração poderia o aproximar ao diálogo com pautas e atores raciais. Este trabalho não descarta que os deputados possam ser representantes locais ou de temáticas, mas tenta entender como se dá a relação entre a autodeclaração racial e a entrada em temas e debates que envolvam isso.

O foco deste trabalho encontra-se na representação discursiva de atores sociais pretos eleitos ao legislativo federal. O objetivo geral é entender o processo de representação dos deputados federais pretos, eleitos na 56ª legislatura, dentro de suas páginas oficiais no Twitter ao longo de seu segundo ano de mandato a partir da criação da tipologia representacional. Os objetivos específicos podem ser divididos em quatro: 1) identificar o perfil social e político dos legisladores pretos; 2) mapear as temáticas mencionadas em suas publicações; 3) descrever a presença destes deputados dentro das redes sociais digitais a partir de um índice; e 4) analisar as diferenças entre os tipos representacionais dos deputados.

Para responder à pergunta de pesquisa pré-estabelecida, o banco de dados é composto pelas informações de 21 deputados federais – eleitos em 2018 e autodeclarados pretos – estando as variáveis divididas em três frentes: I) indicadores políticos e institucionais; II) presença online; III) representação online. A primeira parte é composta pelas informações disponibilizadas a partir do banco de dados do TSE e da API da Câmara dos Deputados, trazendo predicados diversos, como estado de seu nascimento, sexo, profissão, escolaridade, partido, indicadores políticos e institucionais de seu mandato. Essas variáveis se tornam

importantes para compreender um pouco mais dessa elite política preta que está compondo a atual legislatura.

A segunda parte foi coletada a partir das páginas oficiais dos políticos dentro das redes sociais Facebook, Instagram, YouTube e Twitter, que foram escolhidas por serem as redes mais utilizadas no contexto brasileiro (CETIC, 2019)<sup>5</sup>. O seu foco está na tentativa de entender a presença online e suas dimensões, compostas pela quantidade de seguidores, curtidas, publicações e frequência de publicações.

A terceira, e última dimensão, traz a análise dos posts publicados durante os seis primeiros meses do segundo ano de mandato de todos os parlamentares dentro de suas páginas oficiais na plataforma Twitter, codificados a partir de um livro de códigos focado no processo comunicacional e de representação desses sujeitos, visando à categorização das suas reivindicações representativas em tipos ideais.

Para tanto, o trabalho foi desenvolvido a partir das seguintes divisões: 1. Revisão bibliográfica; visa mostrar o que a literatura traz sobre os temas que são importantes na construção da fundamentação do presente estudo, subdividida em Presença dos deputados online, a qual explica a necessidade do uso, implicações e potencialidades das plataformas e redes sociais digitais assim como embasa teoricamente a construção dessa utilização e sua necessidade; raça, recrutamento e representação política, a qual descreve como foi a introdução da variável raça e como seus estudos levantam debates e questões sobre desigualdades estruturais e a sub-representação do negro dentro da esfera política, perpassando por indicadores políticos, de recrutamento e a representação formal.

As próximas sessões da revisão bibliográfica foram produzidas a partir de uma revisão de escopo feita de maneira sistemática, visando trazer os estudos de minorias políticas dentro do legislativo que tenham interface com redes sociais digitais. Desse modo as divisões são: a comunicação de deputados negros e minorias, a qual exemplifica casos e situações que ampliam o debate racial e de minorias políticas dentro do parlamento e a forma como essas situações se relacionam com o comportamento digital dos deputados em questão; a comunicação política e representação em ambientes digitais: do offline ao online, explica e desenvolve o conceito da representação para além das visões estritamente formais, ampliando-a e trazendo correlação entre as teorias de representação produzidas no offline e dentro das plataformas digitais e a

---

<sup>5</sup> Núcleo da Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). (2020). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação: pesquisa TIC Domicílios, ano 2019: Dicionário de variáveis. Disponível em: <http://cetic.br/arquivos/domicilios/2019/domicilios/#documentacao>.

dimensão que esse conceito terá no desenvolvimento do trabalho; representação racial e étnica redes sociais digitais, traz a diferença do comportamento digital de parlamentares negros e de outros segmentos étnicos aos outros parlamentares dentro das assembleias legislativas, e introduz a importância do recorte racial escolhido dentro deste estudo, demonstrando que a entrada de novos grupos minoritários na política modifica as pautas discutidas e a representação construída; representação de gênero no mundo digital, exemplifica e introduz a variável gênero dentro dos estudos, demonstrando a complexa relação entre o gênero e raça dentro das redes sociais digitais, dessa forma não só raça e etnia seriam importantes variáveis dentro de estudos de elites parlamentar no ambiente digital como também o gênero; entre a raça e o gênero no mundo digital, explana sobre a intersecção das variáveis mencionadas anteriormente e a sua relação complexa no contexto digital e na construção de sua representação mediada; por fim, entre a análise política main stream e a comunicação digital, discorre sobre a relação entre os indicadores sociopolíticos e variáveis tradicionais dos estudos de elites e a utilização de indicadores e variáveis comunicacionais e construídas a partir da presença e utilização das redes sociais digitais pelos parlamentares.

Passando para a metodologia e resultados; essa parte descreve todo processo usado na formulação deste trabalho, desde a delimitação dos objetos, literatura utilizada, definição de sujeitos, assim como descreve as análises e escolha das variáveis que foram usadas. Tem as seguintes subseções: Trajetória e história: Quem são os deputados pretos da 56<sup>a</sup> legislatura, a qual aborda o perfil sociopolítico dessa elite parlamentar, demonstrando quem eles são e suas características semelhantes, a presença online, tem como objetivo demonstrar não só quais redes sociais digitais esses parlamentares usam, seus números, mas também demonstram a construção do indicador de presença digital.

As próximas subdivisões dos resultados tem se: Representante parlamentar preto: tipologia, inicia a análise do perfil e das publicações feitas pelos dez deputados que obtiveram a maior presença digital e engajamento dentro do Twitter; características referentes a conta do parlamentar (conectividade, interatividade e cotidianidade), inicia a construção da tipologia, apresentando o três indicadores numéricos utilizados para a categorização dos deputados; representação e engajamento, visa explorar e a entender as temáticas, chamamento a participação e a menção de minorias político-sociais desenvolvidas por esses atores em suas publicações dentro do Twitter; a representação social ou representação racial, buscou entender o relacionamento desses deputados federais pretos com a temática racial e com minorias políticas a partir da menção a grupos sociais ou movimentos políticos racializados.

As seções subsequentes iniciam a relação entre os indicadores numéricos e categóricos para a construção da tipologia, a partir dessa análise chegou-se a cinco tipos, sendo eles: Tipo representacional: Autopromoção/Autorepresentação, consiste no grupo de parlamentares que utilizam o Twitter apenas como um repositório informacional, e não como um lugar de diálogo; tipo representacional: Representantes do Povo e sua origem, consiste em uma representação mais local, de sua zona eleitoral e de seu estado de origem, do que de um grupo específico de pessoas; tipo representacional: Representante de um grupo específico, consiste nos parlamentares que possuem uma maior clareza no seu direcionamento das publicações, tendo questões mais bem delimitadas e um objetivo em sua comunicação, fazendo-a constantemente e possuindo um maior engajamento; tipo representacional: Representante entre o governo e a sociedade, esse tipo tem como característica uma comunicação intermediária entre o governo federal e a sociedade, trazendo informações uteis de ações do executivo para a população; tipo representacional: Representante racial, esse tipo tem como características direcionar a sua comunicação e ações legislativas a grupos raciais.

Por fim, o presente estudo faz a discussão dos resultados a luz da teoria previamente discutida nos capítulos anteriores e traz uma síntese das potencialidades e limitações do trabalho em relação ao campo da Comunicação política e da área interdisciplinar da Internet & Política dentro da conclusão do trabalho.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A revisão bibliográfica desta dissertação tem como objetivo trazer um panorama acerca dos estudos que trabalham com representação política, tanto dentro como fora do ambiente online, tendo como foco minorias políticas como negros, mulheres, latinos e indígenas. Foi dividida em oito tópicos, o primeiro denominado “Presença dos deputados online” trabalha não só com a estada dos parlamentares no ambiente digital, mas também com a interação entre este ambiente comunicacional e os políticos; o segundo tópico “Raça, recrutamento e representação política” observa a relação entre a representação política e a raça, tanto para políticos eleitos como também para os condicionantes que levam a entrada ou não de determinados públicos a política. Os subcapítulos subsequentes foram produzidos a partir de uma revisão de escopo feita sistematicamente, buscando encontrar a literatura indexada às principais bases de pesquisa, tanto brasileiras como internacionais, incluindo artigos que versem exclusivamente sobre a representação de parlamentares pertencentes a minorias políticas em ambientes digitais. Desse modo, a “Comunicação de deputados negros e minorias” tem um caráter introdutório, trazendo a relação destes atores políticos com o ambiente comunicacional e suas motivações de uso; em seguida, é introduzida a variável representacional aos estudos, buscando entender como estes atores constroem a sua representação a partir da sua comunicação, tanto em ambientes offline como digitais, como exposto no “Comunicação política e representação em ambientes digitais: do offline ao online”.

Para uma melhor análise dos artigos, foi definida uma separação dos trabalhos pelo sujeito de pesquisa, trazendo inicialmente a representação racial e étnica (“Representação racial e étnica nas redes sociais digitais”) e posteriormente de gênero. Dessa maneira, foi possível categorizar e explorar os condicionantes sócio-políticos utilizados para fazer uma melhor comparação entre os casos (“Entre a raça e o gênero – Indicadores sociopolíticos”). Por fim, “Entre a análise política *mainstream* e a comunicação política digital” traz a comparação entre os indicadores utilizados pelos estudos, explorando sua origem, a partir de estudos de representação tradicionais, e indicadores focados no ambiente digital.

### 2.1 PRESENÇA DOS DEPUTADOS ONLINE

A utilização de plataformas digitais em muitas campanhas e durante o governo pode ser pensada como estratégia de visibilidade, pretendendo e podendo gerar participação e engajamento dos eleitores e representados, alocando a internet como uma ferramenta de busca e consumo informações políticas, como apresentado por Claudio Penteadó (2011), que expõe que as plataformas digitais podem contribuir para gerenciar a imagem, tanto no momento de campanha como durante o governo, ao passo que também constitui um canal de comunicação direta com a população, se distanciando do intermédio da mídia tradicional e de seu enquadramento, se tornando um repositório de informações. Penteadó (2011) posteriormente traz algumas observações sobre as plataformas, colocando os websites como o principal fórum de comunicação virtual e repositório de informações oficiais, enquanto as mídias sociais teriam uma pluralidade de participação e engajamento político dos eleitores. Entretanto, para promover o engajamento e a participação, não basta apenas a disponibilização de informações dentro de suas páginas oficiais, é preciso um acompanhamento contínuo, analisando as críticas e demandas (BERNARDES; LESTON-BANDEIRA, 2016).

Além da ampla utilização da internet nas campanhas e na comunicação política, as redes sociais tiveram um papel importante e decisivo na política contemporânea, como pode ser observado no excerto a seguir:

Nesse sentido, Twitter e Facebook foram um divisor de águas na história dos padrões de interação *on-line* entre candidatos e cidadãos: ao reduzir os custos operacionais e técnicos de possuir uma plataforma digital, tornando possível a qualquer cidadão leigo ter um perfil e interagir *on-line*, tais ferramentas praticamente universalizaram o uso das tecnologias digitais como recurso de campanha e de interação *on-line* entre cidadão e elites políticas. (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018, p. 40-41).

Partindo para o contexto mais específico, as redes sociais começaram a ser manuseadas com maior intensidade após o ano de 2010, quando houve uma mudança na legislação eleitoral autorizando seu uso. Dessa forma, houve uma predominância do Facebook no Brasil (BRAGA; CARLOMAGNO, 2018), que superou o emprego de outras redes e websites em 80% nas eleições de 2012 (MASSUCHIN; TAVARES, 2017). Para Araújo, Travieso-Rodríguez e Santos (2017), a plataforma vem sendo operada visando a um engajamento e para registrar ações relacionadas à política, proporcionando a obtenção de informações associadas as ações e propostas de determinado político, em conjunto com a oportunidade do engajamento no debate político.

O Twitter começou a ser visto como uma alternativa dentro da política a partir de 2008, na campanha eleitoral dos Estados Unidos, quando fez parte das estratégias do candidato Barack

Obama na internet. A partir disso, muitos políticos começaram prestar mais atenção não só nessa rede, mas também nas outras em conjunto. Desse modo, além de ser uma das redes mais conhecidas entre os cidadãos, se torna um recurso valioso para os políticos tanto nas campanhas eleitorais como na comunicação política cotidiana (AMARAL, PINHO, 2018; BRAGA, CRUZ, 2012; GOMES et al, 2009; WILLIAMS, SPIRO, 2015). Outro fator que contribui para a expansão do emprego da plataforma seria a aproximação entre representantes e representados, retirando a necessidade de interlocutores, gerando um processo de *agenda setting*<sup>6</sup> entre os meios digitais e os meios de comunicação de massa a partir da participação política digital, podendo indicar de forma indireta e restrita a influência das mídias sociais sobre a formação da opinião pública (PEREIRA, 2013; AMARAL, PINHO, 2018).

Dentro das eleições de 2018, a utilização do Facebook e do Twitter foi priorizada para o compartilhamento de conteúdo, enquanto o Youtube teve o seu papel como repositório de vídeos (SAMPAIO et al, 2020). Por outro lado, o WhatsApp foi usado principalmente para o compartilhamento de notícias, potencializado pelo fato de que a rede não sofre de interferência de algoritmos ou questões legais diretas, i.e., dentro dela, os links compartilhados, em sua maioria, eram de outras redes sociais, com o predomínio de links que direcionavam ao YouTube e posteriormente ao Facebook (MONTALVERNE; MITOZO, 2019).

Por fim, a utilização do Instagram se deu para a construção e manutenção da imagem do político em conjunto com uma aproximação dos eleitores a partir do compartilhando da vida privada e não só do profissional (SAMPAIO et al, 2020). Mesmo as pesquisas, que analisam a relação do Instagram com a comunicação política e campanhas, sendo recentes em relação as outras redes, ela é a quarta mídia social mais utilizada no Brasil e sexta no mundo<sup>7</sup>. O uso da plataforma neste contexto vem sendo pesquisado ao longo dos últimos anos, em conjunto com a sua forma e efeitos, sejam elas na construção de narrativas e imagens, emoções, construção de engajamento, participação, aproximação entre eleitores e representantes, *storytelling*, entre outros fenômenos (BENNETT, 2016; EKMAN, WIDHOLM, 2017; LIEBHART, BERNHARDT, 2017; SCHILL, 2012; SAMPAIO et al., 2020; TOWNER, MUÑOZ, 2017; TURNBULL-DUGARTE, 2019; WATERLOO et al., 2017).

Por fim, além de a internet e as redes sociais trazerem potencialidades e novas maneiras de se comunicar, foi constatada uma “associação positiva entre a presença *on-line* dos

---

<sup>6</sup> O conceito pode ser definido pela competição entre os proponentes de questões buscando a atenção da mídia, da população e da elite política, explicando os motivos que levam a determinadas questões serem mais divulgadas e estarem disponíveis ao público ao invés de outras (DEARING; ROGERS; ROGERS, 1996).

<sup>7</sup> STATISTA. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>>. Acesso em: fevereiro de 2020

candidatos e percentuais de votação, o que pode ser considerado um indicador indireto do potencial produtivo da internet no tocante aos resultados eleitorais” (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018, p. 39). Isso demonstra que, assim como o uso delas já tem aumento durante as campanhas, a sua contínua atualização durante o mandato pode auxiliar na governabilidade a partir de uma manutenção ou mudança da imagem construída aliada a um cálculo estratégico (POZOVON; RIBEIRO, 2019). Esses fatores, em conjunto a outros supracitados, podem fazer com que os políticos continuem usando e atualizando suas redes continuamente para uma comunicação e representação política.

## 2.2 RAÇA, RECRUTAMENTO E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Os estudos que introduzem a variável raça dentro da ciência política brasileira trazem à tona todo o processo de criação de políticas públicas de inclusão dos pretos e pardos na sociedade e na política, em conjunto com as discussões acerca das ações afirmativas (FERES JUNIOR, 2004).

Como apresentado por JOHNSON III, em 2000, os negros eram sub-representados dentro do congresso nacional entre 1983 e 1999, uma vez que, de todos os estados da federação, apenas 11 possuíam representantes negros; O Rio de Janeiro (7) era o estado que com mais parlamentares negros, seguido da Bahia (4). Dentro do âmbito partidário, o Partido dos Trabalhadores (PT) teve destaque, possuindo a maior quantidade de representantes desse grupo, 12 dos 29 parlamentares. Outro ponto marcante dos eleitos negros na época seria a predominância de homens, contra apenas três mulheres eleitas no período, destaque para a Benedita da Silva, que vinha sendo eleita sucessivamente desde 86 até 99, sendo a única parlamentar preta ainda atuante dentro da câmara federal, eleita no ano de 2018. O autor demonstra que o problema dessa representação não estava na demanda de candidatos, mas nos possíveis entraves na entrada de deputados negros, que poderia ser falta de incentivos financeiros, determinantes para a realização de campanhas políticas eficientes.

Os estudos que introduziram a variável raça dentro da representação e do recrutamento de parlamentares no legislativo ocorre em meados de 2010, iniciando com os recursos de campanha aliados a representação racial (BUENO; DUNNING, 2013). Nos próximos anos, Campos e Machado (2015) analisaram eleições do legislativo municipal de São Paulo e Rio de Janeiro de 2012. Buscando entender os motivos que levaram à não representação dos negros, demonstraram que pretos e pardos já estavam sub-representados na lista de candidaturas. Tais constatações, encontradas nesse artigo, levaram a entender o processo de forma mais ampla e



robusta, tentando mensurar outras variáveis que possam interferir e trazer explicações ao modelo.

A partir dessa breve introdução ao contexto da pesquisa, Campos e Machado (2017) apresentam, em “O que afasta pretos e pardos da representação política? Uma análise a partir das eleições legislativas de 2014”, uma tentativa de entender os fatores que excluem essa população da representação política. Para tanto, eles utilizam quatro categorias, as quais serão relacionadas com a variável raça, que foi declarada pelos candidatos à câmara federal dos deputados no ano de 2014. São elas: 1) Oferta de candidatura; 2) Perfil social; 3) Recursos de campanha; e 4) Acesso a partidos competitivos.

Analisando a primeira categoria (oferta de candidatura), os autores encontraram uma sub-representação de não brancos em relação à eleição efetiva e à população dentro dos estados do Brasil. Também foi constatado que o sucesso eleitoral de candidatos pretos e pardos é bem mais independente do perfil racial de cada estado, recusando parcialmente a primeira hipótese (CAMPOS; MACHADO, 2017).

A categoria dois (perfil social) organiza os candidatos em relação às profissões que eles desempenham, formando quatro classes: 1) a classe baixa, composta por profissões como trabalhadores rurais e manuais; 2) a classe média, composta por comerciantes, técnicos, entre outros; 3) a classe alta, composta por candidatos que já possuem ensino superior; e 5) a classe muito alta, composta por políticos de carreira, grandes empresários e outros.

Fundamentado em testes de correlação e regressão, os autores encontraram que, quanto mais alta a classe, menor a presença de pretos e pardos, ao passo que, quanto mais alta a classe, maior a chance de se eleger, mesmo a raça inferindo na redução de 23% dos votos. Quando controlada por outras variáveis, a maior parte da desigualdade entre os votos se deve muito ao sexo e à desigualdade de classe (CAMPOS; MACHADO, 2017).

Dentro do acesso aos recursos de campanha, Campos e Machado (2017) encontram que a diferença do percentual de receita entre os brancos e não brancos está presente em praticamente todas as classes, demonstrando que as candidaturas não brancas possuem, em média, 8,9% menos recursos que as outras. Após essas conclusões, os autores propõem que essa categoria seja amplamente analisada, levando em conta outras variáveis que possam interferir nos resultados.

Doravante a estes dados, é possível perceber uma confluência entre a teoria democrática e a exclusão de determinados públicos da política, nesse caso os pretos e pardos. A exclusão histórica, em conjunto com a falta de acesso a recursos tanto sociais como financeiros, pode estar relacionada no processo de não representação e recrutamento dos negros na política.

Portanto, a análise dos fatores que contribuem para a exclusão e sub-representação negra na política deve ser estudada ao mesmo tempo que que devemos entender como os atores políticos pretos conduzem seus mandatos sejam eles no âmbito *off-line* como no *on-line*.

## 2.3 COMUNICAÇÃO DE DEPUTADOS NEGROS E MINORIAS

As repercussões acerca de casos relacionados à raça estão tomando espaço tanto nas mídias tradicionais quanto nas mídias sociais. No dia 31 de julho de 2020, ocorreu um episódio que repercutiu muito nas redes sociais<sup>8</sup>: ao fazer uma entrega em um condomínio de luxo, um motoboy negro foi hostilizado, e um dos fatores importantes, dentre as múltiplas palavras de desrespeito, foram muitas expressões de cunho racista.

O vídeo que denuncia o ocorrido foi amplamente compartilhado pelas redes sociais digitais, com mensagens de apoio à vítima e outras denúncias semelhantes, considerando que esses casos são recorrentes no Brasil<sup>9</sup>. Essa denúncia suscitou manifestações nas plataformas de comunicação digital e no local do ocorrido, Valinhos (SP), evidenciando o debate sobre os casos de racismo no Brasil, que, embora aconteçam em grande número, geralmente não ganham repercussão ou comoção da sociedade, levando em conta todo desenvolvimento do racismo simbólico e de situações que ainda são debatidas sobre democracia racial<sup>10</sup>.

Essa repercussão trouxe à tona declarações de alguns políticos dentro de suas mídias digitais. A deputada federal Talíria Petrone (PSOL-SP), em sua página oficial do Twitter, publicou “o racismo não nos dá trégua um dia sequer. Esse episódio é a cara de um Brasil com forte herança colonialista e que ainda trata os trabalhadores negros como meros servos da casa grande”<sup>11</sup>, pontuando que o racismo<sup>12</sup> é uma marca que ainda continua presente no cotidiano

<sup>8</sup> Defesa de motoboy humilhado em condomínio faz representação por injúria racial contra morador. **G1**, 10 ago. 2020. G1 Campinas e Região. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2020/08/10/defesa-de-motoboy-humilhado-em-condominio-apresenta-representacao-criminal-por-injuria-racial-contramorado.html>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>9</sup> Delegado diz que entregador foi vítima de racismo em shopping no Rio. **G1**, 11 ago. 2020. Jornal Nacional. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/08/11/delegado-diz-que-entregador-foi-vitima-de-racismo-em-shopping-no-rio.html>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>10</sup> Democracia racial pode ser entendida como ideal de igualdade de oportunidades, vida e proteção aos direitos civis e políticos, e a contribuição de todas as raças para a formação do Brasil, sem as mencioná-las e acioná-las de fato (GUIMARÃES, 2002).

<sup>11</sup> PETRONE, T. “O racismo não nos dá trégua um dia sequer. Esse episódio é a cara de um Brasil com forte herança colonialista e que ainda trata os trabalhadores negros como meros servos da casa grande”. 7 ago. 2020. Twitter: (taliriapetrone). Disponível em: <https://twitter.com/taliriapetrone/status/1291788223048450048>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>12</sup> Racismo pode ser definido como discriminação de uma determinada raça, ou seja, mecanismos formais, burocráticos e sociais, sejam eles de direito, autoestima ou discriminação, reproduzindo a situação de não-cidadania e posição social de inferioridade (GUIMARÃES, 1999).

dos negros. O deputado federal David Miranda (PSOL-RJ) trouxe alguns tweets sobre o caso, compartilhando e elogiando a manifestação dos motoboys em frente ao condomínio onde ocorreu a situação de racismo<sup>13</sup> e divulgando “racistas não passarão”<sup>14</sup>, frase que virou símbolo da luta antirracista no Brasil<sup>15</sup>. Essas citações podem demonstrar o potencial das redes sociais em conectar a sociedade aos atores políticos, sendo assim um processo de representação de causas negligenciadas. Concomitante ao que foi explicitado, o objetivo desta seção teórica é produzir uma revisão de escopo feita de maneira sistemática, buscando demonstrar: como a comunicação de minorias políticas se representa no parlamento dentro da era digital?

Foram escolhidos três repositórios de dados: a Web of Science, Scopus e o Google Scholar. Os primeiros dois foram selecionados por conterem os principais periódicos de pesquisa no mundo, ao passo que o Google Scholar foi escolhido pois cerca de 60% da literatura nacional não estão indexadas nas primeiras bases (MUGNAINE et al, 2019), o que ampliaria, desse modo, a base de dados com trabalhos produzidos sobre o tema no Brasil. Foram utilizados os softwares StArt - State of the Art through Systematic Review<sup>16</sup> para a construção e aplicação do protocolo da revisão sistemática e o Mendley<sup>17</sup> para a organização, leitura e fichamento dos textos.

A busca dentro das bases ocorreu por meio da string: (Parliament OR Congress OR “e-parliament”) AND (Representation OR “e-representation”) AND (“new media” OR “social media” OR Facebook OR Twitter OR Instagram OR Youtube OR internet). Ela foi aplicada em todas as plataformas sem uso de filtros para a primeira seleção dos trabalhos. Desse modo, foram coletados 65 trabalhos da Web Of Science, 81 da Scopus e 33 do Google Scholar, totalizando 177 trabalhos. Após a consolidação do banco de dados, houve a seleção dos textos com base na leitura dos títulos, palavras-chave e resumos, e aplicação dos critérios de inclusão, os quais são: I) textos que versem sobre o parlamento, congresso, parlamentares ou o legislativo em si; II) documentos que abordam a representação política e social desses parlamentares; III) trabalhos que tenham sido conduzidos em redes sociais digitais ou discutam o seu processo para

---

<sup>13</sup> MIRANDA, D. “RACISTAS NÃO PASSARÃO! Os entregadores foram até o condomínio em que Matheus sofreu as ofensas racistas feitas por um playboy criminoso. Fizeram um ato em solidariedade e exigindo justiça! #RacistasNaoPassarao #VidasNegrasImportam”. 8 ago. 2020. Twitter: (@davidmirandario). Disponível em: <https://twitter.com/davidmirandario/status/1292079212371890177>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>14</sup> MIRANDA, D. “RACISTAS NÃO PASSARÃO! Esse homem de blusa azul humilhou um trabalhador, o chamando de lixo e dizendo que ele tem inveja de pessoas brancas. Ajudem a identificar esse criminoso pra que pague na forma da lei!”. 7 ago. 2020. Twitter: (@davidmirandario). Disponível em: <https://twitter.com/davidmirandario/status/1291756573241548800>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>15</sup> ZIGONI, Carmela. Mulheres negras em marcha: os racistas não passarão. **Geledes**. Disponível em: <<http://www.geledes.org.br/mulheresnegrasemmarcharacistasnaopassarao/>>. Acesso em: 15 out. 2020.

<sup>16</sup> Disponível em: [http://lapes.dc.ufscar.br/tools/start\\_tool](http://lapes.dc.ufscar.br/tools/start_tool). Acesso em: 20 mar. 2020.

<sup>17</sup> Disponível em: < <https://www.mendeley.com/guides/desktop>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

fins políticos; IV) ter como foco minorias políticas, seja esse foco na temática ou na população (e.g. negros, mulheres, indígenas, pessoas com deficiência). Ao passo que os textos foram excluídos usando os seguintes critérios: I) tratar da representação fora do espectro político; II) apenas citar as redes sociais ou esse tipo de comunicação, não tendo centralidade no trabalho; III) não ter conexão com o legislativo; IV) trabalhar com a população do legislativo, sem recortes de minorias políticas ou temáticas relacionadas a elas; V) analisar a internet no geral, sem focar nas redes sociais; VI) fora do tema.

Inicialmente foram excluídos 7 documentos duplicados e após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, foram rejeitados 135 trabalhos, aceitos 35. Todos os textos selecionados passaram para a fase de extração, na qual ocorreu a leitura integral dos documentos, aplicando os mesmos critérios já mencionados. Dessa forma, o corpus foi reduzido a 12 textos<sup>18</sup>. Por fim, a leitura e revisão dos manuscritos foi direcionada pela grade de leitura: I) qual a minoria ou temática minoritária estudada? II) Qual o objeto de estudo? III) Qual o conceito de representação utilizado? IV) O conceito de representação é puramente digital? V) Qual a rede social central para o estudo? VI) Qual o resultado encontrado pelo estudo?

Por fim, os subcapítulos subsequentes têm como objetivo apresentar os resultados da aplicação do protocolo de revisão sistemática, para entender o conceito de representação utilizado pelos autores, em conjunto com suas implicações para a pesquisa, para tanto, eles estão divididos em cinco repartições, iniciando por uma contextualização do trabalho e seguindo até os indicadores sociopolíticos utilizados nos documentos em relação a população estudada.

## 2.4 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E REPRESENTAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS: DO OFFLINE AO ONLINE

A partir da observação do conceito de representação de minorias políticas (alocadas na esfera legislativa), este trabalho, além da representação formal concedida pelos votos e sua nomeação dentro do congresso, entende a representação ao longo de seu mandato a partir da construção de sua comunicação dentro das mídias sociais digitais.

Pitkin (1697) defende que a concepção básica da representação está alocada no processo ou razão que leva a compreender aquela instância como representativa. Em seu livro “The Concept of Representation”, a autora apresenta uma profunda revisão sobre como o conceito

---

<sup>18</sup> Para a melhor visualização do processo de seleção dos textos, foi criado um diagrama de fluxo que pode ser encontrado no Apêndice 1.

foi utilizado ao longo do tempo em conjunto com suas definições. Ela observa que a representação precisa levar em conta o interesse de seu constituinte trazendo respostas aos desejos deles, em conjunto que os conflitos que ocorrerem devem ser justificados pelos interesses.

Representar aqui significa agir no interesse dos representados, de uma forma que corresponda a eles. O representante deve agir com independência; sua ação deve envolver discrição e julgamento; ele deve ser aquele que age. O representado também deve ser (concebido como) capaz de ação e julgamento independentes, não apenas sendo cuidado. E, apesar do potencial resultante para conflito entre representante e representado sobre o que deve ser feito, esse conflito não deve ocorrer normalmente. O representante deve agir de forma que não haja conflito, ou caso ocorra é necessária uma explicação. (PITKIN, 1967, p. 209)

O processo de representação dos interesses está além de uma representação descritiva, em que a característica fundamental seria a semelhança entre quem representa e quem é representado, buscando que essa identificação traga o compartilhamento de valores (PITKIN, 1967). A observação da comunicação em ambientes digitais, como o Twitter, tem o foco de contribuir para uma discussão e um entendimento amplo do conceito de representação, além das atividades representacionais formais, que são voltadas à formulação de leis, fiscalização do poder público, e que julgam atos praticados por outros governantes, convocam e solicitam informações de autoridades políticas, denunciam ilegalidades dentro dos órgãos e das contas públicas (SOARES, 2011). O engajamento no diálogo e em determinadas discussões é uma forma simbólica de representação, possuindo um grande potencial de agendamento e molde das discussões acerca de temas raciais (SINCLAIR-CHAPMAN, 2002; GILLION, 2016). Dessa forma, a plataforma pode ser vista como um local privilegiado para os representantes expressarem suas opiniões, críticas e apoios (DANCEY; MASAND, 2017).

Em consonância a esse processo, a comunicação e a internet seriam grandes aliadas para a passagem da representação ocasional, que ocorria em grande parte nos períodos eleitorais, para a representação permanente, trazendo um processo de constante contribuição deliberativa e transformando os eleitores em cidadãos-jurados para além das eleições, se estendendo para o mandato (COLEMAN, 2005). Desse modo, o uso das tecnologias de informação, em conjunto com as novas formas digitais de organização democrática, como é o caso de plataformas como o E-democracia<sup>19</sup>, pode contribuir para a transformação dos governos representativos, tornando-os mais responsivos a uma ampla base de cidadãos, ao contrário do que ocorria, pois

---

<sup>19</sup> CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Portal E-Democracia**. Disponível em: <<https://edemocracia.camara.leg.br/>> Acesso em: outubro de 2020.

eram restritos a uma pequena elite, ou seja a tradicionais grupos de pressão (BECKER; SLATON, 2000).

Portanto, para Coleman (2005), as tecnologias digitais de mediação possibilitam uma comunicação mais direta entre o representante e o representado, servindo como um processo de democratização da representação e considerando que o processo representativo é primordialmente comunicativo a partir da mediação entre aquele que está presente e o ausente envolvendo uma personificação de maneira simbólica dessa relação. Como exposto por Silva (2015), a internet, além de ter um grande potencial de engajamento e divulgação em momentos de campanha, permite trazer uma maior visibilidade dessa elite política a partir da comunicação direta de mandato com a população.

Dentro desse processo, o Twitter se torna uma plataforma notável pelo alto compartilhamento de debates políticos advindos de outros espaços comunicacionais (ROSSETTO; CARREIRO; ALMADA, 2013), pois sua construção favorece uma comunicação mais rápida e direta, podendo se tornar uma ferramenta de inserção a comunicação política.

Ao analisar sua relação com a representação parlamentar, é possível perceber que, por mais que tenha limitações de caracteres em cada postagem e não traga uma representação aos moldes da presencial, a rede social traz grandes potencialidades pela natureza pública de seus tweets, aproximando as estratégias de comunicação e do comportamento legislativo ao que é postado no ambiente online (TILLERY, 2019).

Rossetto, Carreira e Almada (2013), ao analisar os artigos que versavam sobre o uso do Twitter por políticos entre 2009 e 2012, identificaram que grande parte dos artigos versavam sobre o uso da plataforma em momentos eleitorais, seguido de análises de casos específicos.

Em conjunto a esses fatos, eles também classificaram os 50 artigos a partir das finalidades do uso da plataforma; sendo o maior expoente o uso para campanhas eleitorais e agenda política, seguida pela opinião e o fazer político diário; mobilização e sondagens de opinião. Concluíram que a plataforma é utilizada majoritariamente por políticos profissionais e candidatos a cargos majoritários. Em contrapartida, essa utilização ainda estava aquém das totais possibilidades da plataforma. Os autores ainda consideram a plataforma como um espaço importante para a construção de sua imagem pública, como pode ser visto no excerto destacado abaixo:

O conteúdo dos tweets observados no caso brasileiro revela interações sociotécnicas entre atores políticos e entre estes e os cidadãos/eleitores; revela o político como homem comum, bem como seu posicionamento diante da política (SILVA; BUENO, 2009). É, além de uma ferramenta de campanha eleitoral e mobilização, um local de exposição de opiniões, sondagens e do fazer político diário para a obtenção de

visibilidade pública e, portanto, para a construção da imagem pública conveniente (ROSSETTO; CARREIRO; ALMADA, 2013, p. 203).

Para representantes, as mídias digitais, no geral, e o Twitter, em especial, proporcionam uma facilidade em alcançar públicos específicos ou para se conectar com seu eleitorado seja por uma tomada de posição, uso de *hashtags*, ou na divulgação de informações importantes. É possível que a representação tanto descritiva quanto substantiva dessa população seja aprimorada e aumentada pelo alcance digital. Destaca-se a plataforma como amplificadora da comunicação política, trazendo oportunidades de construir apoio, em conjunto com divulgação de boletins do congresso, promoção da opinião pessoal, agregar e ampliar rapidamente a conexão com seus representados (GERVAIS; WILSON, 2017; GOLBECK; GRIMES; ROGERS, 2010; STRAUS et al, 2013). A utilização do Twitter pode estar aliada a uma hipermediatização de sua imagem pública em conjunto com a sua construção, visando a uma comunicação mais vantajosa com a esfera pública. Desse modo, a utilização da internet vem aliada aos processos de crescente visibilidade (SILVA, 2015).

Além da utilização em campanhas políticas, o Twitter também é usado por diversas agências governamentais para difundir informações de maneira rápida e simples. Além de ser um espaço para a interação entre os sujeitos, a plataforma também vem sendo usada de maneira educacional, conscientizando a população e aprimorando a eficiência dos serviços públicos. (ROSSETTO; CARREIRO; ALMADA, 2013; PARMELEE; BICHARD, 2012)

## 2.5 REPRESENTAÇÃO RACIAL E ÉTNICA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Algumas pesquisas mostram que os políticos afro-americanos têm utilizado as mídias sociais e a internet de maneira consistente ao longo do tempo, mesmo que seja com uma menor frequência que os brancos (GAINOUS; WAGNER, 2013). Além disso, quanto mais velhos os constituintes, menor a probabilidade do uso das novas mídias (LASSEN; BROWN, 2011;).

Voltando o olhar para como isso se aplica a grupos politicamente marginalizados, como é o caso dos negros, estudos apontam que legisladores afro-americanos não só conseguem representar os negros de maneira diferente dos brancos, com discursos empáticos e uma maior conexão com esse grupo social, como também trazem benefícios únicos a essa população, em relação aos não negros, a partir da sua relação ao apresentarem e defenderem projetos que estejam relacionados aos interesses dessa população dentro do congresso (TILLERY, 2019; TATE, 2018), demonstrando a importância da presença desses deputados dentro dos parlamentos de países miscigenados.

Observando o comportamento e a utilização das redes sociais digitais pelos congressistas negros, estudos demonstram que estes podem postar menos quando comparados a todos em temas gerais. Porém, quando relacionado à temática racial, publicam mais que a média dos deputados não-negros. Entretanto, o conteúdo não se difere substancialmente dos deputados brancos (DANCEY; MASAND, 2017). Além da raça ter um papel importante na intensidade do uso da rede, o gênero funciona da mesma forma: as congressistas negras falam mais sobre raça nessa rede, tendo um papel importante na representação racial no legislativo, trazendo a raça como pauta com maior regularidade que seus colegas homens (TILLERY, 2019).

Wineinger (2019) demonstrou que Mia Love, uma congressista negra e do partido republicano, direcionava apenas 14,5% das postagens a reivindicações de raça ou gênero, sendo as categorias de gênero mais acionadas que as raciais. Quando Love lançava mão da reivindicação racial em suas redes, ela também trazia o papel conservador, com as mesmas argumentações e opiniões usadas por seus colegas de partido, sem desafiar as versões conservadoras das narrativas históricas raciais. A identificação mais recorrente de sua cor vinha a partir da mídia externa, do reconhecimento do outro. Por fim, o processo de representação de Love pode ser considerado bem-sucedido, pois ela não marcou a sua raça ou seu gênero, ela trabalhou na interseccionalidade entre eles e sua ideologia conservadora, conseguindo expandir a sua base em seu distrito majoritariamente branco e seu partido republicano (WINEINGER, 2019).

Grupos marginalizados têm um maior incentivo a procurarem alternativas comunicacionais, pois seus interesses são frequentemente afastados da agenda política; desse modo, precisam buscar novas alternativas para chamar a atenção para essas pautas. Lançando mão de ferramentas como o Twitter, conseguem aumentar a importância de seus interesses a partir da facilitação da cobertura dessas questões minoritárias, permitindo que compitam com uma maior eficácia na agenda legislativa (GERVAIS; WILSON, 2017; ELLIS; WILSON, 2013).

Não só os representantes negros possuem uma comunicação e uma representação diferente dos brancos, como também os latinos. Gervais e Wilson (2017) demonstram que os latinos vinculam as questões políticas à etnia com maior frequência que os brancos, em seus sites, geralmente apresentando uma acessibilidade a partir da língua espanhola, pautas acerca da imigração e uma postura de representação das perspectivas latinas. Essas vinculações também estavam atreladas ao percentual de latinos em seus distritos de origem. Os autores ainda concluem que o Twitter pode ser utilizado como uma ferramenta para representar grupos



específicos e dessa maneira beneficiando-os, a partir do direcionamento dos posts a latinos, uma comunicação mais especializada e de nicho. Desse modo, a plataforma pode ser utilizada para alcançar grupos além da base geográfica, expandindo o limite da sua representação interna aos distritos a partir de um foco em grupos demográficos específicos (GERVAIS; WILSON, 2017).

Marcus Abílio Pereira e Maria Alice Silveira Ferreira (2018) analisaram as redes formadas entre os atores que defendem as pautas relacionadas à população indígena dentro do Twitter. Eles trazem, em seu texto, uma revisão teórica baseada na posição dos povos indígenas na sociedade brasileira e sua exclusão da política. Os autores pontuam que os espaços de interação digital colaboram com as relações entre os representantes e representados, sejam eles voluntários ou militantes, auxiliando na construção de redes de suporte as causas que eles defendem em eleições. Um dos pontos centrais do conceito de representação apresentado nesse artigo é compatível com a representação descritiva, a qual reside na relação positiva do aumento da exposição de personalidades indígenas, como a candidatura a vice-presidência pelo PSOL da Sônia Guajajara, em conjunto com o aumento de indígenas em cargos legislativos e uma melhora na representação (PEREIRA; FERREIRA, 2018).

A real efetivação das potencialidades da plataforma não se dá puramente por sua existência, mas vai também de a população ter disponibilidade e se engajar tanto nos temas quanto nos debates, trazer a motivação correta para que isso ocorra. Assim, entende-se que a entrada de parlamentares de grupos politicamente minoritários melhora o processo de representação dessa população e a representação de grupos raciais e étnicos, potencializada a partir da utilização das redes sociais digitais. (SILVA, 2015; GOMES; MAIA, 2008).

## 2.6 REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO NO MUNDO DIGITAL

Quando são observados os trabalhos que versam sobre a representação de gênero dentro da política, existe um grande arcabouço teórico com contribuições importantes para as democracias contemporâneas, mostrando também que as mulheres possuem diferentes focos representacionais e temáticos (GERSHON, 2008). Partindo desse ponto, esta seção visa a analisar os estudos que trazem essa representação feita por parlamentares dentro das redes sociais.

Assim como os negros, as mulheres também estão subrepresentadas na política. Reyes e Alvarez (2016) demonstraram essa diferença de gênero tanto na mídia quanto na política. Dentro da mídia, as autoras expõem que a representação desigual se dá a partir de uma ausência

da imagem destacada como protagonista, em conjunto com um padrão pré-estabelecido do feminino. Também são demonstrados mais conceitos domésticos ao invés dos profissionais; estando comumente representadas por seus atributos sexuais em vez dos ligados a própria política. O artigo problematiza que, dentro das quatro redes sociais digitais das parlamentares analisadas, houve uma baixa incidência de questões ligadas ao gênero, trazendo como questionamento que não basta apenas ter a representação descritiva feminina, é importante ter uma representação substantiva, carregar as pautas e defendê-las dentro do legislativo.

Desse mesmo modo, Southern e Harmer (2019) trazem que essas dificuldades não estão somente no processo de representação das mulheres na política, mas também em sua entrada, abordando que além das discriminações diretas sofridas, também ocorrem discriminações indiretas, a partir da imposição de um perfil ideal de uma mulher membro do parlamento (MP). Demonstrando que a política é codificada como masculina culturalmente, inibindo-as a procurarem cargos políticos, ao mesmo tempo que quando estão nestes cargos precisam enfrentar diversos processos discriminatórios. Também é demonstrado que existe um erro em explicar a falta de mulheres na política a partir da oferta pela representação feminina. Continuando no processo de dificuldades de representação offline, são abordados pontos de marginalização dentro das notícias políticas, ou um enquadramento que apenas leva em consideração arranjos familiares ou as colocam como forasteiras da política.

Distanciando-se da mídia tradicional, o ambiente online propicia e ajuda as mulheres a se autorrepresentarem, sem os estereótipos colocados pela mídia, inclusive trazendo grandes potencialidades para candidatos de partidos pequenos, por se tornar um lugar para expor a sua opinião e trazer informações pessoais, desvinculadas do partido. Mesmo havendo poucos estudos que comprovem a utilização e o conteúdo das postagens por gênero, ele se mostra uma variável importante para as pesquisas sobre a comunicação de parlamentares em ambientes online (SANDBERG; OHBERG, 2017).

As novas mídias digitais, como o Twitter, potencializam a participação política formal das mulheres no Estado. Entretanto, isso não ocorre com todas as candidatas. Assim, é importante abrir as mídias ao gênero, pois só a partir do questionamento das estruturas andrógenas e desiguais que vai ser possível mudá-las, para então visibilizar os múltiplos papéis e necessidades a partir de uma representação das mulheres em uma sociedade menos desigual (REYS; ALVAREZ, 2016).

Estudos também demonstram que, por um lado, o debate parlamentar e as discussões geradas no Twitter estão interligados: enquanto os parlamentares são nós centrais, o alinhamento partidário se torna mais importante que o gênero dos constituintes, em relação ao

posicionamento sobre a cota legislativa na Alemanha (JOSCHKO; GLASER, 2019). Segundo os autores, não havia diferença significativa entre os tweets feitos por mulheres e homens, indicando que apenas o gênero não seria decisivo em relação a essa temática, sendo preciso analisar essa categoria aliada a justificativa. Os dados ainda demonstram que os homens expressam mais sentimentos negativos que as mulheres em relação às cotas. Porém, eles, ainda assim, acabam apoiando mais a introdução delas do que se opõem. Esses dados, aliados ao fato de que os números de publicações na plataforma aumentaram quando o assunto estava sendo debatido no parlamento, podem demonstrar que as redes sociais têm potencial de ser além de reverberadores das questões que são debatidas dentro do parlamento, expositores da importância da recepção das reivindicações pelos constituintes (JOSCHKO; GOSHER, 2019).

Não obstante, existem fatores que podem influenciar o uso das redes sociais pelos parlamentares, características pessoais, segurança eleitoral e constituintes. O'Connell (2018) demonstrou que dentro dos fatores políticos que influenciam na maneira que a rede social digital é utilizada, o poder político é o primeiro fator demonstrando que senadores tendem a ser mais ativos em comparação a deputados; o segundo fator seria o partido do político, relevante pois, historicamente, os republicanos têm uma maior propensão a aderir a novas formas de comunicação que os democratas (entretanto, ao longo do tempo, isso se alterou, sendo evidenciado por um maior uso das redes sociais pelos democratas). Assim como a câmara legislativa e o partido têm determinada influência na utilização das novas mídias, gênero, raça e idade também trazem seu peso. Salientando ainda que as mulheres tendem a ser mais ativas e postar mais conteúdos em suas redes do que os homens, uma das hipóteses é que isso ocorra para tentar suprir uma certa desvantagem competitiva em outras áreas.

As mulheres tendem a dar mais valor às atividades web de campanha que os homens; além disso, elas avaliaram o Twitter como mais importante na campanha digital em comparação aos seus pares masculinos e ainda se percebe que o partido feminista sueco se baseia grande parte de sua campanha no ambiente online (SANDBERG; OHBERG, 2017).

Isto posto, os congressistas utilizam o Instagram de maneira semelhante a outras plataformas, tendo um direcionamento empresarial, estando praticamente focada no trabalho político em vez de tentar aproximar os eleitores a partir de sua vida pessoal. Outro ponto é que os congressistas tendem a utilizar a plataforma de maneira conservadora, não fazendo uso de todas as potencialidades da rede. Por outro lado, observando as diferenças de gênero, apesar de serem mais ativas que os homens nas redes, as mulheres não necessariamente demonstram mais a vida pessoal delas, tendo uma predominância de fotos com outros constituintes. Já os partidos

têm um certo equilíbrio tanto na presença dentro da rede como em sua utilização, não possuindo diferenças significativas (O'CONNELL, 2018).

Desse modo, a imagem política, construída no Instagram, pode ser considerada como um transmissor de ideias, servindo para construir uma identidade política ou de comunidade, bem como reforçar os valores que o representante e o representados possuem. Os estudos reforçam o poder que as imagens possuem para a construção ou manutenção da representação do grupo (CONNERS, 2005; GRABER, 2012; HILL, 2004; BOS; VAN DOORN; NELSON, 2018).

Dentro do processo de construção da representação a partir das imagens, ao observar como o gênero foi representado dentro das redes sociais do partido e em grandes jornais e comparando a proporção de mulheres a membros do parlamento americano (em imagens publicadas por partidos políticos no Twitter), percebe-se que existe uma diferença entre a representação no congresso e a maneira como foram demonstradas nas imagens, encontrando uma super-representação em ambos em ambos os partidos americanos. Entretanto, quando analisadas as temáticas acionadas, o partido democrata traz mais questões relacionadas às mulheres. Os dois partidos tendem a super-representar as mulheres em seu Twitter, tendo no Democrata essa super-representação aliada a uma maior exposição de temáticas relacionadas à mulher. Ao passo que a mídia tende a representar imageticamente a mulheres de maneira mais fiel a composição do congresso (BOS; VAN DOORN; NELSON, 2018).

Portanto, a imagem construída dentro das redes sociais digitais pode estar aliada a uma construção que, em muitos casos, pode ser discrepante do que ocorre na realidade tanto parlamentar como dos partidos, visando, em alguns casos, não necessariamente a uma mudança na realidade, mas a como ela pode ser percebida e sentida no processo representacional.

## 2.7 ENTRE RAÇA E O GÊNERO: INDICADORES SÓCIO-POLÍTICOS

Quando são observados os indicadores e variáveis utilizados pelos artigos supracitados, é possível perceber dois grandes grupos; o primeiro com variáveis sociopolíticas e o segundo com variáveis digitais e imagéticas ou provenientes das redes sociais. Dentre os trabalhos que buscaram encontrar questões que abordassem prioritariamente a raça, gênero ou etnia, tem-se o estudo de Wineiger (2019), que buscou identificar reivindicações de identidade racial e de gênero e qual seria a sua origem dentro das redes sociais, relacionando as características sociais dos parlamentares as temáticas publicadas, mesmo não trabalhando com indicadores ou variáveis diretamente. Semelhante a este processo, Marcus Pereira e Maria Ferreira (2018)

identificaram a rede de atores defensores de pautas relacionadas a causa indígena, interligando a sua área de atuação e sua etnia: encontrando que grande parte dos perfis que formavam a rede eram compostos por organizações não pertencentes a este grupo social, o que evidencia a dificuldade de ter visibilidade na arena pública. Por fim, Southerner e Harmer (2019) observaram a incivildade direcionada e relacionada às parlamentares, de acordo com seu gênero, buscando encontrar essa relação entre o gênero e mensagens ofensivas, encontrando que as mulheres membros do parlamento eram mais propensas a receber publicações rudes, estereotipantes e que questionavam a sua posição política.

Um segundo grupo de trabalhos teve como foco a construção imagética e o modo como ela poderia estar relacionada tanto à representação quanto à construção da imagem dos parlamentares. Silva (2015) produziu um estudo de caso, com dois deputados, sem trazer variáveis mais generalizadoras, buscando encontrar as tipologias da gestão de suas imagens, como bajulação, autopromoção, suplicação, exemplificação, intimidação e informação, encontrando que grande parte dos deputados utilizou o seu Twitter para gerenciar a sua imagem pessoal e demonstrar competência em seu cargo. Bos, Van Doorn e Nelson (2018) e Reyes e Alvarez (2016) verificaram como a imagem dos parlamentares era divulgada por outros meios e estava relacionada com o gênero. O primeiro grupo de autores examinou a proporção de mulheres representadas nas imagens divulgadas pelos partidos em relação a quantidade de mulheres dentro do Twitter e nas mídias tradicionais, enquanto o segundo buscou compreender a vida social, a partir de palavras e imagens divulgadas por alguns parlamentares durante as eleições Chilenas. O último grupo de trabalho tem como característica a utilização de variáveis digitais aliadas e diferentes fatores: outras variáveis como indicadores políticos e sociais, presença nas plataformas, quantidade de publicações (de temáticas específicas ligadas à raça, etnia ou gênero) e tem como característica principal a utilização de testes de hipóteses e regressões estatísticas.

Os indicadores mais utilizados dentro desses artigos estão relacionados aos partidos dos legisladores, como é caso de Joschko e Gosher (2019), que buscaram entender o processo de representação também pela recepção e direcionamento das propostas. Para tanto, eles categorizaram o partido, gênero, reivindicação, valência dos comentários em relação à reivindicação e pôr fim à justificativa. Entretanto, não houve uma grande diferença entre os partidos durante a discussão sobre a introdução das cotas na Alemanha.

Nesse sentido, democratas negros publicaram muito mais sobre o caso Ferguson<sup>20</sup> do que todos os outros e os democratas brancos mais do que republicanos brancos (DANCEY; MASAND, 2017). Por outro lado, eles podem ter um certo equilíbrio tanto na presença dentro do Instagram como em sua utilização, não possuindo diferenças significativas em temáticas relacionadas ao gênero (O'CONNELL, 2018).

Observando-se que as variáveis de raça e etnia possuíam um comportamento estável, não sendo o mais significativo em temáticas gerais (O'CONNELL, 2018). Quando atrelada a questões e debates sobre negros, a mesma demonstrou ser um importante preditor (DANCEY; MASAND, 2017), e, em temáticas relacionadas a latinos, foi verificado que os parlamentares pertencentes a essa etnia buscaram mais essas temáticas e também direcionam suas publicações a esses públicos (GERVAIS; WILSON, 2017). Ainda nesta temática levando em consideração a composição racial e étnica dos distritos, estes não são um indicador significativo no caso dos latinos (GERVAIS; WILSON, 2017). Entretanto, quando observados a composição de negros, percebeu-se que, quanto maior a quantidade de brancos, mais se falava sobre raça (TILLERY, 2019).

A idade é fator importante para a utilização da rede, e, como esperado, os mais velhos possuem um menor engajamento, ao passo que os legisladores mais jovens não estão só mais dispostos a compartilhar as suas vidas (O'CONNELL, 2018), como também dão mais importância às plataformas digitais durante a campanha e em seus mandatos (SANDBERG; OHBERG, 2017). Em contrapartida, quando pronunciado sobre temáticas raciais, isso se inverte, demonstrando que, quanto mais velho o legislador, mais ele falava sobre raça em seu Twitter, e, quanto mais elevada a média de idade do distrito, mais esse fator aumentava (TILLERY, 2019). Isso mostra que idade é um importante indicador para analisar tanto a presença dos legisladores dentro das plataformas como também em temáticas específicas.

Por fim, o gênero também foi associado positivamente à presença online e à utilização das redes: as mulheres possuem mais contas que os homens dentro da amostra. Assim, o gênero dos deputados tem um grande peso nesse fator, pois, a partir de um teste estatístico, ser mulher tem 12,92% mais de probabilidade de possuir uma conta do que um homem (O'CONNELL, 2018). Destarte, não só elas estão mais presentes nas redes sociais como dão mais importância

---

<sup>20</sup> O caso refere-se a morte a tiros do jovem negro Michael Brown em 2014 por um policial branco em Ferguson nos Estados Unidos da América, para mais informações ver: LÜTTICKE, Marcus. Entenda o caso Michael Brown e os protestos em Ferguson. **DW Brasil**, 20 ago. 2014. Mundo. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/entenda-o-caso-michael-brown-e-os-protestos-em-ferguson/a-17861142>> Acesso em: outubro de 2020.

e valor a essas atividades dentro da web (SANDBERG; OHBERG, 2017) e publicam mais em suas redes sociais sobre temáticas raciais que seus pares homens (TILLERY, 2019).

## 2.8 ENTRE A ANÁLISE POLÍTICA *MAINSTREAM* E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA DIGITAL

Mesmo com o baixo número de artigos que trabalhassem com um conceito de representação puramente digital, tentou-se utilizar teorias e indicadores sociopolíticos para entender o comportamento e a utilização das redes sociais digitais pelos parlamentares; evidenciando uma hibridização do conceito de representação utilizado, transpondo muitas vezes hipóteses da comunicação política *offline* para o mundo digital.

Grande parte dos artigos considerou e traçou um paralelo entre a presença nas redes sociais e a inserção dentro de uma determinada temática no debate como representação, principalmente em questões relacionadas a raça e etnia, visando a fazer uma comparação entre os deputados pertencentes a esses grupos sociais e os brancos, salientando que a presença deles dentro das casas legislativas traz ganhos democráticos para essa população a partir de um processo representativo específico (TATE, 2018).

Em contraste a todas as potencialidades e qualidades das mídias sociais para a comunicação entre representantes e representados, a não presença de alguns candidatos nas redes sociais digitais vem atrelada a diferentes fatores. Isso porque, como pode ser identificado, há parlamentares que evitam o uso do Twitter por receio de exposição ao assédio pessoal nesta plataforma (SANDBERG; OHBERG, 2017), estando sujeitos a mensagens incivis e atos violentos, em especial os dirigidos a mulheres (SOUTHERN, HARMER, 2019) ou até mesmo a outras micro agressões raciais (SILVA, 2020), estando próximo do que se havia percebido nos meios de comunicação de massa tradicional, reforçando estereótipos raciais conturbados a partir de comentários e postagens feitas pelos usuários dentro das redes sociais digitais como Youtube e Facebook (STAMPS, 2020; KOPACZ; LAWTON, 2013; WEAVER; ZELENKAUKAITE; SAMSON, 2012).

Em vista disso, a maior parte das definições de violência contra as mulheres é destacada a partir de três elementos básicos: I) atos violentos dirigidos em grande parte às mulheres dentro da política; II) ataques explicitamente de gênero; e III) o terceiro seria o objetivo final dos ataques, impedir a participação desse grupo na política. Dessa forma, não só as agressões às mulheres ou à sua representação política devem ser vistas como uma afronta à democracia

(SOUTHERN; HARMER, 2019), como também aos demais cidadãos marginalizados no processo político.

Os resultados encontrados demonstram que as parlamentares tinham uma maior propensão a receber tweets rudes do que os homens, também tinham uma maior possibilidade de receber tweets que as estereotipam e questionavam a sua posição como representantes políticas. Outro achado importante seria que, mesmo as mulheres recebendo mais tweets abusivos do que os homens, eles também recebem uma grande quantidade de ofensas em suas redes, não sendo impulsionadas por características específicas mais, parecendo ser uma característica fundamental da comunicação online para esses representantes (SOUTHERN; HARMER, 2019).

A comunicação de minorias se representa a partir de um grande otimismo dentro das redes sociais, com a maioria dos trabalhos destacando suas capacidades e possibilidades de alcançar e se comunicar com seus representantes (GERVAIS; WILSON, 2017), potencializando e disseminando os debates que ocorrem dentro do legislativo para o âmbito digital (JOSCHKO; GOSHER, 2019). A grande possibilidade de comunicação e debate direto com seus deputados (MAIA, 2011) e sua presença traz ganhos significativos a população, como o agendamento e a discussão de determinadas pautas outrora segregadas, em conjunto com um processo diferente de representação e interação com seus eleitores através das redes sociais (PEREIRA, 2011; ALMEIDA, 2017; LESTON-BANDEIRA, 2007). Isso demonstra a importância da representação descritiva dos parlamentares negros (BOWEN; CLARK, 2014; CANON; POSNER, 1999; GAMBLE, 2007; WHITBY, 2000; WILSON, 2010) e evidencia um incremento no sentimento de representação e no aumento de propostas legislativas que favoreçam a comunidade afro-diaspórica.

Além do mais, a dicotomia evidenciada entre os autores supracitados entre raça, gênero, utilização das mídias sociais e partidos, reforça o balanceamento e o controle das variáveis dentro dos modelos de análise, indicando a necessidade de ampliar os estudos brasileiros sobre representação no legislativo com as variáveis de raça e etnia em aspectos centrais.



### 3 METODOLOGIA

A metodologia aplicada neste trabalho é mista, partindo de uma análise de trajetória dos deputados federais pretos feita pela técnica da prosopografia a partir de ambientes digitais (BRAGA; NICOLÁS, 2008) e pela análise de conteúdo quantitativa (CARLOMAGNO; ROCHA, 2016; NEUENDORF, 2002) aplicada sobre as postagens desses legisladores. Para a realização desse processo, optou-se por utilizar a ferramenta de análise estatística SPSS.

O banco de dados do perfil sócio-político<sup>21</sup> é composto por 21 linhas, cada linha representa um deputado federal eleito no ano de 2018 que se autodeclarou preto em seu registro de candidatura dentro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A partir do recorte do objeto, foi estabelecido um livro de códigos<sup>22</sup> de 44 categorias para coletar as informações. O livro de códigos se divide em três partes, a primeira é composta por variáveis que constroem o perfil do deputado, sendo elas: 1) reeleição (apenas do cargo de deputado federal); 2) sigla do partido; 3) ideologia do partido filiado; 4) nome do deputado; 5) nome da coligação; 6) profissão; 7) sexo; 8) grau de instrução.

A segunda parte, em que foram reunidas as variáveis que pretendem mensurar a presença desses políticos online, sendo grande parte delas binárias, medindo ausência e presença, enquanto outras trazem os números de público e publicações que os atores políticos possuem em suas redes sociais, elas são: 1) possui Web Site; 2) possui Facebook; 3) quantidade de curtidas no Facebook; 4) quantidade de seguidores no Facebook; 5) possui Twitter; 6) quantas pessoas a página do Twitter segue; 7) quantos seguidores a página do Twitter segue; 8) data de entrada no Twitter; 9) frequência de postagens no Twitter; 10) presença no Instagram; 11) quantidade de publicações no Instagram; 12) quantidade de seguidores no Instagram; 13) quantidade de pessoas que a página segue no Instagram; 14) presença no YouTube; 15) quantidade de visualizações no YouTube; 16) data de entrada no YouTube; 17) quantidade de inscritos no YouTube; 18) presença em outras redes digitais; 19) possui WhatsApp; 20) presença de verbete no Wikipedia.

---

<sup>21</sup>Marioto, Djiovanni (2021): Banco de dados do perfil Sócio-político e da presença digital da Dissertação: BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS. figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14141444.v1>

<sup>22</sup> Marioto, Djiovanni (2021): Banco de dados da codificação da conta oficial do Twitter da Dissertação: BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS. figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14141462.v1>

Por fim, a terceira parte é composta pelos indicadores de representação social digital, construídos com o objetivo de formular os tipos de representantes a partir dos critérios definidos por Shpakovskaya (2019). Desse modo, ela é composta por 15 variáveis categóricas, sendo elas: 1) Informações gerais – V2) Nome do Parlamentar; 2) Características referentes a Conta do Parlamentar (Conectividade, interatividade e cotidianidade) – V3) Ano de entrada no Twitter; 2.1) Conectividade - V4) Número total de postagens, V5) Total de fãs, V6) Quantidade de repostagens; 2.2) Interatividade - V7) Quantidade de comentários, V8) Quantidade de Amei; 2.3) Cotidianidade - V9) frequência das publicações; 3) Representação e engajamento - V10) Chamamento à participação, V11) Menciona algum movimento social, V12) Post direcionado a um público específico?; 4) Temáticas das postagens - V13) temática política geral, V14) Apresenta temática racial?, V14.1) Qual temática racial apresenta?

A composição dos códigos da variável temática política geral são: 1.“Agenda & Informação Política”, o qual se refere a divulgação de eventos de mandato, *lives*, divulgação de entrevistas e informações de mandato, como divulgação de notícias do legislativo e informações sobre ações legislativas; 2.“Gerenciamento da Imagem Pessoal” tem como finalidade a utilização da rede para divulgar atividades pessoais, fora do âmbito político; 3.“Críticas/ataques ao governo federal/ministros/aliados” foram classificadas as publicações que faziam ataques ou críticas diretas a figuras e ações ligadas ao Presidente em exercício Jair Bolsonaro e seus aliados, como ministros e outros políticos ligados a sua família<sup>23</sup>; 4.“Projetos e políticas públicas (policies)” o qual refere-se apenas a divulgação de ações legislativas, como projetos, emendas parlamentares, pedidos de CPI, e outras ações legislativas do próprio parlamentar ou de sua frente de atuação; 5.“COVID-19” representa as publicações que trazem como foco a divulgação de números, informações ou comentários sobre a pandemia do deste vírus<sup>24</sup>; 6.“Exaltar personalidades ou instituições” foram publicações que faziam elogios e comemorando datas relacionadas, ou a instituições como partidos ou artistas e figuras públicas, enaltecendo seus trabalhos e feitos; 7.“Apoio/defesa do governo federal/ministros/aliado”;8. “Acontecimentos e manifestações sociais” esteve ligado a publicações que continham informações os comentários sobre passeatas, manifestações, greves, carretas e afins; por fim, o código; 9. “Outros” condensou publicações que não possuíam nenhum desses tópicos, tendo

<sup>23</sup> Como é o caso de seus filhos, Carlos Bolsonaro (atualmente vereador do município do Rio de Janeiro pelo REPUBLICANOS) e Eduardo Bolsonaro (atualmente deputado federal na 56ª legislatura pelo PSL-SP).

<sup>24</sup> Brasil tem média móvel de mortes por Covid abaixo de 700 há 2 semanas; casos se aproximam de 5 milhões. **G1**, 06 out. 2020. Bem-estar. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/10/06/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-6-de-outubro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>> Acesso em: outubro de 2020.

como destaque mensagens motivacionais, comunicado de óbito de colegas, trechos de livros e outras particularidades

Os dados foram coletados de duas maneiras distintas. Primeiro, pela consulta e coleta do perfil dos deputados do repositório de dados do TSE<sup>25</sup>. Inicialmente, o banco de dados possuía todos os candidatos as eleições de 2018, como não fazia parte do recorte da pesquisa foi iniciada uma filtragem retirando todos que não obedeciam aos critérios de seleção – deputado federal eleito em 2018 autodeclarado preto – chegando-se ao número de 21. A partir dos dados primários dos deputados, pode-se construir as variáveis de presença digital. Para isso, foi buscado o nome dos deputados em cada rede social, a conta oficial destes sujeitos e, posteriormente, foi acrescentado ao corpus as informações pertinentes contidas nesses espaços conforme as variáveis do livro de códigos.

Para a categorização das reivindicações representacionais dos deputados pretos, foi escolhido o Twitter, pois suas características potencializam a comunicação dos deputados com os seus representados, a partir de uma maneira mais interativa e comunitária, funcionando como um mecanismo único de envolvimento recíproco (DANCEY; MASAND, 2017; LASSEN; BROWN, 2011; PARMELEE; BICHARD, 2012).

As publicações feitas pelos deputados mais ativos dentro do Twitter foram coletadas a partir do Rstudio, utilizando a programação em linguagem R. Para acessar os dados foi utilizada a API (Comunicação com bases de dados por meio de protocolo de Requisição e Resposta) disponibilizada pela plataforma em conjunto com o pacote Retweet. A tabela gerada com os dados possui, além do conteúdo dos tweets, a quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos de cada um deles.

A coleta dos dados dentro da plataforma foi feita no dia primeiro de julho de 2020, tendo como objetivo representar os seis primeiros meses do ano. Como a comunicação com a API do Twitter tem uma limitação temporal e de retorno dos resultados, optou-se por utilizar o comando “*get\_timeline*”, por dar a possibilidade de coletar em um maior período temporal, buscando fazer uma coleta dos últimos tweets publicados pelas contas selecionadas, restringindo apenas às publicações originais. A interface retornou em média 4 mil tweets de cada um dos parlamentares. Objetivando uma comparação mais junta entre eles, foi decidido trabalhar com uma amostragem de 200 tweets, separados e ponderados dentro dos meses, ou seja, se o parlamentar publicou mais ao longo de determinado mês, terão proporcionalmente

---

<sup>25</sup> TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Repositório de dados eleitorais. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais-1/repositorio-de-dados-eleitorais>>. Acesso em: fevereiro de 2020

mais tweets desse período. Foram excluídas todas as publicações feitas anteriormente ao dia primeiro de janeiro de 2020 e posterior ao dia trinta de junho. Para a seleção dos 200 tweets de cada parlamentar, optou-se por pegar as publicações que obtiveram as maiores curtidas dentro dos meses, seguindo o modelo de *claim-making* desenvolvido por Saward (2010), que aponta que a recepção dos usuários e a comunicação também devem ser levadas em conta para o processo representacional. Por fim, todas as publicações selecionadas de cada um dos deputados foram consolidadas a uma tabela e submetidas a uma Análise de conteúdo categorial quantitativa (NEUENDORF, 2002) a partir do livro de códigos supracitado<sup>26</sup>.

Para a criação da tipologia deste trabalho baseou-se nas categorias apresentadas por Shpakovskaya (2019), que propõe a cotidianidade, conectividade, interatividade e individualização como características indissociáveis da representação em ambientes digitais. Segundo a autora, elas podem ser definidas como:

Conectividade implica na conexão de um representante com outros usuários. O nível de conectividade pode ser medido pelo número de seguidores ou fãs em geral (fensi) e o número de repostagens do conteúdo original dos blogueiros por internautas. A interatividade é entendida como um diálogo direto online entre o representante e o público na forma de comentários e mensagens privadas; e formas indiretas de interação, como curtidas e repostagens. Finalmente, a individualização implica que não existe um formato fixo e unificado de blogs e que os deputados do PC são livres para escolher e até mesmo criar seus próprios estilos individuais de expressão online. Assim, a reivindicação online é altamente individualizada (SHPAKOVSKAYA, 2019, p. 395).

Desse modo, a conectividade é um indicador composto pelas variáveis “número de seguidores” e “quantidade de publicações”, a interatividade é composta pelo “Quantidade de Amei na publicação” e “quantidade de repostagens da publicação”, a cotidianidade refere-se à “frequência de publicações”, o engajamento refere-se ao “chamamento a participação”, e, por fim, visando a compreender o processo de construção e direcionamento da representação, introduzo as variáveis representacionais “Menciona alguma minoria político-social” e “Post direcionado a um público específico”, podendo ser para um grupo específico ou para toda a população de uma maneira geral. Em conjunto aos indicadores numéricos, também foram introduzidas variáveis temáticas categóricas, com o objetivo de complementar os indicadores numéricos, sendo elas “Temática política geral” e “Qual temática racial apresenta”. Esses indicadores foram escolhidos pois, para a ocorrência de uma representação de forma legítima,

---

<sup>26</sup> Marioto, Djiovanni (2021): Livro de códigos da Dissertação: BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS. figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14141417.v1>

é preciso que se tenha um feedback dos representados, e que eles possam ter plena liberdade para criticar e expor todas as suas demandas ao seu representante (MAIA, 2012).

Para a construção dos indicadores numéricos, foram alocados os valores em três faixas de alcance, dependendo das variáveis, sendo baixa, média e alta. Pela alta discrepância dos dados, a faixa central foi definida a partir da média e da mediana. Assim, os dados que estiverem abaixo desta linha serão considerados como baixos e os que estiverem acima disso serão considerados altos, como pode ser visto na tabela 1.

TABELA 1 - Indicadores numéricos representacionais

Faixa dos Indicadores	Total de Tweets	Total de seguidores	Total de Retweet	Total de Curtidas
Alto	> 14.593	> 108.082	> 70.516	> 388.308
Médio	12.761 - 14.593	47.484 - 108.082	19.854 - 70.516	60.071 - 388.308
Baixo	< 12.761	< 47.484	< 19.854	< 60.071

Fonte: Autor

A partir do processo de interação entre os indicadores e os temas, se constroem os tipos ideais de representantes, categorizando e alocando os dez deputados federais pretos, a partir de sua comunicação dentro do Twitter, em cinco tipos ideais (de acordo com a maneira com a qual eles se relacionam e se comunicam com seus seguidores): Autoapresentação/Autopromoção, Representante entre o governo e a sociedade, Representante do povo e sua origem, Representante de um grupo específico e representante racial.

#### 4 TRAJETÓRIA E HISTÓRIA: QUEM SÃO OS DEPUTADOS PRETOS DA 56<sup>a</sup> LEGISLATURA

A assembleia legislativa nacional possui 513 cadeiras, compostas na eleição de 2018 por deputados autodeclarados brancos em sua maioria (75%), seguidos pelos pardos com 20,27%, pretos (4,09%), amarelos (0,389%) e apenas um indígena (0,19%)<sup>27</sup>. Para o escopo desta pesquisa, filtramos apenas os 21 eleitos autodeclarados pretos, como pode ser visto na tabela a seguir:

TABELA 2 - Deputados federais autodeclarados pretos da 56<sup>a</sup> legislatura

Nome de urna do Deputado	Partido político
ROSANGELA GOMES	PRB/RJ
LEONARDO MONTEIRO	PT/MG
PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO	AVANTE/BA
HÉLIO COSTA	PRB/SC
BIRA DO PINDARÉ	PSB/MA
HELIO FERNANDO BARBOSA LOPES	PSL/RJ
TALÍRIA PETRONE	PSOL/RJ
JOSE AIRTON	PT/CE
SILVIA CRISTINA	PDT/RO
LÉO MOTTA	PSL/MG
PROFESSOR JOZIEL	PSL/RJ
VICENTINHO	PT/SP
VALMIR ASSUNÇÃO	PT/BA
MARCIO MARINHO	PRB/BA
ANTONIO BRITO	PSD/BA
PASTOR ABILIO SANTANA	PHS/BA
BISPO OSSESIO	PRB/PE
BENEDITA DA SILVA	PT/RJ
DR DAMIÃO	PDT/PB
DAVID MIRANDA	PSOL/RJ
ORLANDO SILVA	PC do B/SP

Fonte: TSE (2018)

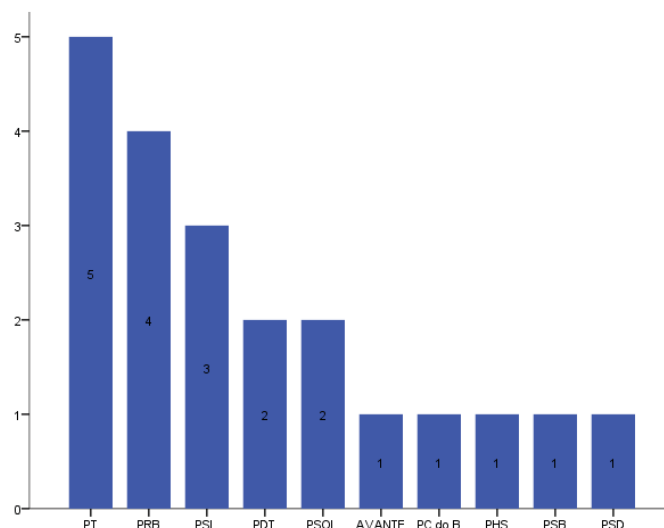
A distribuição de cadeiras ocorreu entre o distrito federal e todos os estados brasileiros. São Paulo é o estado com o maior número de cadeiras (70), seguido por Minas Gerais (53). Entretanto, os estados que mais tiveram representantes pretos foram o Rio de Janeiro, com seis deputados, seguido pela Bahia, com cinco, enquanto Minas Gerais e São Paulo tiveram apenas dois parlamentares cada, ao passo que Ceará, Maranhão, Pernambuco, Paraíba, Rondônia e

<sup>27</sup> HAJE, Laura. Número de deputados negros cresce quase 5%. **Portal da Câmara dos Deputados**, 08 out. 2020. Política e Administração Pública. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/545913-numero-de-deputados-negros-cresce-quase-5/>> Acesso em: outubro de 2020.

Santa Catarina tiveram um parlamentar eleito cada. Das 27 federações brasileiras, apenas dez tiveram representantes pretos, permanecendo 17 não representadas. Consolidando esses dados por região, temos que a elite preta legislativa está dividida entre o Sudeste e o Nordeste, possuindo dez e nove deputados, respectivamente. Enquanto isso, a região Norte e Sul tiveram apenas um eleito, e a Centro-oeste não possui nenhum deputado preto.

Dentro do âmbito partidário, o Partido dos trabalhadores (PT) se destacou com cinco representantes, seguido pelo Republicanos (PRB), com quatro deputados; o crescente número dos deputados do Partido Social Liberal (PSL) na eleição de 2018 também esteve presente entre os pretos, com três cadeiras, seguido pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT) e o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), com três representantes cada; O Avante, Partido Comunista do Brasil (PcdoB), Partido Humanista da Solidariedade (PHS), Partido Socialista Brasileiro (PSB) e o Partido Social Democrático (PSD) tiveram um deputado preto eleito cada. Isto posto, dentro dos 33 partidos regularmente registrados no TSE, apenas dez possuem representantes pretos eleitos dentro do congresso nacional, o que resulta em uma concentração de 57,1% sobre os primeiros três partidos supracitados.

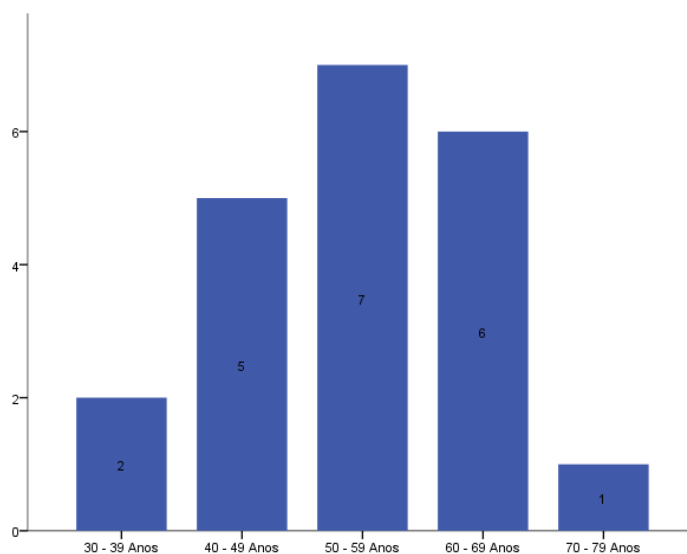
GRAFICO 1- Frequência de parlamentares por partido político



Fonte: Autor

Os deputados pretos possuem um perfil mais velho, conforme representado no Gráfico 2: são apenas dois os deputados na faixa dos 30 anos, Talíria Petrone (PSOL/RJ) com 33 anos e o David Miranda (PSOL/RJ), enquanto a concentração dos outros deputados se dá a partir dos 47 anos, estando na faixa de 50-59 anos, seguida pela 60-69 anos, indo até os 76 anos (Benedita da Silva, do PT/RJ). A média de idade é de 53,7 anos e desvio padrão é de 10,5542.

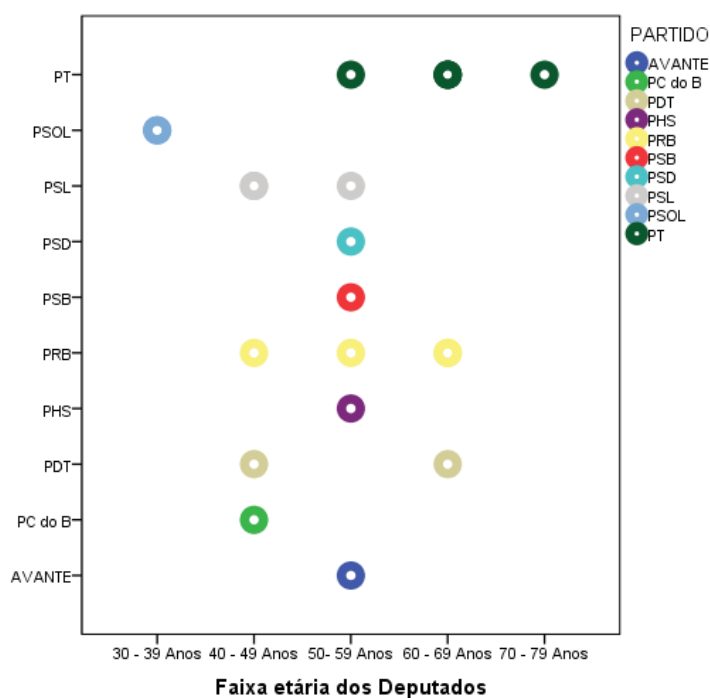
GRAFICO 2 - Faixa etária dos Deputados Pretos eleitos



Fonte: Autor

Quando observado a comparação da faixa etária, é possível encontrar o PSOL e o PT em extremos opostos; o primeiro é composto pelos dois deputados mais jovens do congresso, enquanto a faixa etária dos deputados do segundo partido se inicia aos 50-59 anos, sendo ainda o único com uma representante com mais de 70 anos, já que os outros partidos tem uma distribuição centrada na média de idade, como pode ser visto no gráfico 3.

GRAFICO 3 - Distribuição dos partidos pela faixa etária dos parlamentares





Fonte: Autor

Em conjunto com dados apresentados, esta elite é em sua maioria homens (17) tendo apenas 19% (4) de mulheres pretas dentro do legislativo nacional. As deputadas estão presentes nos partidos PT, PSOL, PDT e PRB. Quando observada a escolaridade, é possível perceber que o perfil predominante possui ensino superior completo (14), 66,7% deles, enquanto 14,3% (3) possuem o ensino superior incompleto, outros três deputados possuem ensino médio completo, enquanto apenas um deles possui apenas o ensino fundamental completo (Valmir Assunção, do PT).

Apesar de 57,1% (12) dos parlamentares pretos estarem ocupando uma cadeira na assembleia nacional pela primeira vez, ao comparar a declaração de sua ocupação profissional junto aos registros do TSE, 67% (14) declararam que ela era voltada a cargos políticos, demonstrando uma carreira política a partir da ocupação de outros cargos e uma familiaridade com conceito de político profissional. Deputado Estadual foi a profissão mais presente entre os parlamentares pretos, tendo 12 deles passado pelo legislativo em seus estados (dois vereadores). As outras profissões informadas foram jornalista e redator (2), bancário e economiário (1), membro das forças armadas (1) e militar reformado (1), a consolidação dessas categorias pode ser vista na tabela 3. Dentro dos políticos que foram reeleitos (9), o destaque vai para a Deputada Benedita da Silva, que ingressou na política em 1983 como vereadora e, posteriormente, tornou-se a primeira mulher preta senadora do Brasil e governadora do Rio de Janeiro. O perfil profissional dos deputados pretos demonstra que eles possuem carreira política e são, em sua maioria, políticos profissionais.

TABELA 3 - Ocupação profissional dos parlamentares

Ocupação do Parlamentar	Frequência	Porcentagem
Político Profissional	14	66,7
Campo da Comunicação	2	9,5
Militar	2	9,5
Outros	2	9,5
Bancário	1	4,8

Fonte: Autor

Findadas a exposição dos dados primários do perfil sociopolítico desta elite, é preciso verificar como ela está alocada dentro das redes sociais digitais a partir de sua presença digital

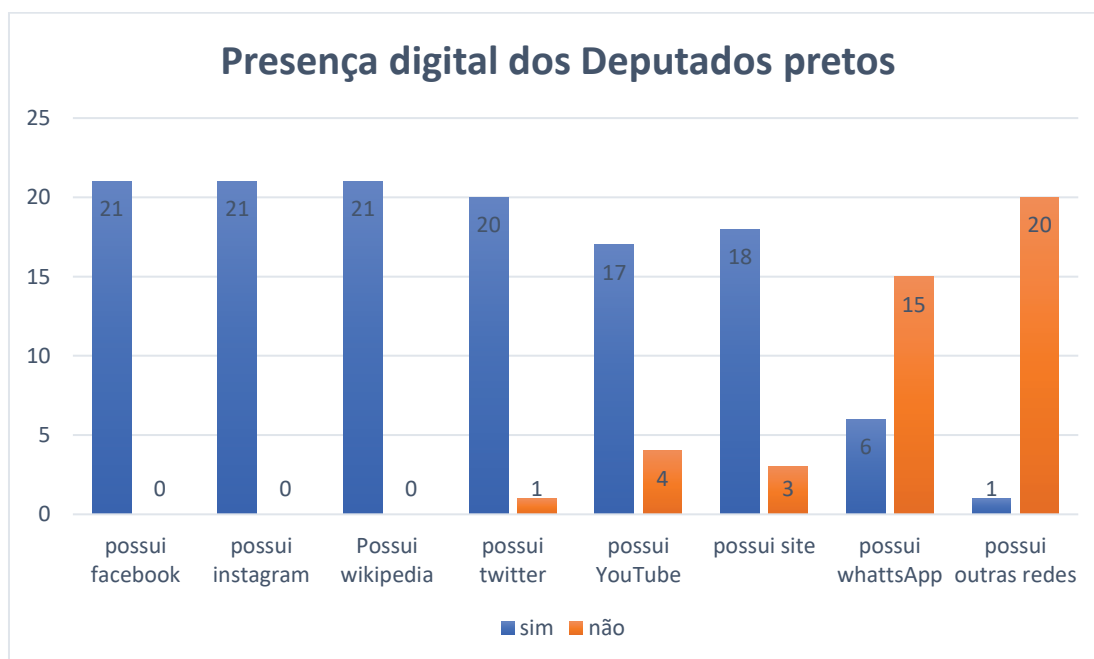
e os números que cada um deles possui nelas. Desse modo, a próxima seção deste trabalho tem como objetivo descrever estes dados.

#### 4.1 PRESENÇA ONLINE

O objetivo desta seção, é destacar a análise dos dados provenientes das redes sociais digitais e coletados a partir da prosopografia online. Portanto, dentro do âmbito digital, grande parte dos deputados continuam mantendo um website, 85,7% (18), em sua maioria o site demonstra ser um espaço de apresentação, centralização de informações pessoais, e divulgação de seus outros canais de comunicação como suas mídias sociais – mesmo a tendência de utilização deste espaço, outrora tão central, tendo caído nas eleições majoritárias, pela facilidade de acesso e uso das redes sociais (BRAGA; CARLOMAGNO, 2019) – diante de apenas três candidatos que não fazem o uso dela.

Partindo para as redes sociais digitais, o Facebook possuiu unanimidade em sua utilização, assim como o Instagram; apenas o Twitter e o Youtube tiveram uma menor presença com 95,2% (20) e 81% (17), respectivamente; houve uma baixa disponibilização do WhatsApp por meio dos deputados, apenas 24% (5) deles mantinham esse canal de comunicação, ao passo que apenas 9% (2) destes possuíam outras redes ativas além das listadas nessa pesquisa. Isso pode ser demonstrado no gráfico 4.

GRAFICO 4 - Presença digital dos deputados federais autodeclarados pretos



Fonte: Autor

A partir da utilização dessas plataformas, é possível medir a incidência dos parlamentares aos meios digitais, como demonstrado na tabela 4. Dessa forma, as categorias foram consolidadas para a formação de um índice de presença digital, que leva em consideração: possuir uma conta ativa ou página no Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, disponibilizar número para o WhatsApp ou mensageiro instantâneo, Wikipedia e site. Mesmo não trazendo todas as variáveis numéricas, como seguidores e publicações em cada uma das redes sociais, pode ser uma maneira de visualizar e mensurar o quão inseridos digitalmente estão esses parlamentares.

Para a construção deste dado foi feita uma tabela cruzada entre os deputados e as redes sociais digitais supracitadas; quando o candidato possuía uma conta dentro da plataforma era marcado o número um, enquanto sua ausência era representada pelo número zero. Após esse processo, foi tirada a média, somando a presença dentro das plataformas e dividindo pelo número total delas. Após esse processo, para verificar o índice geral de presença desta elite, foi feita a média dos índices individuais. Dessa forma, quanto mais próximo de um o candidato está, maior será a sua presença neste ambiente.

TABELA 4 - Distribuição do índice de presença digital e grau da diversificação.

Nome do Deputado	Possui site	Possui Facebook	Possui Twitter	Possui Instagram	Possui YouTube	Possui WhatsApp	Possui Wikipédia	total de presença online	Índice de presença online	Grau de diversificação da presença digital
BIRA DO PINDARÉ (PSB/MA)	1	1	1	1	1	1	1	7	1	Alto
LEONARDO MONTEIRO (PT/MG)	1	1	1	1	1	1	1	7	1	Alto
MARCIO MARINHO (PRB/BA)	1	1	1	1	1	1	1	7	1	Alto
ROSANGELA GOMES (PRB/RJ)	1	1	1	1	1	1	1	7	1	Alto
VALMIR ASSUNÇÃO (PT/BA)	1	1	1	1	1	1	1	7	1	Alto
VICENTINHO (PT/SP)	1	1	1	1	1	1	1	7	1	Alto
BENEDITA DA SILVA (PT/RJ)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
BISPO OSSESIO (PRB/PE)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
DAVID MIRANDA (PSOL/RJ)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
JOSE AIRTON (PT/CE)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
LÉO MOTTA (PSL/MG)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
PROFESSOR JOZIEL (PSL/RJ)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
SILVIA CRISTINA (PDT/RO)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
TALÍRIA PETRONE (PSOL/RJ)	1	1	1	1	1	0	1	6	0,85714286	Médio
ANTONIO BRITO (PSD/BA)	1	1	0	1	1	0	1	5	0,71428571	Baixo
HÉLIO COSTA (PRB/SC)	0	1	1	1	1	0	1	5	0,71428571	Baixo
HELIO LOPES (PSL/RJ)	0	1	1	1	1	0	1	5	0,71428571	Baixo
ORLANDO SILVA (PCdoB/SP)	1	1	1	1	0	0	1	5	0,71428571	Baixo
PASTOR ABILIO SANTANA (PHS/BA)	1	1	1	1	0	0	1	5	0,71428571	Baixo
PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO (AVANTE/BA)	1	1	1	1	0	0	1	5	0,71428571	Baixo
DR DAMIÃO (PDT/PB)	0	1	1	1	0	0	1	4	0,57142857	Baixo
Índice consolidado de presença digital								-----	0,84353741	

Fonte: Autor.

O indicador consolidado da presença dos deputados online a partir da média da presença dos deputados pretos na esfera digital é de 84,3%, variando desde 57,1% (Dr. Damião do PTB/PB) até seis deputados com presença em todas as redes analisadas (Bira do Pindaré, do PSB, Leonardo Monteiro, do PT, Marcio Marinho, do PRB, Valmir Assunção, do PT, Rosangela Gomes, do PRB e o Vicentinho, do PT). A importância de estar presente em ambientes digitais se dá a partir de uma associação positiva dela com o percentual de votação, ou seja, a internet pode servir como um preditor de sucesso ou fracasso eleitoral (BRAGA, CARLOMAGNO, 2019).

A partir do índice de presença digital consolidado, pode ser percebido o grau de diversificação da presença destes deputados separando-os em três categorias; alto, médio e baixo. O primeiro consiste nos deputados que além de estarem presentes em todas as redes sociais digitais observadas ainda possuem um número em uma plataforma de mensageiro direto, como o WhatsApp e Telegram, sendo divulgada em suas páginas oficiais; O segundo grupo também está presente em todas as plataformas, entretanto, não possui a mesma preocupação em disponibilizar canais de comunicação rápida e direta; Já o terceiro, além de não disponibilizar contato direto pelos mensageiros, também não estão presentes em todas as redes sociais digitais analisadas.

Depois dessa breve apresentação da presença dos deputados nas redes sociais, é importante analisar os números que eles possuem, pois são eles que determinam seu alcance dentro das plataformas. A média de curtidas dentro do Facebook é de 92525,81<sup>28</sup>. Outra característica importante presente nessa rede é a possibilidade de só seguir as páginas, muito utilizada para quem quer só ver algumas postagens e informações sem estar diretamente ligado a página, já a média entre os seguidores dos deputados foi de 125021,95<sup>29</sup>. Os deputados que mais possuíam curtidas em suas páginas são David Miranda (PSOL – RJ), com 408.405, seguido pelo Pastor Abílio Santana PHS, com 451.707 e Helio Lopes (PSL – RJ), com 260.572.

TABELA 5 - Quantidade de curtidas e seguidores no Facebook dos parlamentares

Nome do Deputado	Curtidas no FB	Seguidores no FB
ROSANGELA GOMES (PRB/RJ)	54.138	87.404
LEONARDO MONTEIRO (PT/MG)	30.388	61.072
PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO (AVANTE/BA)	75.709	98.144

<sup>28</sup> Desvio padrão de 127732,736

<sup>29</sup> Desvio padrão de 141207,150

HÉLIO COSTA (PRB/SC)	49.504	69.916
BIRA DO PINDARÉ (PSB/MA)	51.180	60.245
HELIO FERNANDO BARBOSA LOPES (PSL/RJ)	260.572	359.002
TALÍRIA PETRONE (PSOL/RJ)	87.558	127.218
JOSE AIRTON (PT/CE)	22.159	32.605
SILVIA CRISTINA (PDT/RO)	17.590	18.287
LÉO MOTTA (PSL/MG)	11.451	44.962
PROFESSOR JOZIEL (PSL/RJ)	28.826	58.826
VICENTINHO (PT/SP)	100.013	194.248
VALMIR ASSUNÇÃO (PT/BA)	34.205	49.436
ORLANDO SILVA (PCdoB/SP)	45.769	136.804
MARCIO MARINHO (PRB/BA)	40.446	55.166
ANTONIO BRITO (PSD/BA)	13.665	13.798
PASTOR ABILIO SANTANA (PHS/BA)	451.707	480.580
BISPO OSSESIO (PRB/PE)	32.867	44.138
BENEDITA DA SILVA (PT/RJ)	101.708	143.019
DR DAMIÃO (PDT/PB)	5.182	11.053
DAVID MIRANDA (PSOL/RJ)	428.405	479.538

Fonte: Autor

Dentro do Twitter, os parâmetros e as informações disponíveis se diferem um pouco aos do Facebook, portanto concentramos os dados nas quantidades de perfis que seguem os deputados (Seguidores) e a quantidades de perfis que são seguidos pelos deputados (Seguindo). Desse modo, a média de seguidores dentro do Twitter é de 61.435,<sup>30</sup> tendo como expoente o David Miranda (PSOL/RJ), com 367.491, deputado Helio Fernando Barbosa Lopes (PSL/RJ), com 307.900 seguidores e a Talíria Petrone (PSOL/RJ), com 246.892. Já a média de perfis que os parlamentares seguem é de 1.671,<sup>31</sup> e o deputado Vicentinho (PT/SP) é quem concentra o maior número (21.247). Seguir muitos perfis pode ser uma estratégia para aumentar o número de seguidores em suas páginas, pois traz mais visibilidade e interação com outras contas.

TABELA 6 - Quantidade de seguidores e seguindo no Twitter dos parlamentares

Nome do Deputado	Seguidores no Twitter	Seguindo no Twitter
ROSANGELA GOMES (PRB/RJ)	2.202	335
LEONARDO MONTEIRO (PT/MG)	8.911	808
PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO (AVANTE/BA)	226	62
HÉLIO COSTA (PRB/SC)	5	0
BIRA DO PINDARÉ (PSB/MA)	12.100	754
HELIO FERNANDO BARBOSA LOPES (PSL/RJ)	307.900	275

<sup>30</sup> Desvio Padrão de 111.689,6298

<sup>31</sup> Desvio Padrão de 4.989,0798

TALÍRIA PETRONE (PSOL/RJ)	246.892	1.057
JOSE AIRTON (PT/CE)	6.217	450
SILVIA CRISTINA (PDT/RO)	373	2
LÉO MOTTA (PSL/MG)	15.229	69
PROFESSOR JOZIEL (PSL/RJ)	2.756	56
VICENTINHO (PT/SP)	41.281	22.700
VALMIR ASSUNÇÃO (PT/BA)	9.181	1.053
ORLANDO SILVA (PCdoB/SP)	64.330	532
MARCIO MARINHO (PRB/BA)	4.009	251
ANTONIO BRITO (PSD/BA)	-	-
PASTOR ABILIO SANTANA (PHS/BA)	7.111	37
BISPO OSSESIO (PRB/PE)	1.806	2.364
BENEDITA DA SILVA (PT/RJ)	123.004	1.772
DR DAMIÃO (PDT/PB)	7.678	90
DAVID MIRANDA (PSOL/RJ)	367.491	763

Fonte: Autor

Já no Instagram, além das informações da quantidade de seguidores e seguindo, a plataforma ainda disponibiliza a quantidade de publicações realizadas por cada usuário. Assim, cada deputado fez em média 2.747,33 publicações<sup>32</sup>, entre imagens ou vídeos; Rosângela Gomes (PRB) foi quem mais publicou (6.395), seguida por Marcio Marinho (PRB), com 3.798 postagens. Dentro da quantidade de seguidores, o deputado Helio Fernando Barbosa Lopes (PSL/RJ) possui destaque com 1.136.686 seguidores, seguido pelo deputado David Miranda (PSOL/RJ), com 596.361, pela deputada Talíria Petrone (PSOL/RJ), com 259.009 e pela deputada Benedita da Silva (PT/RJ), com 154.411 seguidores; todos os outros deputados estão abaixo da marca de cem mil seguidores, enquanto a média geral foi de 372.336,14<sup>33</sup>. Por fim, a média de perfis que os deputados seguem foi de 2.393,48<sup>34</sup>, possuindo o maior número deles o deputado Marcio Marinho (PRB/BA), com 7.451.

TABELA 7 - Quantidade de publicações, seguidores e seguindo no Instagram dos parlamentares

Nome do Deputado	Quantidade de publicações Instagram	seguidores Instagram	seguindo Instagram
ROSANGELA GOMES (PRB/RJ)	7.543	20.348	5.304
LEONARDO MONTEIRO (PT/MG)	1.526	11.060	1.461
PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO (AVANTE/BA)	1.086	30.330	129
HÉLIO COSTA (PRB/SC)	351	11.153	1.032
BIRA DO PINDARÉ (PSB/MA)	3.559	26.526	455
HELIO FERNANDO BARBOSA LOPES (PSL/RJ)	3.822	1.136.699	2.113

<sup>32</sup> Desvio Padrão de 2.271,464

<sup>33</sup> Desvio Padrão de 1.303.890,895.

<sup>34</sup> Desvio Padrão de 2.262,712

TALÍRIA PETRONE (PSOL/RJ)	2.910	259.009	5.563
JOSE AIRTON (PT/CE)	3.042	32.416	3.186
SILVIA CRISTINA (PDT/RO)	2.648	9.293	411
LÉO MOTTA (PSL/MG)	417	5.600	646
PROFESSOR JOZIEL (PSL/RJ)	1.613	23.840	3.846
VICENTINHO (PT/SP)	1.138	6.015	7.272
VALMIR ASSUNÇÃO (PT/BA)	1.441	6.744	282
ORLANDO SILVA (PCdoB/SP)	4.016	27.740	5.848
MARCIO MARINHO (PRB/BA)	4.251	29.612	5.094
ANTONIO BRITO (PSD/BA)	1.434	13.461	3.048
PASTOR ABILIO SANTANA (PHS/BA)	624	42.623	92
BISPO OSSESIO (PRB/PE)	4.565	10.958	1.172
BENEDITA DA SILVA (PT/RJ)	2.902	154.411	2.412
DR DAMIÃO (PDT/PB)	25	1.098	130
DAVID MIRANDA (PSOL/RJ)	8.781	5.960.123	767

Fonte: Autor

A última rede a ser analisada será o Youtube, que disponibiliza as informações de quantidade de inscritos nos canais e quantidade de visualizações que todos os vídeos somados possuem. A média de inscritos nos canais é de 515,188<sup>35</sup>. Já no quesito visualizações dos vídeos postados, a média é de 84.428,41<sup>36</sup> mantendo os deputados apresentados a maior quantidade de visualizações em seus canais. Vale ressaltar que elas dependem da quantidade de vídeos postados também, e, como essa informação não está disponível nos canais, não é possível trazer a real dimensão da visualização deste conteúdo.

TABELA 8 - Quantidade de inscritos, visualizações nos vídeos e entrada no Youtube dos parlamentares

Nome do Deputado	Inscritos no Youtube	Visualizações no Youtube	Data de início no Youtube
ROSANGELA GOMES (PRB/RJ)	11	2.465	ago/14
LEONARDO MONTEIRO (PT/MG)	123	3.093	set/17
PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO (AVANTE/BA)	-	-	-
HÉLIO COSTA (PRB/SC)	13	479	ago/18
BIRA DO PINDARÉ (PSB/MA)	805	212.296	ago/11
HELIO FERNANDO BARBOSA LOPES (PSL/RJ)	2.110	76.097	fev/19
TALÍRIA PETRONE (PSOL/RJ)	89	1.940	fev/17
JOSE AIRTON (PT/CE)	121	32.035	jul/10
SILVIA CRISTINA (PDT/RO)	65	1.207	mar/19
LÉO MOTTA (PSL/MG)	49	631	fev/19
PROFESSOR JOZIEL (PSL/RJ)	295	2.439	set/16
VICENTINHO (PT/SP)	237	5.814	mai/18

<sup>35</sup> Desvio Padrão de 813,7308

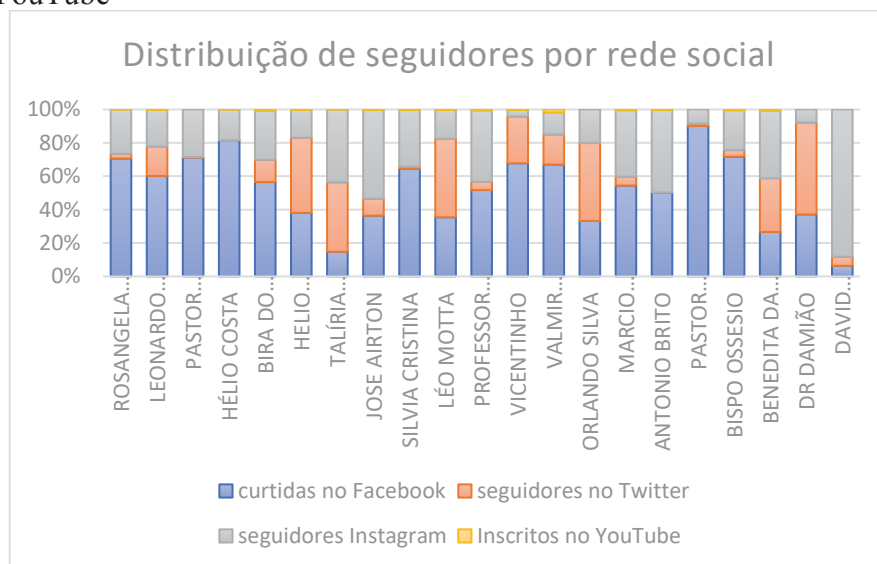
<sup>36</sup> Desvio Padrão de 190.255,07

VALMIR ASSUNÇÃO (PT/BA)	919	759.423	jun/10
ORLANDO SILVA (PCdoB/SP)	-	-	-
MARCIO MARINHO (PRB/BA)	322	18.361	jan/15
ANTONIO BRITO (PSD/BA)	69	5.579	jul/10
PASTOR ABILIO SANTANA (PHS/BA)	-	-	-
BISPO OSSESIO (PRB/PE)	205	19.611	jun/11
BENEDITA DA SILVA (PT/RJ)	2.810	264.685	jun/15
DR DAMIÃO (PDT/PB)	-	-	-
DAVID MIRANDA (PSOL/RJ)	-	29.128	abr/15

Fonte: Autor

Posterior a apresentação dos dados em redes sociais desagregados, é importante trazer a comparação entre a quantidade de seguidores que os deputados possuem em suas diferentes redes, como pode ser demonstrado no gráfico 5. A partir da distribuição de seguidores por rede social de cada deputado federal preto, é possível perceber que grande parte deles concentra seus seguidores dentro Facebook, o que pode significar um maior investimento, produção e publicação nesta rede<sup>37</sup>. Por outro lado, cinco parlamentares chamam atenção invertendo essa lógica, trazendo maiores números em outras redes, como os deputados Dr. Damião (PDT/PB), Orlando Silva (PcdoB/SP) e Léo Motta (PSL/MG) que possuem uma grande predominância de seguidores no Twitter.

GRAFICO 5 - Distribuição dos seguidos dos parlamentares no Twitter, Facebook, Instagram, YouTube



Fonte: Autor

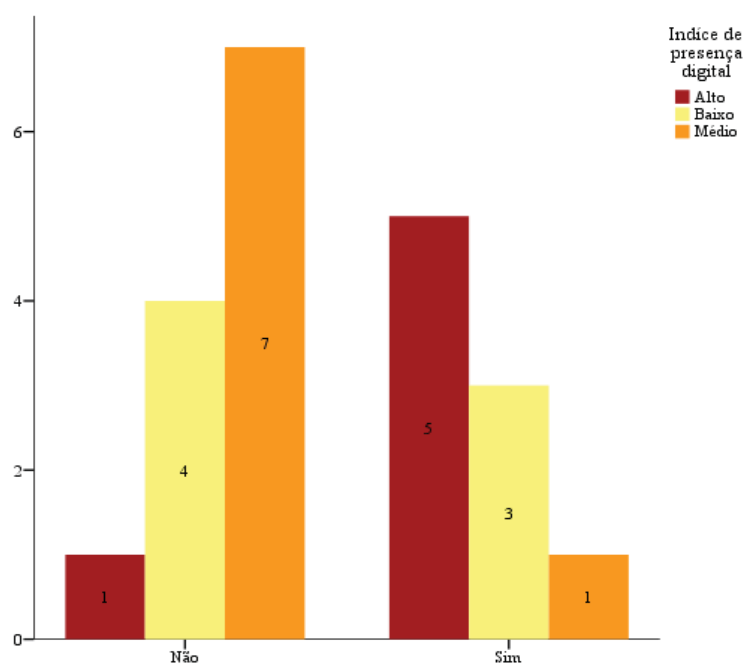


Por outro lado, o deputado Helio Fernando Barbosa Lopes (PSL/RJ) traz o maior número de seguidores no Instagram, assim como a deputada Talíria Petrone (PSOL/RJ), e grande quantidade de seguidores no Twitter, já o Facebook de Lopes só possui mais seguidores que o YouTube da parlamentar. Uma maior utilização do Instagram por esses parlamentares pode ser entendida por uma busca de aproximação entre eles e seus representantes em conjunto com uma construção de sua imagem, como pode ser visto nas seções anteriores deste trabalho.

#### 4.2 O PERFIL SOCIOPOLÍTICO E O GRAU DE DIVERSIFICAÇÃO DA ELITE POLÍTICA PRETA.

Quando cruzado com a variável que simboliza a renovação dentro do legislativo, com se os deputados estão em seu primeiro mandato na Câmara dos Deputados ou não, encontrasse que os sujeitos que possuem os índices de diversificação mais alta das suas presenças digitais, foram reeleitos na 56ª legislatura, enquanto os políticos que estão no espectro médio e baixo, estão em seu primeiro mandato, como pode ser visto no gráfico 6.

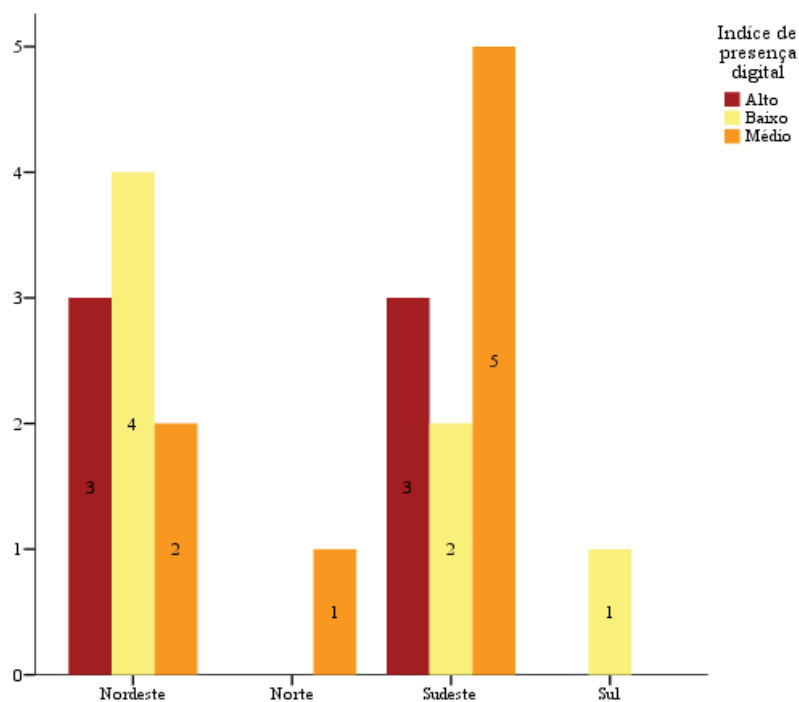
GRAFICO 6 - Diversificação da presença digital dos deputados em relação a sua reeleição



Fonte: Autor

Dentro da distribuição regional do Brasil, como foi apresentado antes os parlamentares pretos em sua maioria são provenientes do nordeste e do sudeste, entretanto eles possuem uma diferença quando relacionados com a presença digital desses deputados, como pode ser visto na gráfico 7, mesmo com equidade na quantidade de deputados (3) com alta presença, a região nordeste tem predominância de sujeitos dentro da baixa distribuição do perfil social, enquanto a região sudeste concentra os casos de perfis medianos, ou seja aqueles que estão presentes em todas as redes sociais e apenas não disponibilizam canais de comunicação rápida e direta.

GRAFICO 7 - Diversificação da presença digital pela região do Brasil.



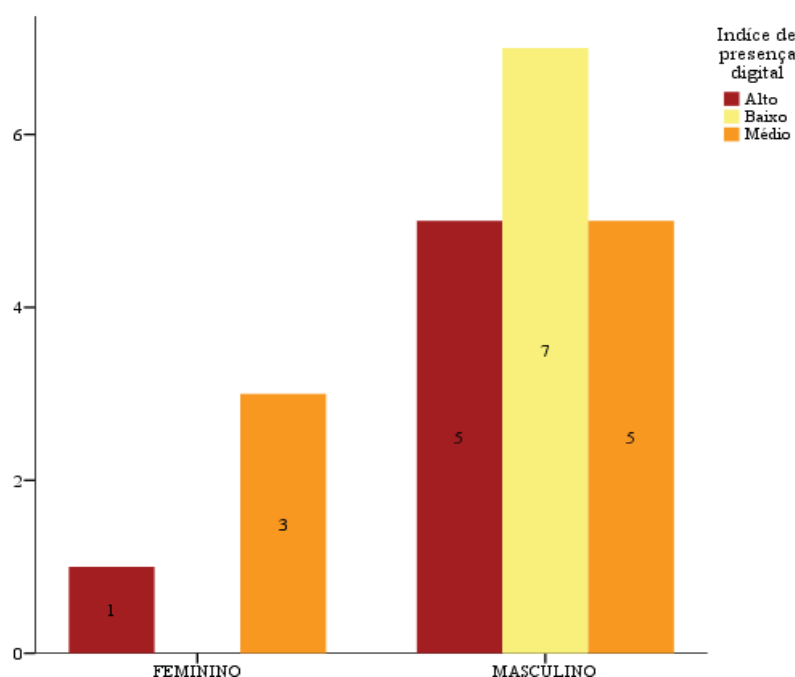
Fonte: Autor

Ao observar a ocupação profissional dos deputados se tornou importante fazer a dissociação para identificar que dentro do esperado os políticos profissionais possuem a maior presença digital a partir do índice estabelecido, em sua maioria (cinco) descreviam sua ocupação profissional como Deputado. Em conjunto a estes dados ao observar o grau de instrução os deputados com índice alto e médio em sua maioria possuíam superior completo

(cinco e seis respectivamente); nesse ponto é importante citar que o único representante que declarou ter ensino fundamental completo, o deputado Valmir Assunção (PT/BA) possui um alto índice de presença dentro das plataformas digitais.

A distribuição do índice de presença digital pela idade desta elite política preta seguiu conforme a distribuição, estando concentrados os maiores índices na faixa de 50 - 69 anos, em consonância a isso a faixa de 50-59 anos também possui o maior número de deputados com um baixo índice de presença digital (três). Passando para o sexo, conforme demonstra a gráfico 8 das quatro deputas pretas, uma possui um alto índice, a Rosângela Gomes (PRB/RJ), enquanto as outras três estão alocadas no médio índice. Ao passo que apenas os homens possuem um baixo índice de presença digital (sete deputados estão alocados nesta classificação).

GRAFICO 8 - Diversificação da presença digital em relação ao sexo dos deputados.

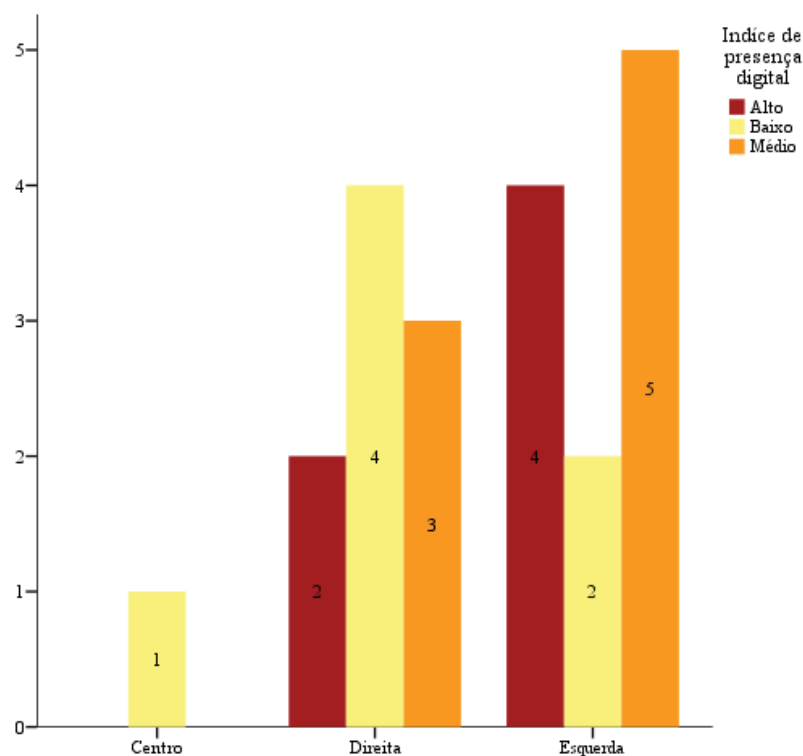


Fonte: Autor

Por fim, os partidos políticos dos deputados foram agrupados conforme o grande eixo ideológico esquerda-centro-direita (DA SILVA TAROUÇO; MADEIRA, 2013; CODATO; BERLATTO; BOLOGNESI, 2018) e comparados com a presença digital, resultando no gráfico 9, onze dos vinte e um deputados estão alocados em partidos classificados ideologicamente como de esquerda, dentro deles em sua maioria possuem um médio e alto índice de presença

digital, ao passo que os nove deputados de partidos de direita em sua maioria possuem um baixo e médio índice de presença digital.

GRAFICO 9 - Diversificação da presença digital em relação ao eixo ideológico dos partidos.



Fonte: Autor

Ao trazer a comparação do perfil dessa elite com a intensidade de sua presença dentro do ambiente digital, percebeu-se que os seis deputados que além de estarem presentes em todas as redes sociais digitais e disponibilizavam canais de comunicação direta com a população eram de partidos com a ideologia situada dentro da esquerda e foram reeleitos para o cargo de deputado federal. Outro fator importante revelado, é que os deputados que possuíam os mais baixos índices compartilhavam características como o fato de serem homens, de partidos alocados no eixo ideológico da esquerda e de estados da região nordeste do Brasil.

## 5 REPRESENTANTE PARLAMENTAR PRETO: TIPOLOGIA

A partir da observação da presença digital dos deputados federais pretos, bem como seu índice, foram selecionados os dez que mais se comunicaram dentro do Twitter durante o ano de 2020, para poder aplicar a análise de conteúdo em suas publicações, tendo como linha de corte o mínimo de 200 tweets nos seis primeiros meses. Dessa forma, os outros onze sujeitos ou não publicaram durante esse período, ou utilizaram essa rede de maneira ínfima; os selecionados dentro do recorte foram: Benedita da Silva, Bira do Pindaré, David Miranda, Helio Lopes, Leonardo Monteiro, Orlando Silva, Rosângela Gomes, Talíria Petrone, Valmir Assunção e Vicentinho. Conforme apresentado na metodologia, foram construídos cinco tipos ideias a partir da relação entre as características referentes a conta e publicações dessa elite e o direcionamento das publicações e suas temáticas, conforme pode ser observado na tabela 9:

TABELA 9 - Modelo analítico de classificação dos tipos representacionais

Tipo Representativo	Conectividade	Interatividade	Cotidianidade	Direcionado a frações não raciais	Direcionados a frações raciais	Apresenta temática racial	Pontuação	Rótulos
Autorepresentação/Autopromoção	Baixo	Baixo	Baixo ou Médio	Médio	Baixo	Baixo	7 ou 8	Baixo 1 Ponto
Representantes do Povo e sua origem	Médio	Baixo	Alto	Baixo	Baixo ou Médio	Baixo ou Médio	9 ou 11	Médio 2 Pontos
Representante entre o governo e a sociedade	Alto	Alto	Alto	Baixo	Baixo	Baixo	12	Alto 3 Pontos
Representante de um grupo específico	Baixo ou Alto	Baixo ou Médio	Alto	Alto	Médio ou Alto	Médio ou Alto	17 ou 18	
Representante racial	Médio	Baixo ou Alto	Alto	Baixo ou Médio	Alto	Alto	21 ou 23	

Fonte: Autor

Para a classificação dentro do modelo analítico optou-se por separar e tabular as variáveis em uma escala de um a três; onde o um significa baixo, o dois médio e o três alto, atribuindo essa pontuação conforme os deputados estavam posicionados nesta escala. Os tipos: Representante de um grupo específico e Representante racial tiveram peso dois nas variáveis direcionamento a frações raciais e direcionamento e temáticas raciais respectivamente, por

serem características importantes para a tipificação. Desse modo, se um deputado tivesse alocado no eixo alto nessas duas variáveis ao invés de três, seria contabilizado seis pontos em cada. Assim sendo, neste capítulo, apresentamos os resultados de nossa tipologia para a classificação dos parlamentares pretos conforme o modelo analítico adotado.

### 5.1 CARACTERÍSTICAS REFERENTES A CONTA E PUBLICAÇÕES DOS PARLAMENTARES (CONECTIVIDADE, INTERATIVIDADE E COTIDIANIDADE)

Esta seção observa as características referentes a conta e as publicações dos Parlamentares construindo os indicadores de conectividade (número total de postagens feitas na conta e total de seguidores da conta), interatividade (quantidade de repostagens da publicação e quantidade de amei na publicação) e cotidianidade (frequência das publicações). Como pode ser observado na tabela abaixo:

TABELA 10 - Indicadores numéricos do Twitter dos parlamentares

Parlamentar	Ano de entrada	Total de Tweets	Total de seguidores	Total de Retweet	Total de Curtidas	Frequência das publicações
BENEDITA DA SILVA (PT/RJ)	2009	15.346	85.048	27.185	140.150	Atualizações diárias
BIRA DO PINDARÉ (PSB/MA)	2010	16.081	10.929	749	4.115	Atualizações diárias
DAVID MIRANDA (PSOL/RJ)	2014	8.749	368.233	236.879	1.405.414	Atualizações diárias
HELIO LOPES (PSL/RJ)	2014	17.296	271.106	219.340	1.215.536	Atualizações diárias
LEONARDO MONTEIRO (PT/MG)	2010	11.151	8.144	20.267	2.982	Publicações semanais
ORLANDO SILVA (PCdoB/SP)	2011	14.371	55.540	19.440	110.036	Atualizações diárias
ROSANGELA GOMES (PRB/RJ)	2010	4.648	2.079	70	390	Desatualizado
TALÍRIA PETRONE (PSOL/RJ)	2010	7.608	232.002	176.933	986.473	Atualizações diárias
VALMIR ASSUNÇÃO (PT/BA)	2014	7.811	8.310	2.656	10.105	Atualizações diárias
VICENTINHO (PT/SP)	2009	42.869	39.428	1.642	7.877	Atualizações diárias

Fonte: Autor

Observando o ano de entrada dessa elite política dentro da rede social digital, é possível perceber que eles possuem uma média de 9,9 anos<sup>38</sup> de idade das contas, sendo as mais antigas criadas no ano de 2009 (Benedita da Silva e Vicentinho) e as mais novas de 2014 (David Miranda, Helio Lopes e Valmir Assunção). Desse modo, todas elas possuem, no mínimo, 7 anos de criação. Partindo para o total de publicações feita por cada usuário, encontra-se uma média de 14.593 tweets<sup>39</sup>, sendo o deputado Vicentinho aquele que, além de possuir a conta mais antiga, também tem o maior número de entradas (42.869) ao longo dos últimos 12 anos. Partindo para as variáveis mais interacionais do banco de dados, podemos perceber uma certa discrepância entre os sujeitos, com desvio padrão variando entre 98 mil e 573 mil. Dessa forma, os próximos dados serão comparados a partir da mediana, visando a minimizar o efeito destes *outliers*.

Isto posto, a concentração de seguidores, as curtidas e os retweets de suas postagens estão entre três sujeitos que não necessariamente possuem as maiores entradas, como pode ser visto na tabela 9, sendo eles David Miranda (PSOL/RJ), Hélio Lopes (PSL/RJ) e Talíria Petrone (PSOL/RJ). Ao observar os seus estados de origem, todos eles são provenientes do Rio de Janeiro e estão de acordo com a utilização das redes sociais digitais a partir da ideologia, tendo historicamente os partidos de esquerda uma presença e uma aderência a novos locais de comunicação e o fenômeno da nova direita a partir das eleições de 2018 com o parlamentar do PSL (PENTEADO; LERNER, 2018).

Passando para os demais pesquisados encontra-se uma mediana de 47.484 seguidores por conta<sup>40</sup>, a mediana de Retweet é de 19.854<sup>41</sup>, a comparação entre as curtidas revela uma mediana de 60.071<sup>42</sup>, mostrando uma alta concentração de interação por parte desses usuários, podendo significar um maior foco por parte deles na rede social e em uma comunicação mais rápida e direta com seus seguidores. Com exceção da Rosângela Gomes (PRB/RJ), que não atualizava sua conta a mais de um mês, e o Leonardo Monteiro (PT/MG), que trazia publicações semanais. Todos os outros parlamentares possuíam frequência de publicações diárias em seu Twitter oficial.

---

<sup>38</sup> Desvio padrão de 2,0789

<sup>39</sup> Desvio padrão de 10.798 e mediana de 12.761

<sup>40</sup> Média = 108.082 e Desvio Padrão = 132.595

<sup>41</sup> Média = 70.516 e Desvio Padrão = 98.511

<sup>42</sup> Média = 388.308 e Desvio Padrão = 572.515

## 5.2 REPRESENTAÇÃO E ENGAJAMENTO

As variáveis contidas nesta seção têm um caráter mais exploratório (nominais categóricas) e visam a explorar e a entender as temáticas desenvolvidas por esses atores em seu Twitter, ou seja, diferente do que foi tratado anteriormente, esta sessão se dedica aos 2000 tweets coletados das contas dos dez parlamentares selecionados e não mais das suas contas em si, desse modo, aqui serão expostas as frequências e cruzamentos da: V10 – Chamamento à participação; V11 – Menciona alguma minoria político-social; V12 – Post direcionado a um público específico; V13 – temática política geral; V14 – Apresenta temática racial; V14.1 – Qual temática racial apresenta.

O engajamento político dos deputados é composto tanto pela temática política geral contida dentro das publicações, como também se essas publicações chamam o público a participar, não apenas de campanhas específicas, mas também de outros eventos. Aprofundando este dado, apenas 7,2% (145) das publicações traziam esse chamado para a ação, enquanto a sua grande maioria utilizava invocativos, como “ATENÇÃO”, “URGENTE”, “VITÓRIA”, seguida de informações sobre ações parlamentares, notícias da mídia ou debates, não engajando e contando com a participação dos usuários da plataforma. Observando apenas as publicações que tiveram essa característica, percebeu-se uma mediana de treze publicações por candidato<sup>43</sup>. Houve quatro políticos que se destacaram: Leo Monteiro (PT/MG), com vinte e quatro publicações, seguido por David Miranda (PSOL/RJ), com vinte e duas, Benedita da Silva (PT/RJ) com vinte e uma, e, por fim, Hélio Lopes (PSL/RJ), com vinte. Geralmente, as publicações que possuem essa característica estavam relacionadas à divulgação ou às campanhas, como é o caso do David Miranda convidando a população a assinar um abaixo assinado de Impeachment do Presidente Jair Bolsonaro (Sem partido) ou a divulgar seus eventos de campanha, principalmente as *lives*, muito difundidas e utilizadas durante o período de 2020.

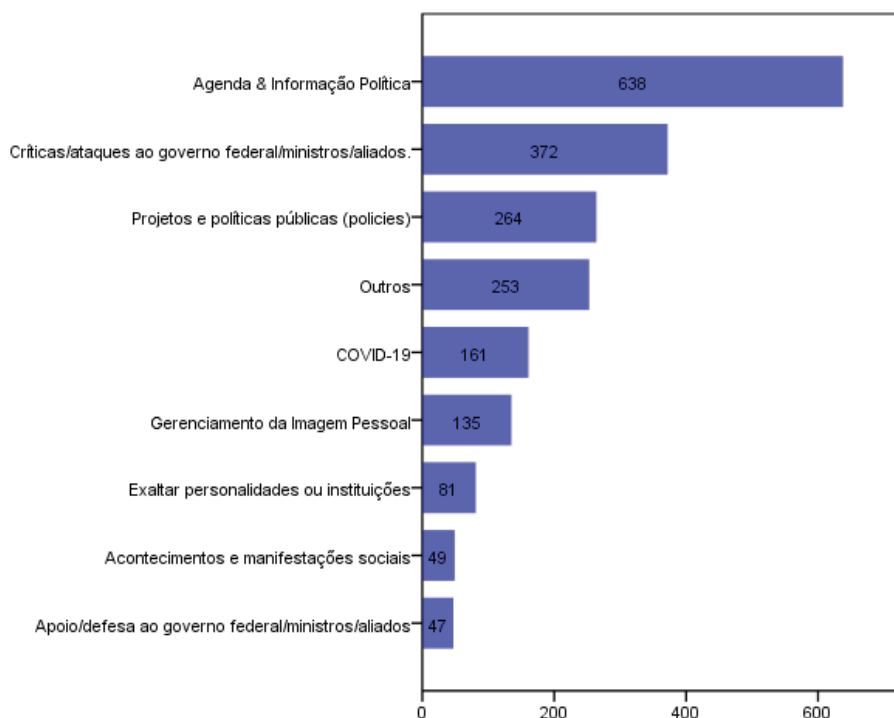
A variável de temática política buscou entender quais fins essa elite busca em sua comunicação dentro da plataforma, tendo em sua composição nove códigos. A consolidação desses dados pode ser vista no gráfico 6, o qual possui o cruzamento entre os políticos estudados e as temáticas políticas ocorridas em mais de 5% da amostra.

---

<sup>43</sup> Média = 15 e Desvio padrão de 6,90



GRAFICO 10 - Temática política dentro das publicações



Fonte: Autor

A temática política mais utilizada pelos parlamentares é a “Agenda & Informação Política”, que está presente em 31,9% (638) das publicações, condizente com os estudos anteriores dentro da plataforma, demonstrando que mesmo com o passar do tempo o Twitter continua tendo o foco na divulgação da agenda política e de informações parlamentares (AGGIO, 2015; AGGIO, 2020). A segunda temática mais acionada foi “Críticas/ataques ao governo federal/ministros/aliados”, com 18,6% (372), o que pode ter ocorrido por grande parte dos deputados pretos mais comunicativos estarem alocados na oposição ao governo federal, podendo ser explicado tanto pela maneira como foi feita a amostragem quanto pelo cenário político social brasileiro, com diversas denúncias envolvendo esses sujeitos<sup>44</sup>, tendo apenas dois representantes que declararam “Apoio/defesa ao governo federal/ministros/aliados” – este código esteve presente em apenas 2,4% (47) da amostra – explícita em suas publicações; o deputado Hélio Lopes (PSL – RJ) acionou essa categoria em 23% (46) das publicações analisadas em sua conta, sendo a terceira temática mais utilizada, enquanto a Rosângela Gomes (PRB/RJ) trouxe uma publicação neste sentido.

<sup>44</sup> MOREIRA, A. **Três denúncias contra Bolsonaro chegaram ao Tribunal Penal Internacional**. Valor econômico, Genebra, 17 jul. 2020. Disponível em: < <https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/07/17/tres-denuncias-contrabolsonaro-chegaram-ao-tribunal-penal-internacional.ghtml> >. Acesso em: outubro 2020.

O “Projetos e políticas públicas (policies)” aparece em 13,2% (264), e é a terceira temática mais utilizada, o que pode demonstrar uma preocupação em informar a população sobre as ações e projetos sendo realizados pelos deputados, podendo servir como uma forma de *accountability* (OLIVEIRA, 2018), tentando aproximar um pouco mais as pautas e lutas destes representantes com seus seguidores dentro desta rede social digital. Por fim, é importante ressaltar a ocorrência de 6,8% (135) de “Gerenciamento da Imagem Pessoal”, que foi a quinta temática mais utilizada, o que pode ter acontecido pela construção e *affordance* da plataforma que privilegia uma comunicação mais rápida e direta (BUCHER, 2017), diferente de outras redes sociais digitais, como é o caso do Instagram que suas características mais voltadas à publicação de imagens, que podem influenciar um uso mais voltado a divulgação da vida privada dos políticos (SAMPAIO, et al, 2020).

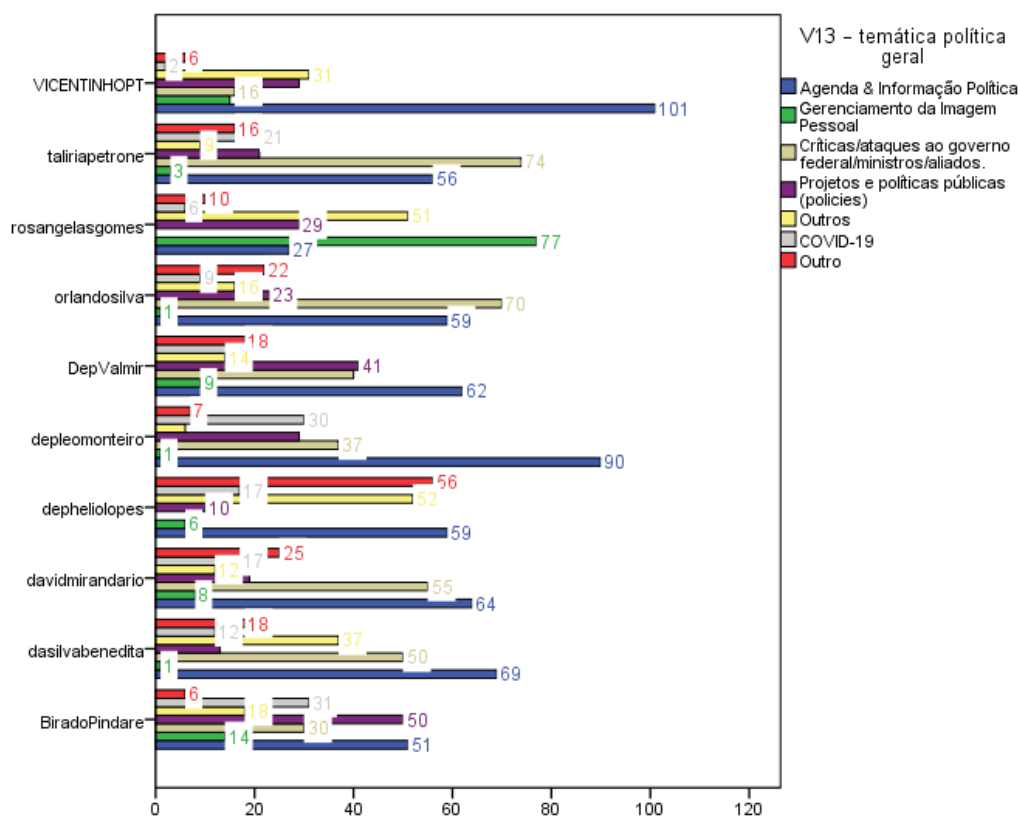
As temáticas “COVID-19”, “Exaltar personalidades ou instituições” e “Acontecimentos e manifestações sociais” não obtiveram mais que dez por cento das interações, tornando-se temáticas mais secundárias e específicas dentro dos tweets, apresentando 8,1% (161), 4,1% (81) e 2,4% (47) ocorrências consecutivamente. O gráfico 6 ainda demonstra 12,7% (253) de “Outros”, publicações que não necessariamente possuíam uma temática política, como mensagens motivacionais, recortes de textos bíblicos.

Cruzando os dados temáticos com as contas de cada um dos parlamentares, como demonstrado no gráfico 7<sup>45</sup>, é possível distinguir e analisar esse ponto individualmente. É importante ressaltar que o gráfico apresenta apenas as interações que possuíam mais de cinco por cento de ocorrência dentro das amostras coletadas. Como pode ser visto a partir dos dados anteriores, seis dos dez deputados analisados priorizaram a divulgação de sua agenda de informações legislativas em suas contas.

---

<sup>45</sup> A categoria “outros” exposta no gráfico representa os outros códigos consolidados que não alcançaram mais de 5% de ocorrência.

GRAFICO 11 - Distribuição da temática geral pelos deputados



Fonte: Autor

Os casos discrepantes ficam a cargo de três parlamentares. Em primeiro lugar, Rosângela Gomes (PRB/RJ), que utilizava sua conta para gerenciar sua imagem pessoal e fazer outros tipos de publicações, como divulgação de mensagens motivacionais, mensagens de bom dia e textos bíblicos. Já Talíria Petrone (PSOL/RJ) e Orlando Silva (PCdoB/SP) trouxeram mais críticas ao governo, principalmente em sua gerência e ações políticas em conjunto com divulgação de notícias de corrupção e críticas as atuações dos ministros, em especial ao da educação Abraham Weintraub e Luiz Henrique Mandetta. Outro caso importante de destacar é o de Bira do Pindaré (PSB/MA), que possuía um foco tanto na divulgação de sua agenda e de informações políticas quanto na divulgação de ações e projetos feitos ao longo de seu mandato.

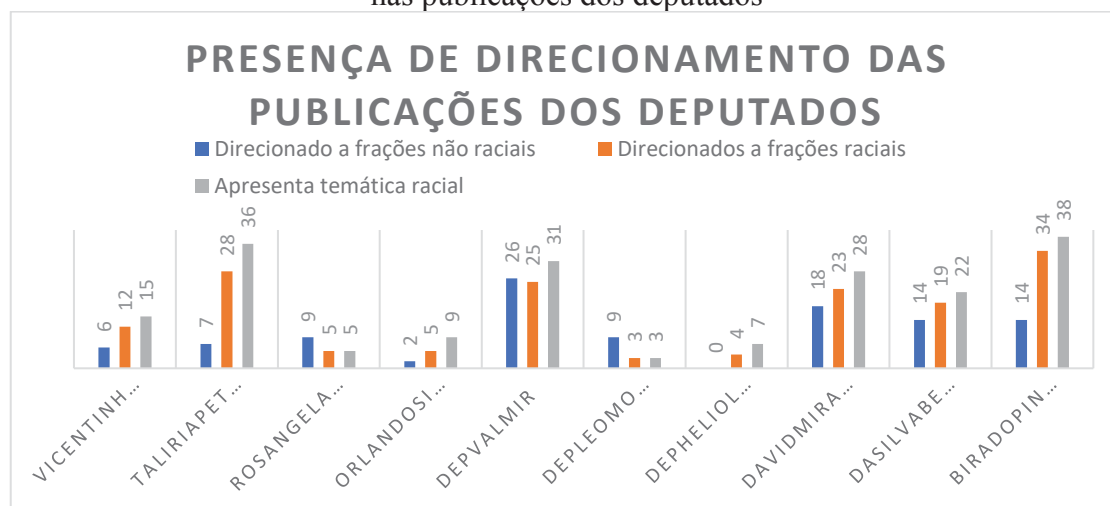
### 5.3 REPRESENTAÇÃO SOCIAL OU REPRESENTAÇÃO RACIAL?

Além de entender a temática e convite a participação dos usuários em suas redes sociais, a parte final do livro de códigos buscou entender o relacionamento desses deputados federais pretos com a temática racial e com minorias políticas. Buscou-se identificar se as publicações tinham como destinatários movimentos ou grupos raciais, se eram destinados a outros grupos

políticos ou se apenas comunicavam com todos os seus leitores, como apresentado na “V12 – Post direcionado a um público específico?” em conjunto com a definição desse grupo. Em conjunto a isso, também foi verificado se ele menciona o movimento social ou um público específico na “V11 – Menciona alguma minoria político-social”, além desta característica, também foi observado se o post tinha uma temática racial e qual seria ela, a partir da “V14 – Apresenta temática racial?” e “V14.1 – Qual temática racial apresenta?” sendo esta última uma variável temática categórica, contendo tracionais debates raciais e assuntos recorrentes dentro deste universo.

A partir das variáveis de direcionamento a um público específico, percebe-se que grande parte das publicações que possuem uma maior interação – 86,9% (1737) – estão falando sobre temáticas gerais e não tem um público específico, enquanto 13,15 (263) tem um direcionamento que pode ser dividido em dois grupos, os primeiros 7,9% (158) estão direcionadas a frações raciais da sociedade, enquanto os outros 5,3% (105) dialogam com grupos específicos, não necessariamente ligados a causas raciais. Partindo para a temática em relação a questões raciais, apenas 9,7% (194) dessa amostra traziam essas questões. A distribuição dessas informações separadas pelos deputados, pode ser vista no gráfico 8.

GRAFICO 12 - Presença de direcionamento a frações raciais, não raciais e temática racial nas publicações dos deputados



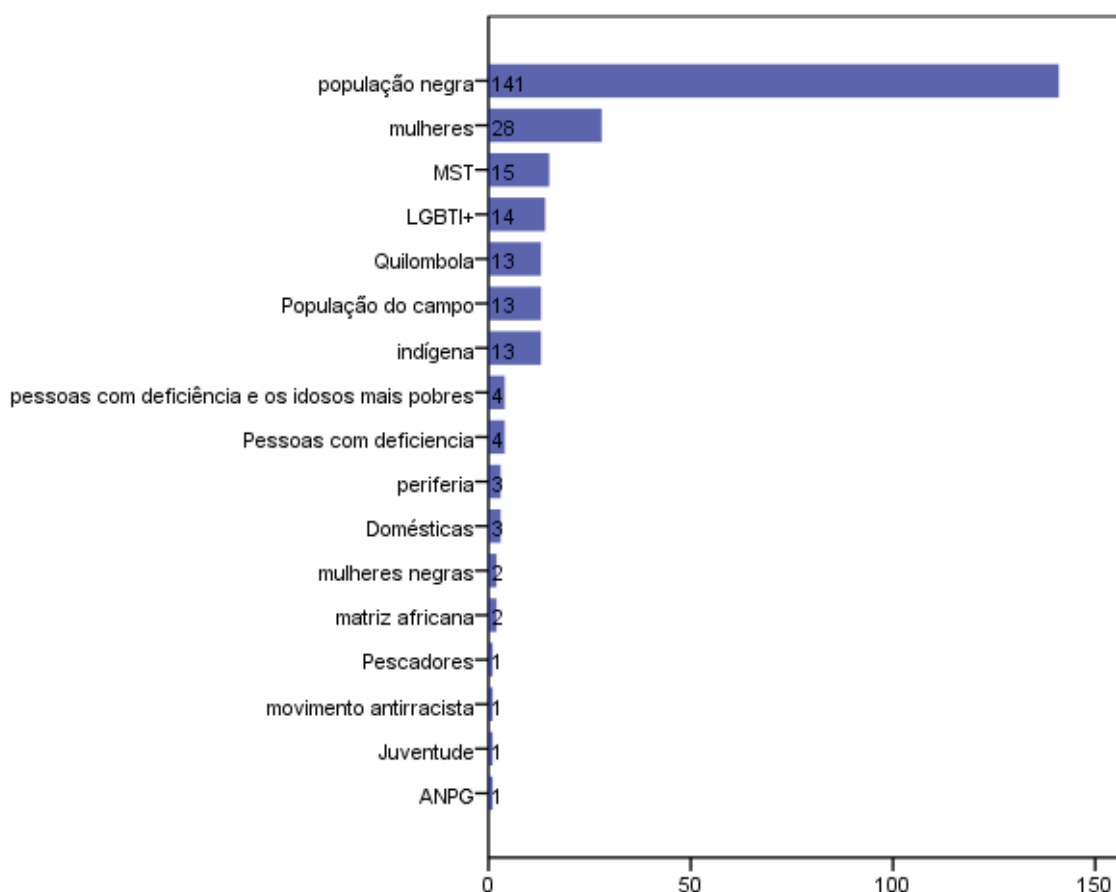
Fonte: Autor

Observando os deputados em relação a esses temas, Hélio Lopes (PSL/RJ) é o que menos se comunica com grupos específicos, tanto raciais como diversos; uma das características desse deputado é a discussão de cor, sendo um dos protagonistas da “#MinhaCorÉoBrasil” trazendo muito isso dentro das suas publicações, inclusive as que ele tratava especificamente sobre raça. No extremo oposto, Bira do Pindaré (PSB/MA) e a Talíria

Petrone (PSOL/RJ) foram os que mais trouxeram temáticas raciais e se comunicaram com esses grupos, enquanto David Miranda (PSOL/RJ) e Valmir Assunção (PT/BA) tiveram uma comunicação mais equalizada entre o direcionamento social e o racial de suas publicações mais curtidas.

Além de saber se menciona ou se direciona a sua comunicação a um grupo específico, também se torna importante saber quais seriam eles. Dessa forma, a “V11.1 – se menciona algum movimento social, qual?” traz a categorização dos 259 grupos sociais mencionados dentro desta amostra; alguns grupos similares foram agrupados para facilitar a visualização dos dados, como pode ser visto no gráfico 9.

GRAFICO 13 - Menção a grupos sociais presentes nas publicações



Fonte: Autor

Os grupos mais acionados dentro das publicações podem ser divididos em quatro segmentos. O primeiro seria o racial/étnico, composto por menções não específicas à população negra (como movimento negro, ou apenas mencionando negros e negras nas publicações) – essa é a categoria mais acionada com 54,4% (141) – e menções a comunidades tradicionais como indígenas e quilombolas com 5% (13) cada, totalizando 64,4% (167) das menções a

minorias sociais. O segundo grupo seria o da população de Campo, composto pelo MST (Movimento dos Sem Terra) e por menções a população e moradores do campo, possuindo 5,8% (15) e 5% (13) respectivamente. Com os mesmos 10,8% (28) menções do grupo anterior, estão os direcionamentos de publicações às mulheres, sendo também o segundo código mais acionado (quando separamos os grupos de códigos semelhantes). Por fim, temos 5,4% (14) das publicações mencionando a população LGBTQI+, em especial estas publicações em sua maioria eram feitas pelo deputado David Miranda (PSOL/RJ).

Além do direcionamento das publicações e das temáticas políticas, também foi verificado se elas possuíam temáticas raciais, com objetivo de verificar se além de debates específicos e temáticas políticas se essas temáticas também são bem recebidas e tem uma alta interação dentro de seus perfis. Assim, apenas 9,7% (194) das publicações mais curtidas de cada um dos sujeitos tiveram temáticas raciais, ao observar o dado desagregado por deputado é perceptível que estes assuntos não passavam de 20% das publicações analisadas, os atores políticos que mais publicaram foram Bira do Pindaré (PSB/MA), com 19,6% (38), Talíria Petrone (PSOL/RJ), com 18,6% (36), Valmir Assunção (PT/BA), com 16% (31) e David Miranda (PSOL/RJ), com 14,4% (28).

Ao observar as temáticas abordadas dentro das publicações, percebeu-se uma concentração de textos sobre racismo, estando presente em 36,6% (71) dos casos, tanto relacionando e fazendo denúncias de casos pessoais, como é o caso do Valmir Assunção (PT/BA), quanto falando de casos e notícias que ocorreram durante os primeiros meses de 2020. A segunda temática mais abordada foi o “Genocídio da população negra (necropolítica)/violência policial”, ocorrendo em 19,6% (38) da amostra; nesse caso, são posts que traziam casos e notícias de mortes de negros<sup>46</sup>, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos da América, representados pelo caso do George Floyd<sup>47</sup>. Por fim, a terceira temática mais abordada foi a “Memória e identidade negra”, 10,3% (20), com publicações relacionadas à exaltação de figuras de referência histórica para a população negra, ou em outros momentos, fazendo críticas e defendendo nomes como o de Zumbi dos Palmares em relação aos ataques

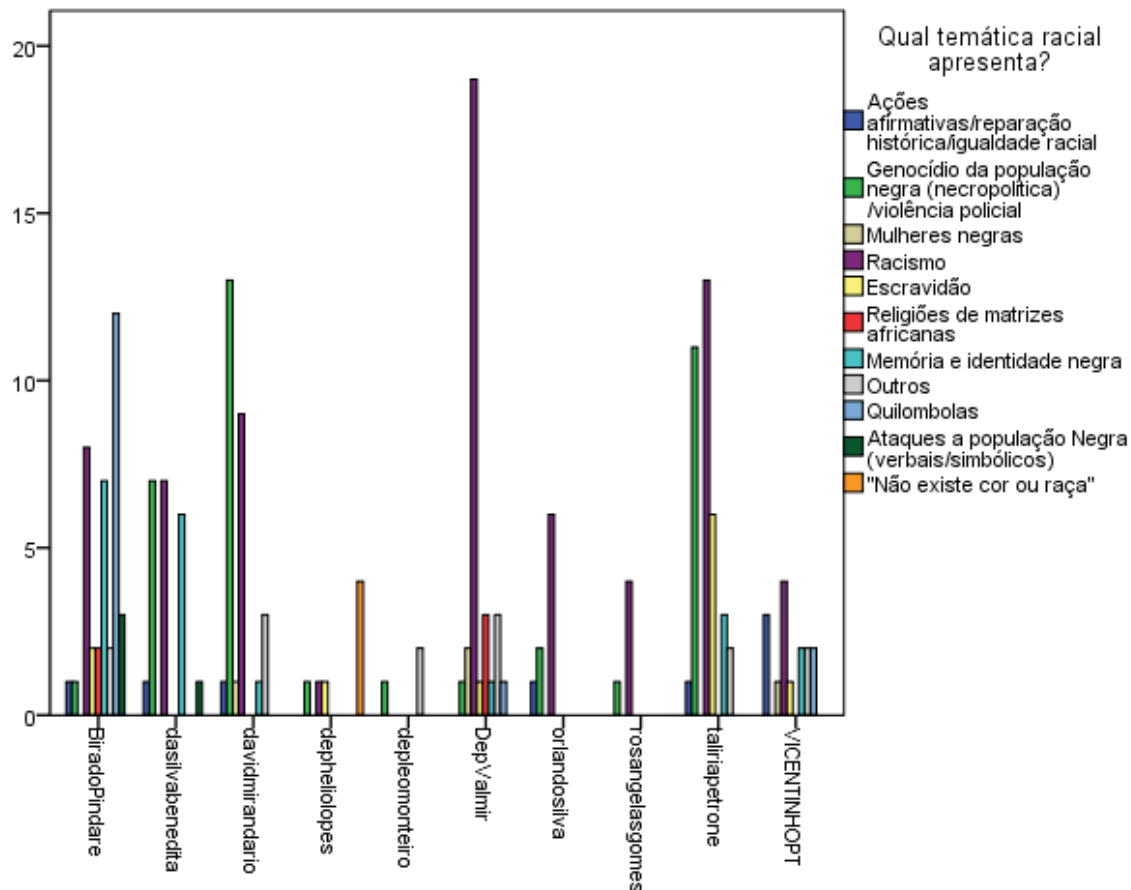
---

<sup>46</sup> Homem negro é espancado e morto em supermercado Carrefour em Porto Alegre. **G1**, 20 nov. 2020. Jornal Nacional. Disponível em: < <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/11/20/homem-negro-e-espancado-e-morto-em-supermercado-carrefour-em-porto-alegre.ghtml> > Acesso em: novembro de 2020.

<sup>47</sup> Caso George Floyd: morte de homem negro filmado com policial branco com joelhos em seu pescoço causa indignação nos EUA. **G1**, 27 mai. 2020. Mundo. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/05/27/caso-george-floyd-morte-de-homem-negro-filmado-com-policial-branco-com-joelhos-em-seu-pescoco-causa-indignacao-nos-eua.ghtml>. Acesso em: outubro de 2020.

realizados pelo então coordenador da Fundação Palmares<sup>48</sup>. Os dados desagregados podem ser vistos no gráfico 10.

GRAFICO 14 - Distribuição das temáticas raciais presente nas publicações por deputado



Fonte: Autor

Grande parte dos deputados trouxeram, em suas publicações, com maior interação, a temática do racismo. Entretanto, Bira do Pindaré (PSB/MA) teve uma maior interação nas suas publicações que travam sobre Quilombolas, tanto informações direcionadas a essa população quanto propostas; já David Miranda (PSOL/RJ) teve uma maior interação em suas publicações que discutiam o genocídio da população negra e violência policial, divulgando diversas notícias e casos que ocorriam em seu estado de origem. Por fim, o deputado Hélio Costa (PSL/RJ) teve maior repercussão em suas publicações que discutiam uma igualdade do povo brasileiro, não trazendo a raça como ponto central, inclusive a partir da construção e compartilhamento da hashtag #MinhaCoraéoBrasil.

<sup>48</sup> Sérgio Camargo, presidente da Fundação Palmares, chama movimento negro de 'escória maldita' em reunião. G1. [S.I.] 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/02/sergio-camargo-presidente-da-fundacao-palmares-chama-movimento-negro-de-escoria-maldita-em-reuniao.ghtml>>. Acesso em: outubro 2020.

## 5.4 CONSTRUÇÃO DA TIPOLOGIA

Como explicado na metodologia, a construção desta tipologia baseia-se no estilo de utilização da plataforma pelo deputado em consonância com a receptividade das publicações pelos seus seguidores. No artigo da Shpakovskaya (2019), em que se baseia a construção desta tipologia, foram definidos quatro tipos de estilo de utilização da plataforma digital.

São eles: a categoria de Autoapresentação (1): composta por políticos que possuem uma baixa interatividade na rede, não apresentam muitas postagens críticas, tanto ao estado como a temas sensíveis, e tem como foco uma divulgação de propostas e realizações pessoais; a categoria de Representante como intermediário entre Estado e Sociedade (2) concentra políticos que atuam tanto como representantes do povo como do partido, apresentando características e ações de ambos os lados, possuindo informações, ações e reivindicações partidária e da população; o tipo de Representante dos fracos e do povo como um todo (3) é composto por políticos que possuem uma grande interação com a população, exibindo elementos que mostram que ele fala no interesse do povo, conduzindo e discutindo problemas mais concretos sobre as algumas camadas sociais possuem; os deputados alocados no tipo de Representante de um grupo social específico (4) espoe um processo de representação explícito de um grupo específico, podendo ser ela uma minoria política, uma área geográfica ou uma comunidade, também tem por característica utilizar as suas redes para criticar o estado e aduzir uma representação política. Desse modo a diferença entre os primeiros tipos em relação aos últimos é um envolvimento mais ativo com seus seguidores e a utilização de reivindicações mais específicas, os levando a ter mais clareza sobre quem eles representam e quais interesses devem ser acionados (SHPAKOVSKAYA, 2019).

Visando a responder o objetivo desta pesquisa, foi acrescentada às categorias temáticas políticas e de representação racial dos candidatos a essa tipologia, assim modificando a construção desses tipos em relação ao caso brasileiro e sua estrutura racial e social. Para ilustrar essa relação entre os indicadores, o apêndice C consolida as variáveis nos indicadores de conectividade (número total de publicações e quantidade de seguidores), interatividade (total de retweet e curtidas na amostra) e cotidianidade (frequência das publicações)<sup>49</sup>, aglutinada com o direcionamento a frações não raciais, direcionamento a frações raciais e se o parlamentar

---

<sup>49</sup> A consolidação das variáveis se deu da seguinte forma: 1) Alto – as duas variáveis eram altas ou um indicador alto e um médio; 2) Médio – as duas variáveis eram médias ou uma alta e uma baixa; 3) Baixa – as duas variáveis eram baixas ou uma média e uma baixa.



apresenta temática racial em suas publicações<sup>50</sup>. Já a tabela 11 demonstra a consolidação dos parlamentares pretos dentro do seu tipo representacional, a partir de sua respectiva pontuação nos indicadores:

TABELA 11 - Distribuição da pontuação e do tipo representativo pelos deputados pretos.

Parlamentar	Pontuação	Tipo Representativo
BENEDITA DA SILVA	18	Representante de um grupo específico
BIRA DO PINDARÉ	21	Representante racial
DAVID MIRANDA	23	Representante racial
HELIO LOPES	12	Representante entre o governo e a sociedade
LEONARDO MONTEIRO	8	Autopromoção/Autorepresentação
ORLANDO SILVA	9	Representantes do Povo e sua origem
ROSANGELA GOMES	7	Autopromoção/Autorepresentação
TALÍRIA PETRONE	21	Representante racial
VALMIR ASSUNÇÃO	17	Representante de um grupo específico
VICENTINHO	11	Representantes do Povo e sua origem

Fonte: Autor

Ao observar a tabela acima e o apêndice C, é possível perceber que grande parte dos deputados tem uma média conectividade, significando que mesmo que eles tenham uma presença na rede, pelo número de seguidores, não existe uma grande quantidade de publicações. Isso também pode demonstrar que não existe um foco muito grande na utilização da plataforma, tendo seu uso intensificado mais recentemente, quando comparamos o ano de entrada e a concentração de publicações. Já a interatividade demonstra dois pontos: existem três deputados que se destacam na interação com seus usuários, tendo muitas curtidas e replicações de suas postagens, enquanto grande parte deles utiliza a rede, compartilha suas informações nela, mas não consegue ter um grande engajamento em suas publicações. Dessa forma, a plataforma pode

<sup>50</sup> A tabela com a métrica utilizada para a codificação dessas variáveis pode ser encontrada no Apêndice D.

não ser o seu principal meio de comunicação direta com seus representantes. Por fim, a cotidianidade reforça a importância não só de estar presente na plataforma, como também de manter uma comunicação constante (POZOVON, RIBEIRO, 2019), pois isso pode interferir no engajamento e em uma maior interatividade com seus seguidores (BERNARDES; LESTON-BANDEIRA, 2016; AGGIO, 2015; AGGIO, 2020).

Isto posto os próximos subcapítulos estão destinadas a relacionar estes indicadores numéricos com o direcionamento das publicações feitas, tanto para frações sociais como raciais de seus seguidores em conjunto com a análise das temáticas políticas e raciais, visando a construção e explicação da tipologia representacional deste trabalho.

### 5.5 TIPO REPRESENTACIONAL: AUTOPROMOÇÃO/AUTORREPRESENTAÇÃO

A característica principal dos deputados que se encaixam nesse estilo de utilização das redes sociais está ligada à baixa conectividade, tendo poucas publicações e poucos seguidores em relação aos outros deputados federais pretos, em conjunto com uma baixa interatividade e engajamento em suas publicações. Desse modo, mesmo a amostra pegando as publicações com maior quantidade de curtidas dentro do período, esses sujeitos têm esses números baixos em comparação com os outros. Dessa forma, não conseguem ter um diálogo e uma troca efetiva com seus representados, o que distingue os dois sujeitos que estão alocados nessa categoria é a cotidianidade que perpassa os dois graus do índice (médio e baixo), representando que mesmo alguns desses deputados que trazem uma maior quantidade de posts de agenda e gerenciamento da imagem pessoal não possuem o hábito de fazer publicações diárias e atualizações constantes, tendo a Rosângela Gomes (PRB/RJ) sua conta desatualizada e o Leonardo Monteiro (PT/MG) trazendo atualizações semanais.

Quando observado o direcionamento das publicações desses usuários, percebe-se uma pequena parcela de publicações com uma maior interação entre os representantes e seus seguidores, desse modo, verifica-se um uso mais focado na disseminação de notícias e materiais, sem uma conversa com públicos específicos, ou seja, sua página é um local de divulgação de informações de sua agenda, ou de informações pessoais, ou de mensagens motivacionais e bíblicas, como é o caso de Rosângela Gomes (PRB/RJ). Essas características podem demonstrar que, apesar de estarem presentes na plataforma, eles não utilizam todas as suas potencialidades, reduzindo sua utilização a *check-in* informacional, ou seja como um local para registro das informações e ações produzidas durante o mandato (ARAUJO; TRAVIESO-RODRÍGUEZ; SANTOS, 2017), sendo. Nesse sentido, o Twitter seria apenas um repositório e

não um lugar de construção de diálogo constante, podendo deixar este tipo de utilização para outras plataformas, tendo um baixo foco nessa rede.

A título de exemplo, o Deputado Leonardo Monteiro (PT/MG), nas publicações analisadas, trazia, em sua maioria, divulgação da sua agenda parlamentar, notícias para a cidade Valadares, o seu reduto eleitoral, em conjunto com mensagens repetidas principalmente quando se tratava sobre o COVID-19, criando momentos de reflexão e silêncio sobre o ocorrido em conjunto com divulgação de números de mortes. Em outro exemplo, a deputada Rosângela Gomes (PRB/RJ) fazia o gerenciamento da sua imagem pessoal a partir da plataforma, por meio de mensagens de bom dia, frases motivacionais e orações. Outro ponto é a grande quantidade de publicações parabenizando e ressaltando datas comemorativas, tanto feriados, como datas de categorias profissionais. Por fim, também era perceptível a divulgação de seus projetos aprovados e em tramite, demonstrando, que além do gerenciamento pessoal, a rede servia para a divulgação de seu trabalho e atuação legislativa.

#### 5.6 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTES DO POVO E SUA ORIGEM

Diferente do primeiro tipo, os representantes do povo em geral passam a ter uma média conectividade, ou seja, ainda não possuem uma grande quantidade de publicações em relação aos outros, mas começam a ter uma escalada na quantidade de seguidores e publicam mais que os encontrados na sessão anterior. Esses sujeitos também possuem uma baixa interatividade, não tendo um grande engajamento e conversação com seus seguidores. Entretanto, já iniciam uma comunicação mais contínua, a partir de publicações diárias e uma alta conectividade. Além disso, o direcionamento das publicações dos deputados deste grupo também é baixo tanto para frações raciais como para demais coletivos.

Entretanto, quando se olha para as temáticas políticas acionadas por eles, percebe-se que o deputado Vicentinho (PT/SP) apresenta em grande parte das suas publicações a sua agenda parlamentar e pessoal, divulgando eventos de mandato, *lives*, aniversário de familiares e idas à igreja; além disso, apresenta comemoração de datas e mensagens motivacionais, estando sempre mais ligadas à sua localidade e estado de origem. Passando para o segundo deputado que compõe o grupo o Orlando Silva (PCdoB/SP) grande parte das suas publicações estavam focadas na divulgação da sua agenda parlamentar, próximos passos enquanto político, em conjunto com conversas e troca de mensagens com outros políticos de partidos ideologicamente alinhados como é caso do Ciro Gomes (PDT) e Flávio Dino (PCdoB), com uma comunicação mais local, tanto de seu estado como também de seu município. Por fim, Silva também utilizava

a sua rede para tecer críticas ao governo federal, atacando ações e políticas que afetavam principalmente o seu estado.

Portando, esse tipo representa mais a sua zona eleitoral e o estado de origem do que um grupo específico de pessoas, tendo uma comunicação mais voltada ao estado e município, tanto com informações parlamentares quanto com sua agenda em Brasília e em seus redutos eleitorais. Diferente do primeiro tipo, esses deputados se preocupam em utilizar mais o Twitter, saindo de um repositório de informações para uma maior aproximação de seus representantes, também ocorre um aumento na quantidade de seguidores, mesmo não possuindo ainda um grande engajamento.

### 5.7 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTE DE UM GRUPO ESPECÍFICO

O indicador numérico que interliga os integrantes deste grupo é a conectividade: os dois sujeitos - Valmir Assunção (PT/BA) e Benedita da Silva (PT/RJ) - possuem uma alta intensidade, mesmo tendo diferença na conectividade e na interatividade, pois o ponto central aqui é o direcionamento das suas publicações dentro da plataforma, ou seja, é um tipo que tem uma ligação maior com o destinatário da postagem do que com o estilo de utilização e números no Twitter.

Partindo para as temáticas políticas mais abordadas, como nos outros tipos anteriores, tem-se uma predominância na divulgação da agenda e de informações legislativas. Além disso, tem-se uma grande presença de críticas ao governo federal e seus aliados. Nesse ponto, as críticas feitas eram em sua maioria a questões sociais que afetavam a população mais carente, ou a grupos específicos, como é o caso da divulgação de notícias e da agenda legislativa de combate a medidas que afetavam a população de campo e ao MST, os quais foram muito mencionados pelo deputado Valmir Assunção (PT/BA). O parlamentar também foi o que mais direcionou e mencionou grupos sociais sem identificação racial, ressaltando e evidenciando a luta e a sua ação legislativa em prol dessa população; o deputado em questão também utilizou muito o seu Twitter para a divulgação partidária e para as suas postagens com temáticas raciais, que não tinham um direcionamento de comunicar sobre fatos, mas de abordar e denunciar casos de racismo que haviam acontecido com ele, fazendo denúncias e agradecendo a outros atores políticos que enviaram mensagens de apoio e solidariedade a ele.

Outra parlamentar que pertence a esse tipo é a Benedita da Silva (PT/RJ). Vale ressaltar que, além de ter uma das contas mais antigas, também mantém uma alta conectividade com seus seguidores e suas publicações possuem uma média interatividade, demonstrando uma

responsividade de seus seguidores as suas temáticas. Ela também tem, como temática política mais acionada, a divulgação da agenda, seguida de críticas ao governo federal, em especial a algumas publicações exaltando personalidades e instituições a partir de causas trabalhistas, inclusive as suas publicações com temáticas raciais também tinham esse foco, exaltar a memória e imagem da população negra e relacioná-la com a causa dos trabalhadores.

Portanto, os representantes de um grupo social específico possuem uma maior clareza no seu direcionamento das publicações, tendo questões mais bem delimitadas e um objetivo em sua comunicação, fazendo-a constantemente e possuindo um maior engajamento. Importante ressaltar que, para ser representante de um grupo social, é preciso não só ter um discurso público, mas também defender as pautas a amplificar as vozes desse grupo de pessoas (MAIA, 2012).

#### 5.8 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTE ENTRE O GOVERNO E A SOCIEDADE

O representante contido nessa tipologia é Hélio Lopes (PSL/RJ), que, mesmo com uma conta relativamente nova, possui uma alta conectividade, com uma das maiores quantidades de publicações e de seguidores. Além disso, Lopes possui uma alta interatividade, com muitas curtidas e reportagens, e uma alta cotidianidade, publicando em sua conta mais de uma vez por dia, mantendo uma comunicação constante, quase como uma conversa durante o dia com seus seguidores. Lopes é o único entre todos os deputados a manter essa relação com sua página oficial do Twitter, trazendo um foco nesta rede social digital.

As temáticas políticas abordadas por Lopes se concentram em três vertentes: primeiro, a divulgação da sua agenda parlamentar e de informações legislativas, seguida por publicações que não se encaixam nas categorias políticas, ou seja, mensagens motivacionais, frases de outros autores, em especial presidentes americanos e mensagens de defesa e apoio ao governo federal; Lopes é o único deputado estudado a trazer esse tipo de publicação, rebatendo notícias direcionadas contra o Presidente Jair Bolsonaro (Sem partido) e também trazendo conversas entre os dois estando em consonância com o que foi apresentado por Aggio (2020) o qual demonstrou que a rede bolsonarista dentro do Twitter possui um caráter afetivo, tendo em sua interação majoritariamente mensagens de apoio .. Já o direcionamento das suas publicações foi quase nulo; é o deputado que menos direcionou posts para grupos sociais sejam eles de frações raciais ou não.

Passando para as publicações com temáticas raciais do deputado, é importante destacar que ele foi o terceiro que menos trouxe esses assuntos em sua conta, em conjunto com a campanha #MinhaCoréoBrasil, ligando a sua preocupação com todos os brasileiros e não com frações específicas, estando em consonância com os discursos e falas do governo federal, em outras falas ele traz que não posicionamentos não só sobre a não racionalização como também opiniões de que não existiu racismo no Brasil<sup>51</sup>.

Isto posto, esse tipo tem como característica uma comunicação intermediária entre o governo federal e a sociedade, trazendo informações uteis de ações do executivo para a população, em conjunto com defesas direcionadas a está elite política, podendo ser considerado como um braço do executivo dentro do legislativo, e usando sua comunicação direcionada ao mesmo público que apoia o Presidente Bolsonaro, capilarizando e integrando esses públicos aos seus seguidores, a partir de uma alta utilização, engajamento e interatividade dentro das suas redes sociais, uma característica forte e marcante da nova direita (PENTEADO; LERNER, 2018)

#### 5.9 TIPO REPRESENTACIONAL: REPRESENTANTE RACIAL

Os deputados que compõem este tipo possuem uma média conectividade, alto número de seguidores e poucas publicações, em conjunto com uma alta conectividade. trazendo publicações em sua maioria mais de uma vez por dia. Entretanto, quando observamos a interatividade desses deputados, existem dois parâmetros, um baixo e um alto; Bira do Pindaré (PSB/MA) tem uma baixa interatividade e engajamento, apesar de muitas publicações e um direcionamento delas. Ao passo que os outros dois deputados - David Miranda (PSOL/RJ) e a Talíria Petrone (PSOL/RJ) - conseguem ter um engajamento e interação alta mesmo com poucas publicações mais recentes.

As temáticas políticas mais acionadas giravam em torno de informações legislativas, divulgando notícias direcionadas tanto a públicos específicos como críticas ao governo federal e seus aliados, em especial o então ministro da educação Abraham Weintraub, com exceção do Bira do Pindaré, os outros deputados – David Miranda (PSOL/RJ) e Talíria Petrone (PSOL/RJ) – apresentavam uma baixa publicação de *policies* produzidas em seus mandatos, focando em uma comunicação mais direta com seus seguidores, uma conversa focada na interação e troca.

---

<sup>51</sup> LOPES, Helio F. B. NÃO EXISTE RACISMO. 23 mai. 2020. Twitter @depheliolopes.

Os deputados que compõem esse tipo possuem um grande direcionamento de suas publicações, também foram os que mais acionaram temáticas raciais <sup>52</sup>, perto dos 20%; são os deputados que mais as direcionam às frações raciais dos grupos sociais. Além disso, grande parte das menções a movimentos sociais feitas por eles não trazia em específico um grupo, sendo categorizada como população negra em geral. Os outros dois grupos mais mencionados foram as mulheres negras e os Quilombolas.

Os temas mais acionados estavam ligados a denúncias, sejam elas de casos de racismo, ou de violência policial e mortes de jovens negos, tanto nas comunidades cariocas, como também de diversas partes do Brasil; a deputada Talíria Petrone (PSOL/RJ) trazia, em sua comunicação, críticas ao governo e um direcionamento maior para mulheres negras. Também era possível encontrar mensagens críticas ao capitalismo, principalmente fazendo uma analogia com o período escravocrata brasileiro. Por outro lado, o deputado Bira do Pindaré (PSB/MA) focou as denúncias e suas críticas ao governo direcionados em defesa da comunidade Quilombola, tanto com projetos legislativos quanto com informações sobre as ações direcionadas a este grupo. Além disso, foram produzidas publicações que tinham como objetivo retratar a memória e a identidade da população negra. Por fim, o último deputado que compõe esse tipo é o David Miranda (PSOL/RJ), que trouxe diversas denúncias e críticas ao governo por ter um estilo de comunicação mais voltado à interação com seus seguidores; uma característica desse deputado é a criação de enquetes e campanhas, como foi o caso da criação de um abaixo assinado para o Impeachment do Presidente Jair Bolsonaro.

Portanto, a esse tipo tem como características além de direcionar não só a sua comunicação como também ações legislativas a grupos raciais, tem uma alta interatividade, engajamento e uma grande preocupação na continuidade e constância das suas publicações. Apesar de ter uma alta taxa de seguidores, essa elite ainda está crescendo dentro da plataforma, aumentando sua quantidade de publicações e buscando uma comunicação mais rápida e direta, não apenas um repositório de informações de seu mandato.

---

<sup>52</sup> Uma exceção a isso foi o deputado Valmir Assunção que está alocado na tipologia de representante do povo, possuindo grandes menções a debates raciais, mas o direcionamento das suas publicações estava em frações não raciais e outros grupos sociais.

## 6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Depois da exposição dos dados de perfil e de presença online dos deputados federais pretos, é possível perceber que algumas características se tornam predominantes entre eles; o fato de serem, em sua maioria, homens, de uma idade avançada, com um alto índice de instrução (superior completo), tendo em sua atuação profissional cargos políticos, como na câmara estadual e municipal, advindos de uma carreira política. E maior parte, são provenientes do estado do Rio de Janeiro e do Partido dos trabalhadores.

A partir das informações pessoais dessa elite política, foi possível traçar um perfil tendo como base as características comuns que unem os deputados federais autodeclarados pretos da 56ª legislatura. O perfil encontrado se assemelha muito com o traçado entre 1983 e 1999 por Johnson III (2000), demonstrando uma dificuldade do sistema político brasileiro não só na entrada de minorias, mas também em seu perfil, que se assemelha muito as características majoritárias dos não negros dentro da câmara dos deputados que difere de grande parte da população brasileira (HORTA; DUFLOT; FREITAS, 2016).

Dessa forma, o perfil sociopolítico dos deputados pretos não se difere substancialmente dos não-pretos, e se mantém relativamente estáveis aos perfis encontrados anteriormente dentro do legislativo, demonstrando uma confluência com a “lei de ferro da oligarquia” apresentada por Michels (1973), onde mesmo com a mudança racial dessa elite o perfil de recrutamento continua o mesmo, pois a sobreposição de fatores como raça, gênero e a ocupação de funções com baixo prestígio, seja ele social ou político, pode vir a interferir na presença de minorias sociais dentro da política (COSTA; BOLOGNESI; CODATO, 2013; NORRIS, 1997).

Outro fator importante que os une é a preocupação com a presença no ambiente digital. Isso pode ser explicado por que as redes sociais digitais reduzem os custos operacionais e técnicos da comunicação, ao passo que a presença *on-line* tem uma associação positiva com os percentuais de votação nas eleições (BRAGA; CARLOMAGNO, 2018). Desse modo, a presença contínua nessas redes *on-line* pode ajudar na construção da governabilidade apoiada na consolidação ou mudança da sua imagem (DE OLIVEIRA POZOVON; RIBEIRO, 2019), permitindo trazer uma maior visibilidade destes políticos a partir de uma comunicação direta entre eles e seus representados (SILVA, 2015).

Quando passada para a análise das contas e publicações dos deputados dentro do Twitter, percebe-se uma alta continuidade e manutenção de publicações. Desse modo, parte dessa elite está presente ativamente dentro da plataforma, entretanto, a baixa interatividade, baixa troca comunicacional com os seguidores e o não acompanhamento contínuo das



críticas/demandas recebidas nos tweets, pode explicar a baixa participação e engajamento em suas publicações (BERNARDES; LESTON-BANDEIRA, 2016).

Ao observar as temáticas políticas dentro das páginas oficiais no Twitter, dos dez deputados com maior presença digital, as mesmas estão em consonância com os estudos anteriores sobre a plataforma demonstrados na seção teórica, pois esses deputados buscaram construir apoio não só da população como também de outros políticos, trouxeram uma alta taxa de boletins do congresso, agenda parlamentar e promoveram sua opinião pessoal nos debates políticos e sociais que estavam em voga (GERVAIS; WILSON, 2017; GOLBECK; GRIMES; ROGERS, 2010; STRAUS et al., 2013). A alta taxa de publicações que criticavam o governo federal e as mensagens de apoio a outros políticos demonstrou que não só o espaço é privilegiado para este tipo de comunicação como também vem sendo utilizado para expressar suas opiniões, discordâncias e assentimentos por estes sujeitos (DANCEY; MASAND, 2017).

Essa elite política preta não só trouxe temáticas e um debate mais geral como também direcionou pouco a sua comunicação a grupos sociais específicos e publicou pouco sobre temáticas raciais dentro da amostra analisada. Como a raça e etnia não são variáveis tão significantes em temáticas gerais (O'CONNELL, 2018), já se esperava esse comportamento. Se por um lado a baixa presença de publicações com temáticas raciais pode advir da não diferenciação substancial do conteúdo em relação aos deputados brancos (DANCEY; MASAND, 2017), por outro, como demonstrado por Wineinger (2019), não marcar a sua raça dentro de sua comunicação nas redes sociais pode ser um fator utilizado estrategicamente para expandir a sua base.

Entretanto, para uma análise mais profunda da utilização das temáticas raciais pelos deputados, seriam necessários estudos futuros fazendo a comparação entre os deputados – e uma ampliação do período analisado – a partir da raça deles para compreender e poder comparar como o tema é acionado por eles. Desse modo, as explicações levantadas demonstram que a temática racial pode não ser central para seus seguidores, sendo o foco deles a recepção de informações que demonstrem competência do legislador em seu cargo (SILVA, 2015) e opiniões pessoais sobre a política em geral (DANCEY; MASAND, 2017). Desse modo, essa característica pode não ser um fator determinado pelo comunicador e sim pelos receptores e seu engajamento em determinadas publicações específicas.

Não obstante a isso, é importante ter em mente que a raça, além de uma construção social, é parte de uma identidade maleável (LIPSITZ, 2006). Dessa forma, pode ser acionada de maneiras distintas conforme a socialização dessa elite política e ser construída para fins políticos seja para acionar e construir uma representação perante a estes grupos seja para

legitimar discursos e discussões em determinadas instituições governamentais. Desse modo, também é reconhecida a partir de uma construção política.

A partir da comparação e do cruzamento das informações anteriores, foram construídos os tipos representacionais dos deputados pretos, e, grande parte dos deputados estava focado em uma comunicação mais direcionada não só a grupos sociais específicos, mas também a frações raciais da sociedade, tendo sua comunicação construída com um fim e direcionamento específico, não visando apenas à autopromoção e ao gerenciamento de sua imagem pessoal. Quando observados os tipos que possuíam uma maior interação dentro das redes, percebeu-se que eram formados por parlamentares mais jovens e em seu primeiro mandato no legislativo federal. Em conformidade com a literatura (SANDBERG; OHBERG, 2017; O'CONNELL, 2018) e diferente do que foi encontrado por Tillery (2019), os deputados com idade mais avançada acabavam estando menos presentes nos debates raciais.

Assim como em Shpakovskaya (2019), esta pesquisa também demonstrou que esta elite, mesmo trazendo indicadores representativos, não cumpre com os critérios de *claim-making* - reivindicação - representativa de Saward (2010), onde o parlamentar criador desta reivindicação se coloca à frente de um indivíduo que está à frente de um objeto, o qual será direcionado a uma audiência de forma explícita. À vista disso, mesmo quando é apresentado uma audiência e um direcionamento nas publicações elas são feitas de maneira implícita, como no estudo anterior.

## 7 CONCLUSÃO

Com o objetivo de compreender a construção da representação mediada pelo Twitter dos deputados federais pretos da 56ª legislatura federal, ao longo dos primeiros seis meses do seu segundo ano de mandato, esta dissertação buscou compreender o perfil sócio-político, a presença digital, mapear as temáticas mencionadas em suas publicações, o direcionamento a um público específico e comparar estes indicadores para a formulação de uma tipologia representacional desta elite política.

Para tanto, este estudo se iniciou trazendo a forma como a literatura se constituiu dentro dessa temática, demonstrando a necessidade não só de estar presente dentro das redes sociais on-line, como também de manter uma interação contínua e crítica, avaliando o *feedback* de seus seguidores e usuários das plataformas digitais (BERNARDES; LESTON-BANDEIRA, 2016). Consonante a isso, a importância das redes sociais digitais está na construção de uma comunicação não mediada pelas mídias tradicionais, tornando-as mais diretas e potencialmente mais plurais (PENTEADO, 2011).

Buscando compreender melhor como as minorias políticas utilizavam as redes sociais digitais foi produzida uma revisão de escopo com protocolo sistemático dentro das principais bases de periódicos científicos. Deste modo, identificou-se uma lacuna nos estudos que abordam a construção da representação de negros a partir da comunicação nessas redes dentro do contexto brasileiro. Quando observados os estudos em representação política de minorias dentro das redes sociais é perceptível dois grandes grupos: os estudos de gênero (tendo protagonismo de trabalhos na área da comunicação) e os estudos raciais e étnicos (tendo protagonismo da área da ciência política), quando observados os trabalhos do primeiro grupo existe uma pluralidade tanto na metodologia quanto nos indicadores utilizados, trazendo variáveis quantitativas e qualitativas, em especial variáveis da comunicação política digital, entretanto os estudos do segundo grupo tinham um foco mais causal e traziam quase que exclusivamente indicadores representacionais off-line para analisar a representação dentro das redes sociais digitais.

Para conseguir assimilar como esses atores estão presentes nessas redes sociais e como utilizam o Twitter, foi preciso analisar quem eles são e quais suas características sócio-políticas. Assim, verificou-se que eles são em maioria homens (uma baixa presença de mulheres pretas dentro do legislativo federal), têm uma alta instrução, tendo passado por cursos superiores e possuem uma carreira política, passaram por outros cargos legislativos no âmbito estadual e municipal. Esta elite também está preocupada com a presença nas plataformas digitais, com 14

dos 21 deputados possuindo um alto índice de presença digital e seis deles possuindo contas ou páginas em todas as plataformas que foram escolhidas para a análise.

Dentro das publicações analisadas dos 10 deputados que mais interagiram no Twitter, percebeu-se um baixo chamamento à participação de seus seguidores, tendo uma utilização mais focada em produzir um *check-in* informacional, trazendo notícias e sua agenda parlamentar. Dessa forma, não foram detectados traços claros de diálogo com os seguidores das contas em termos de esclarecimentos, entradas em discussões políticas e trocas discursivas com seguidores fora do espectro político. Com base nisso, estão longe de uma perspectiva de participação democrática efetiva, pois “A interação humana é indispensável à deliberação pública, embora não seja, em si, a própria deliberação. Se as pessoas são privadas de conversar entre si com as elites e agentes políticos, a deliberação pública é impedida de ser realizada” (STROMER-GALLEY, 2013, sp). Em princípio, a construção dessa comunicação mediada dentro do mandado, se assemelha a campanhas políticas de comunicação massiva, ou seja, *top-down*, distante de matrizes de diálogo e interação (AGGIO, 2020).

O cenário da interatividade mudou ao longo do tempo, saindo do medo da interação, no início dos anos 2000, e do crescente contato discursivo nas campanhas presidenciais no Twitter em 2010 (AGGIO, 2015), para a expansão de parlamentares com contas relativamente novas, em relação aos outros deputados estudados, e com uma média e alta interatividade numérica (sendo eles Benedita da Silva (PT/RJ), David Miranda (PSOL/RJ), Talíria Petrone (PSOL/RJ) e Helio Lopes (PSL/RJ)) quando observada a quantidade de curtidas e repostagens em suas publicações.

Embora as eleições de 2018 no Brasil tenham consolidado as plataformas de mensagens instantâneas, como é o caso do WhatsApp, em um canal estratégico para o marketing eleitoral e um importante espaço que ampliava as discussões políticas (ANITA BATISTA et al, 2019), apenas seis dos vinte e um deputados pretos disponibilizava essa forma de comunicação em seus repositórios informacionais e redes sociais digitais, assim sendo, grande parte dessa elite estava preocupada com a presença digital, mas ainda não havia aderido este canal de comunicação direta dentro de seu mandato.

A divisão dos parlamentares dentro dos tipos representacionais ideais demonstra que a construção da comunicação mediada dos deputados pretos pode ser dividida em cinco frentes: 1. A “autorrepresentação/autopromoção” tem como características publicações mais voltadas ao gerenciamento da imagem pessoal, tendo baixa interatividade e conectividade, os deputados deste tipo não trazem um diálogo com um público específico; 2. “Representantes do povo e sua origem”, neste tipo, é perceptível um maior direcionamento de suas publicações em especial

para as cidades e estados de sua origem, mantendo a mesma característica de interatividade do primeiro tipo, ou seja baixa, mas já ocorre um crescimento na conectividade, que é média; 3.O “Representante entre o governo e a sociedade” tem a sua comunicação atrelada ao círculo do governo federal, estando focada na defesa e exaltação do mesmo inserida na comunicação bolsonarista na plataforma (AGGIO, 2020), o representante deste tipo – Helio Lopes (PSL/RJ) possui os maiores números e graus nos indicadores dentro deste estudo. Passando para os tipos que possuem uma maior clareza no direcionamento de suas publicações, para quem eles querem direcionar a sua comunicação mediada, encontra-se o 4. “Representante de um grupo específico”, os quais possuem uma alta conectividade e destinatários definidos em parte de suas publicações, no caso desta pesquisa a população do campo e o MST (Valmir Assunção do PT/BA) e trabalhadores e causas trabalhistas (Benedita da Silva do PT/RJ); por fim, o 5. “Representante racial”, os deputados deste tipo, além de trazerem a maioria de publicações com direcionamento e menções a grupos raciais do estudo, também possuem uma média conectividade (pelo alto número de seguidores), média interatividade<sup>53</sup> e uma alta cotidianidade, demonstrando uma preocupação não só em construir um diálogo com públicos específicos como também de mantê-los diariamente.

Grande parte dos deputados federais pretos estão alocados em tipos representacionais que possuem uma conexão maior com o destinatário de suas publicações, e, quanto maior essa direção, maiores os indicadores numéricos estavam. Salientando uma busca por uma comunicação interativa e direcionada, mesmo que ainda não esteja consolidada e se utilize de todos os recursos disponíveis dentro da plataforma.

Importante ressaltar que o engajamento no diálogo e em determinadas discussões é uma forma simbólica de representação, possuindo um grande potencial de agendamento e molde das discussões acerca de temas raciais (SINCLAIR-CHAPMAN, 2002; GILLION, 2016) mesmo não sendo central conforme os dados revelam. Dessa forma, o Twitter pode ser vista como um local privilegiado para os representantes expressarem suas opiniões, críticas e apoios (DANCEY; MASAND, 2017).

Desse modo, a introdução desta pesquisa se dá na temática interdisciplinar entre as pesquisas de Internet & política e do campo da raça, etnicidade e política, trazendo um olhar tanto para indicadores sócio-políticos como para indicadores da comunicação política digital, demonstrando que eles podem se relacionar e se complementar nas análises. Os resultados desta pesquisa demonstram a importância de se estudar frações específicas de minorias identitárias,

---

<sup>53</sup> Comparando os três deputados deste grupo, dois deles possuem uma interatividade alta e um possui uma interatividade baixa, desse modo foi considerado que o tipo possui uma média interatividade.

dentro dos estudos de representação política digital, preenchendo a lacuna de estudos específicos da população preta, desse modo saindo da perspectiva homogenia da categoria negro, lançando luz sobre a relação entre a as temáticas raciais e a construção da comunicação mediada desta elite frente a população brasileira.

Esta dissertação buscou entender e compreender os aspectos dos fenômenos da representação discursiva a partir de uma metodologia mista. Assim, as limitações desta pesquisa estão no fato de não trazer os mecanismos das relações causais das associações entre os indicadores propostos, além disso, faz-se necessário em estudos futuros: a análise mais aprofundada da relação de gênero presente nesta construção; a comparação com outros grupos; teste de hipóteses e pôr fim a introdução de entrevistas com os deputados ou equipe de comunicação para compreender mais a fundo a intenção da representação discursiva contida nas publicações.

## REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, M.; PEREIRA, G.; ALICE, M.; FERREIRA, S. Ainda Invisíveis? Eleições 2018 e a Questão Indígena no Twitter. **Revista Sul-Americana de Ciência Política**, v. 4, n. 2, p. 213–228, 2018.
- AGGIO, C. D. O. Comunicação eleitoral “desintermediada”, mas o quão realmente interativa? **E-Compós**, v. 23, p. 1–18, 2020.
- AGGIO, C. D. O. Os candidatos ainda evitam a interação? Twitter, Comunicação Horizontal e Eleições Brasileiras. **E-Compós**, v. 18, n. 1, p. 1–22, 2015.
- ALMEIDA, Helga do Nascimento. **Representantes, representados e mídias sociais. Mapeando o mecanismo de agendamento informacional**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2017.
- AMARAL, Marcelo Santos; PINHO, José Antonio Gomes de. Eleições Parlamentares no Brasil: O Uso do Twitter na Busca por Votos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 4, p. 466-486, 2018.
- ANITA BAPTISTA, Erica et al. A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. **Lumina**, v. 13, n. 3, p. 29-46, 2019.
- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; TRAVIESO-RODRÍGUEZ, Crispulo; SANTOS, Sarah Rúbia de Oliveira. Comunicação e participação política no Facebook: análise dos comentários em páginas de parlamentares brasileiros. **Informação & Sociedade: estudos**, v. 27, n. 2, p. 279-290, 2017.
- BECKER, Theodore L.; BECKER, Ted D.; SLATON, Christa D. The Future of Teledemocracy. **Westport**, CT: Praeger. 2000
- BENNETT, W. Lance. **News: The Politics of Illusions**. 20 ed. New York: Pearson, 2016.
- BERNARDES, C. B.; LESTON-BANDEIRA, C. Information vs Engagement in parliamentary websites – a case study of Brazil and the UK. **Revista de Sociologia e Política**, v. 24, n. 59, p. 91–107, 2016.
- BOS, Angela L.; VAN DOORN, Bas W.; NELSON, Kjersten. Who is in the picture? The gender composition of images of Congress in party caucus Twitter feeds and online media. **Politics, Groups, and Identities**, v. 6, n. 4, p. 788-801, 2018.
- BOSSETTA, Michael. The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S.. **Journalism & Mass Communication Quarterly Election**, v.1, n. 26, p. 1-26, 2018.
- BOWEN, Daniel C.; CLARK, Christopher J. Revisiting descriptive representation in Congress: Assessing the effect of race on the constituent–legislator relationship. **Political Research Quarterly**, v. 67, n. 3, p. 695-707, 2014.

BRAGA, S. S.; NICOLÁS, M. A. Prosopografia a partir da web: avaliando e mensurando as fontes para o estudo das elites parlamentares brasileiras na internet. **Revista de Sociologia e Política**, v. 16, n. 30, p. 107–130, 2008.

BRAGA, S., & CRUZ, L. C. (2012). Elites parlamentares e novas tecnologias: Um estudo sobre o uso da internet pelos deputados estaduais brasileiros da 16ª legislatura (2007-2011) [Texto para discussão, nº 4]. Curitiba, PR: UFPR.

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**, v. 26, p. 7-62, 2018.

BUCHER, Taina et al. The affordances of social media platforms. **The SAGE handbook of social media**, p. 233-253, 2017.

BUENO, N.&DUNNING, T., 2013. Race, Resources, and Representation: Evidence from Brazilian Politicians. In **Seminário Race, class, and representation: evidence from Brazilian politicians**. São Paulo.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Número de deputados negros cresce quase 5%**. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/545913-numero-de-deputados-negros-cresce-quase-5/>>. Acessado em: fevereiro de 2020.

CAMPOS, L.A. & MACHADO, C., 2015a. A cor dos eleitos: determinantes da sub-representação política dos não brancos no Brasil. **Revista Brasileira de Ciência Política**, 16, pp.121-151. DOI: 10.1590/0103-335220151606

CAMPOS, L.A. & MACHADO, C., 2017. O que afasta pretos e pardos da representação política? Uma análise a partir das eleições legislativas de 2014. **Revista de Sociologia e Política**, v. 25, n. 61, p. 125-142.

CANON, David T.; POSNER, Richard A. **Race, redistricting, and representation: The unintended consequences of black majority districts**. University of Chicago Press, 1999.

CARLOMAGNO, Márcio C.; DA ROCHA, Leonardo Caetano. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 7, n. 1, 2016.

CASTIGLIONE, D.; WARREN, M.E. Rethinking Democratic Representation: Eight Theoretical Issues. Texto apresentado no seminário **Rethinking Democratic Representation, Centre for the Studies of Democratic Institutions**, University of British Columbia, 18-19 de maio de 2006.

CODATO, A.; BERLATTO, F.; BOLOGNESI, B. Tipologia dos políticos de direita no Brasil: uma classificação empírica. **Análise Social**, v. LIII, n. 229, p. 870–897, 2018.

COLEMAN, Stephen. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age. **New Media & Society**, v. 7, n. 2, p. 177-198, 2005.

CONNERS, Joan L. Visual representations of the 2004 presidential campaign: Political cartoons and popular culture references. **American Behavioral Scientist**, v. 49, n. 3, p. 479-487, 2005.



COSTA, Luiz Domingos; BOLOGNESI, Bruno; CODATO, Adriano. Variáveis sobre o recrutamento político e a questão de gênero no Parlamento brasileiro. **working papers/textos para discussão. Observatório de elites políticas e sociais do Brasil. NUSP/UFPR**, n. 7, maio 2013. p. 1-20.

DA SILVA TAROUÇO, Gabriela; MADEIRA, Rafael Machado. Esquerda e direita no sistema partidário brasileiro: análise de conteúdo de documentos programáticos. **Revista Debates (UFRGS)**, 2013.

DANCEY, Logan; MASAND, Jasmine. Race and representation on Twitter: members of congress' responses to the deaths of Michael Brown and Eric Garner. **Politics, Groups, and Identities**, 2017.

DE OLIVEIRA POZOBON, Rejane; RIBEIRO, Andressa Dembogurski. Lula 2018: estratégias de campanha permanente no Facebook. **Logos**, v. 26, n. 1, 2019.

DEARING, James W.; ROGERS, Everett M.; ROGERS, Everett. **Agenda-setting**. Sage, 1996.

DISCH, Lisa. The “Constructivist Turn” in democratic representation: A normative dead-end?. **Constellations**, v. 22, n. 4, p. 487-499, 2015.

DRYZEK, John S.; NIEMEYER, Simon. Discursive representation. **American political science review**, p. 481-493, 2008.

EKMAN, Mattias; WIDHOLM, Andreas. Political communication in an age of visual connectivity: Exploring Instagram practices among Swedish politicians. **Northern Lights**, v. 15, p. 15-32, 2017.

ELLIS, William Curtis; WILSON, Walter Clark. Minority chairs and congressional attention to minority issues: The effect of descriptive representation in positions of institutional power. **Social Science Quarterly**, v. 94, n. 5, p. 1207-1221, 2013.

FERES JÚNIOR, João. Ação afirmativa no Brasil: fundamentos e críticas. **Revista Econômica**, v. 6, n. 2, 2004.

FILIMONOV, Kirill; RUSSMANN, Uta; SVENSSON, Jakob. Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. **Social Media + Society**, n. 1, v. 11, p. 1-11, ago. 2016.

GAINOUS, Jason; WAGNER, Kevin M. **Tweeting to power: The social media revolution in American politics**. Oxford University Press, 2013.

GAMBLE, Katrina L. Black political representation: An examination of legislative activity within US House committees. **Legislative Studies Quarterly**, v. 32, n. 3, p. 421-447, 2007.

GERSHON, S. A. Communicating female and minority interests online: A study of web site issue discussion among female, Latino, and African American members of congress. **International Journal of Press/Politics**, v. 13, n. 2, p. 120-140, 2008.

GERVAIS, Bryan T.; WILSON, Walter C. New media for the new electorate? Congressional outreach to Latinos on Twitter. **Politics, Groups, and Identities**, 2017.

GILLION, Daniel Q. **Governing with words: The political dialogue on race, public policy, and inequality in America**. Cambridge University Press, 2016.

GOLBECK, Jennifer; GRIMES, Justin M.; ROGERS, Anthony. Twitter use by the US Congress. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 61, n. 8, p. 1612-1621, 2010.

GOMES, W.; MAIA, R. C. M.. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

GOMES, Wilson et al. " Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. **Revista de Sociologia e Política**, v. 17, n. 34, p. 29-43, 2009.

GRABER, Doris A. **Processing politics: Learning from television in the Internet age**. University of Chicago Press, 2012.

GROSSMAN, Lawrence K. **The electronic republic: Reshaping democracy in the information age**. Viking Penguin, 1995.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. Democracia racial. **Cadernos Penesb, Niterói**, v. 4, p. 33-60, 2002.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. **Racismo e anti-racismo no Brasil**. Editora 34, 1999.

HILL, Charles A. The psychology of rhetorical images. **Defining visual rhetorics**, p. 25-40, 2004.

HORTA, Cláudia Júlia Guimarães; DUFLOTH, Simone Cristina; FREITAS, Diego Roger Ramos. **Características socioeconômicas da população e de seus representantes eleitos nas assembleias legislativas brasileiras: análise de convergência entre perfis**. 2016.

JOHNSON III, Ollie A. Representação racial e política no Brasil: parlamentares negros no Congresso Nacional (1983-99). **Estudos afro-asiáticos**, n. 38, p. 7-29, 2000.

JOSCHKO, V.; GLASER, L. A new approach to map and quantify representative claims and measure their validation: A case study analysis. **Politics and Governance**, v. 7, n. 3, p. 137-151, 2019.

KOPACZ, Maria A.; LAWTON, Bessie Lee. Talking about the YouTube Indians: Images of Native Americans and viewer comments on a viral video site. **Howard Journal of Communications**, v. 24, n. 1, p. 17-37, 2013.

LALANCETTE, Mireille; RAYNAULD, Vincent. The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. **American Behavioral Scientist**, v. 63, n. 7, nov. 2017.

LASSEN, David S.; BROWN, Adam R. Twitter: The electoral connection?. **Social science computer review**, v. 29, n. 4, p. 419-436, 2011.

LESTON-BANDEIRA, Cristina. The impact of the internet on parliaments: a legislative studies framework. **Parliamentary Affairs**, v. 60, n. 4, p. 655-674, 2007.

LIEBHART, Karin; BERNHARDT, Petra. Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. **Media and Communication**, v. 5, n. 4, p. 15-25, 2017.

LIPSITZ, George. **The possessive investment in whiteness: How white people profit from identity politics**. Temple University Press, 2006.

MAIA, R. C. M. Non-Electoral Political Representation: Expanding Discursive Domains. **Representation**, v. 48, n. 4, p. 429–443, 2012.

MAIA, Rousiley . Internet e esfera civil: Limites e alcances da participação política. In: MAIA, Rousiley; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco (Orgs.). **Internet e Participação Política no Brasil**, Sulina, 2011.

MARIOTO, D. **Banco de dados da codificação da conta oficial do Twitter da Dissertação: BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS**. figshare, 18 maio 2021. Disponível em: <[https://figshare.com/articles/dataset/Banco\\_de\\_dados\\_da\\_codifica\\_o\\_da\\_conta\\_oficial\\_do\\_Twitter\\_da\\_Disserta\\_o\\_BLACK-OUT\\_PARLAMENTAR\\_O\\_PROCESSO\\_DE\\_REPRESENTA\\_O\\_DOS\\_DEPUTADOS\\_FEDERAIS\\_AUTODECLARADOS\\_PRETOS\\_DA\\_56\\_LEGISLATURA\\_BRASILEIRA\\_FRENTE\\_A\\_COMUNICA\\_O\\_EM\\_AMBIENTES\\_DIGITAIS/14141462/1](https://figshare.com/articles/dataset/Banco_de_dados_da_codifica_o_da_conta_oficial_do_Twitter_da_Disserta_o_BLACK-OUT_PARLAMENTAR_O_PROCESSO_DE_REPRESENTA_O_DOS_DEPUTADOS_FEDERAIS_AUTODECLARADOS_PRETOS_DA_56_LEGISLATURA_BRASILEIRA_FRENTE_A_COMUNICA_O_EM_AMBIENTES_DIGITAIS/14141462/1)>. Acesso em: 21 maio. 2021

MARIOTO, D. **Banco de dados do perfil Sócio-político e da presença digital da Dissertação: BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS**. figshare, 18 maio 2021. Disponível em: <[https://figshare.com/articles/dataset/Banco\\_de\\_dados\\_do\\_perfil\\_S\\_cio-pol\\_tico\\_e\\_da\\_presen\\_a\\_digital\\_da\\_Disserta\\_o\\_BLACK-OUT\\_PARLAMENTAR\\_O\\_PROCESSO\\_DE\\_REPRESENTA\\_O\\_DOS\\_DEPUTADOS\\_FEDERAIS\\_AUTODECLARADOS\\_PRETOS\\_DA\\_56\\_LEGISLATURA\\_BRASILEIRA\\_FRENTE\\_A\\_COMUNICA\\_O\\_EM\\_AMBIENTES\\_DIGITAIS/14141444/1](https://figshare.com/articles/dataset/Banco_de_dados_do_perfil_S_cio-pol_tico_e_da_presen_a_digital_da_Disserta_o_BLACK-OUT_PARLAMENTAR_O_PROCESSO_DE_REPRESENTA_O_DOS_DEPUTADOS_FEDERAIS_AUTODECLARADOS_PRETOS_DA_56_LEGISLATURA_BRASILEIRA_FRENTE_A_COMUNICA_O_EM_AMBIENTES_DIGITAIS/14141444/1)>. Acesso em: 21 maio. 2021

MARIOTO, D. **Livro de códigos da Dissertação: BLACK-OUT PARLAMENTAR: O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO DOS DEPUTADOS FEDERAIS AUTODECLARADOS PRETOS DA 56ª LEGISLATURA BRASILEIRA FRENTE A COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS**. figshare, 18 maio 2021. Disponível em: <[https://figshare.com/articles/dataset/Livro\\_de\\_c\\_digos\\_da\\_Disserta\\_o\\_BLACK-OUT\\_PARLAMENTAR\\_O\\_PROCESSO\\_DE\\_REPRESENTA\\_O\\_DOS\\_DEPUTADOS\\_FEDERAIS\\_AUTODECLARADOS\\_PRETOS\\_DA\\_56\\_LEGISLATURA\\_BRASILEIRA\\_FRENTE\\_A\\_COMUNICA\\_O\\_EM\\_AMBIENTES\\_DIGITAIS/14141417/1](https://figshare.com/articles/dataset/Livro_de_c_digos_da_Disserta_o_BLACK-OUT_PARLAMENTAR_O_PROCESSO_DE_REPRESENTA_O_DOS_DEPUTADOS_FEDERAIS_AUTODECLARADOS_PRETOS_DA_56_LEGISLATURA_BRASILEIRA_FRENTE_A_COMUNICA_O_EM_AMBIENTES_DIGITAIS/14141417/1)>. Acesso em: 21 maio. 2021

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camilla Quesada. Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook. **Compólitica**, v. 5, n. 2, p. 75-112, 2015.

- MICHELIS, Robert. **Los partidos políticos**. 3. ed. Buenos Ayres, Amorrortu, 1973.
- MIRANDA, Monique. **Classificação de raça, cor e etnia: conceitos, terminologia e métodos utilizados nas ciências da saúde no Brasil, no período de 2000 a 2009**. 137 f. Dissertação (Mestrado em Ciências na área de Saúde Pública) – Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Rio de Janeiro, 2010.
- MONT’ALVERNE, Camila; MITOZO, Isabele. MUITO ALÉM DA MAMADEIRA ERÓTICA: As notícias compartilhadas nas redes de apoio a presidenciáveis em grupos de WhatsApp, nas eleições brasileiras de 2018. In: **Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política**, 8., 2018. Brasília. Anais... Brasília, DF: Compolítica, 2019. Disponível em: <  
[http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4\\_Montalverne\\_Mitozo.pdf](http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4_Montalverne_Mitozo.pdf)>. Acesso em: fev 2020.
- MUGNAINI, Rogério et al. Panorama da produção científica do Brasil além da indexação: uma análise exploratória da comunicação em periódicos. **Transinformação**, v. 31, 2019.
- NEUENDORF, Kimberly A. Defining content analysis. **Content analysis guidebook**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.
- NORRIS, Pippa et al. (Ed.). **Passages to power: Legislative recruitment in advanced democracies**. Cambridge University Press, 1997.
- Núcleo da Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). (2020). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação: **pesquisa TIC Domicílios**, ano 2019: Dicionário de variáveis. Disponível em:  
<http://cetic.br/arquivos/domicilios/2019/domicilios/#documentacao>.
- O’CONNELL, David. # Selfie: Instagram and the United States Congress. **Social Media+ Society**, v. 4, n. 4, p. 2056305118813373, 2018.
- OLIVEIRA, Maria Carolina Lopes de. **Accountability e plataformas digitais de redes sociais: o caso do governo do Distrito Federal no Facebook**. 2018. 97 f., il. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) — Universidade de Brasília, Brasília, 2018.
- ORIHUELA. Twitter y el boom del microblogging. In: **Perspectivas del mundo de la comunicación**. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, 2007.
- PAIXÃO, M., CARVANO, LM. Censo e demografia: a variável cor ou raça no interior dos sistemas censitários brasileiros. In: PINHO, AO., SANSONE, L., orgs. **Raça: novas perspectivas antropológicas**. 2nd ed. rev. Salvador: EDUFBA, 2008, pp. 25-61.
- PARMELEE, John H.; BICHARD, Shannon L. **Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship Between Political Leaders and the Public**. Lexington Books, 2012.
- PENTEADO, Claudio Luis de Camargo. Facebook e campanha eleitoral digital. **Em Debate: Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política**: ano 4, n. 4, 2012.
- PENTEADO, Claudio Luis de Camargo. Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades. **Revista USP**, n. 90, p. 6-23, 2011.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; LERNER, Celina. A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff. **Debate: Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política, Belo Horizonte**, v. 10, n. 1, p. 12-24, 2018.

PEREIRA, M. A.; SANTOS, MANOEL LEONARDO; BERNARDES, C. B. Parlamentares conectados: um estudo sobre a utilização de tecnologias de informação e comunicação (TICs) na Câmara do Deputados ( 2014 / 2018 ). **2º congresso do INCT.DD**, p. 1–44, 2019.

PEREIRA, Marcus Abílio. Internet e mobilização política: os movimentos sociais na era digital. **Encontro da Compolítica**, v. 4, p. 1-26, 2011.

PEREIRA, Natasha B. et al. **Sob o piado do Twitter: o novo tom das campanhas eleitorais com a difusão da internet no Brasil**. 2013. (Tese de Doutorado. Dissertação de mestrado). Curso de Mestrado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

PETIT, P. Varieties of public representation. In: SHAPIRO, I.; STOKES, S.C.; WOOD, E.J.; KIRSHNER, A.S. (eds.). **Political Representation**. Nova York: Cambridge University Press, 2009, p. 61-89.

PHILIPS, ANNE. 1995. **The Politics of Presence**. Oxford: Oxford University Press.

PITKIN, Hanna F. **The concept of representation**. Univ of California Press, 1967.

REYES, A. B.; ÁLVAREZ, S. L. Representaciones de candidatas parlamentarias en nuevos medios de comunicación. **Cuadernos.info**, n. 39, p. 67–86, 2016.

ROSSETTO, Graça Penha Nascimento; CARREIRO, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Compolítica**, v. 3, n. 2, p. 189-216, 2013.

SAMPAIO, R. C.; BOZZA, G. A. ; ALISON, M. B. ; MARIOTO, D. J. F. ; BORGES, T. P. F. S. . Instagram e eleições: os stories dos presidentiáveis do Brasil em 2018. **ANIMUS**, v. 19, p. 178-204, 2020. SANDBERG, Linn A. C.; ÖHBERG, Patrik. The role of gender in online campaigning: Swedish candidates' motives and use of social media during the European election 2014. **Journal of Information Technology & Politics**, v. 14, n. 4, p. 314-333, 2017.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; BRAGATTO, Rachel Callai; NICOLÁS, Maria Alejandra. A construção do campo de internet e política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 21, p. 285-320, 2016.

SAWARD, M. **The Representative Claim**. Nova York: Oxford University Press, 2010.

SCHILL, D. The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. **Review of Communication**, v. 12, n. 2, p. 118–142, abr. 2012.

SELVA-RUIZ, David; CARO-CASTAÑO, Lucía. Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política”. **El profesional de la información**, v. 26, n. 5, pp. 903-915, 2017.

SHPAKOVSKAYA, A. E-representation: the case of blogging people's Congress deputies in China. **Journal of Chinese Governance**, v. 4, n. 4, p. 390–405, 2019.

SILVA, E. A. B.; BUENO, E. L. Internet e política: os usos do Twitter pelos vereadores de Belo Horizonte. In: III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2009, São Paulo. **Anais III Congresso Compolítica**, 2009.

SILVA, Fernando Wisse Oliveira. **Personalização da representação política: um estudo sobre as estratégias de comunicação dos deputados Marco Feliciano e Jean Wyllys no Twitter**. 2015. 283 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Fortaleza (CE), 2015.

SILVA, Tarcízio. Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código. In: \_\_\_\_\_. **Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos**. São Paulo: Editora LiteraRUA, 2020. p. 120-137.

SINCLAIR-CHAPMAN, Valeria. **Symbols and substance: How black constituents are collectively represented in the United States Congress through roll-call voting and bill sponsorship**. 2002. Tese de Doutorado. The Ohio State University.

SOARES, J. DE R. B. O papel do deputado federal na República Federativa brasileira. **Revista de informação legislativa**, v. 48, n. 191, p. 245–254, 2011. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/242918>>.

SOUTHERN, Rosalynd; HARMER, Emily. Twitter, incivility and “everyday” gendered othering: An analysis of tweets sent to UK Members of Parliament. **Social Science Computer Review**, p. 0894439319865519, 2019.

STAMPS, David. Race and media: A critical essay acknowledging the current state of race-related media effects research and directions for future exploration. **Howard Journal of Communications**, v. 31, n. 2, p. 121-136, 2020.

STATISTA. **Relatório**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>>. Acesso em: fevereiro de 2020.

STRAUS, Jacob R. et al. Communicating in 140 characters or less: Congressional adoption of Twitter in the 111th Congress. **PS, political science & politics**, v. 46, n. 1, p. 60, 2013.

STROMER-GALLEY, Jennifer. Interação on-line e por que os candidatos a evitam. In: MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, Camilo (Org.). **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2013. p. 29-62. 2013. (v. 1)

TATE, Katherine. **Black faces in the mirror: African Americans and their representatives in the US Congress**. Princeton University Press, 2018.

TILLERY, Alvin B. Tweeting racial representation: how the congressional Black Caucus used Twitter in the 113th congress. **Politics, Groups, and Identities**, p. 1-20, 2019.

TOWNER, Terri L.; MUÑOZ, Caroline Lego. Picture Perfect? The Role of Instagram in Issue Agenda Setting During the 2016 Presidential Primary Campaign. **Social Science Computer Review**, v. 5, n. 2, p. 1-16, 2017.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Repositório de dados eleitorais**. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais-1/repositorio-de-dados-eleitorais>>. Acesso em: fevereiro de 2020.

TURNBULL-DUGARTE. Selfies, Policies, or Votes? Political Party Use of Instagram in the 2015 and 2016 Spanish General Elections. **Social Media + Society**, p. 1-15.

URBINATI, N. **Representative Democracy: Principles and Genealogy**. Chicago e Londres: University of Chicago Press, 2008.

VIEIRA, M.B.; RUNCIMAN, D. **Representation**. Londres: Polity Press, 2008.

WATERLOO, Sophie F., et. al. Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. **New Media & Society**, v. 20, n. 5, p. 1813-1831, mai. 2017.

WEAVER, Andrew J.; ZELENKAUSKAITE, Asta; SAMSON, Lelia. The (non) violent world of YouTube: Content trends in web video. **Journal of Communication**, v. 62, n. 6, p. 1065-1083, 2012.

WHITBY, Kenny J. **The color of representation: Congressional behavior and black interests**. University of Michigan Press, 2000.

WILLIAMS, Joshua A.; SPIRO, Emma S. Tweeting the Japanese general election of 2014—A first look [Working Paper]. In: University of Washington Workshop on **Voting, Elections, and Electoral Systems**. 2015.

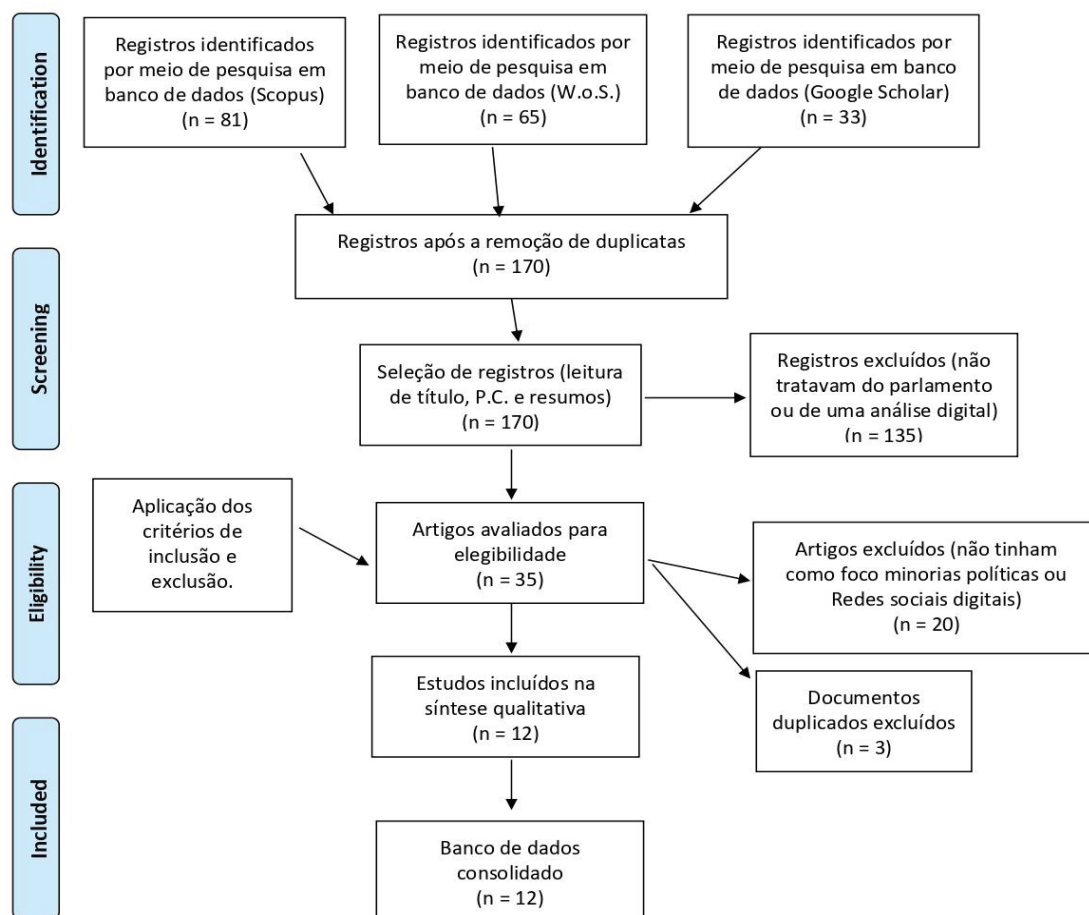
WILSON, Walter Clark. Descriptive representation and Latino interest bill sponsorship in congress. **Social Science Quarterly**, v. 91, n. 4, p. 1043-1062, 2010.

WINEINGER, Catherine. How can a black woman be a Republican? An intersectional analysis of identity claims in the 2014 Mia Love campaign. **Politics, Groups, and Identities**, p. 1-23, 2019.

YOUNG, IRIS MARION. **Inclusion and Democracy**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

## APÊNDICES

## APÊNDICE A – Diagrama de fluxo da revisão de escopo.


**PRISMA 2009 Flow Diagram – Dissertação Marioto (2021)**


From: Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, The PRISMA Group (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. PLoS Med 6(7): e1000097. doi:10.1371/journal.pmed1000097

For more information, visit [www.prisma-statement.org](http://www.prisma-statement.org).



## **APÊNDICE B** – Livro de códigos usado na dissertação.

Livro de códigos - Black-Out parlamentar: o processo de representação dos deputados federais autodeclarados pretos da 56ª legislatura brasileira frente a comunicação em ambientes digitais.

Este livro de códigos está dividido em três partes: A) indicadores políticos e institucionais; B) presença online; C) representação online. Foi construído primeiramente compreender o perfil sociopolítico dos deputados federais pretos a partir dos dados provenientes do TSE e da API da câmara dos deputados, em um segundo momento buscando compreender a presença digital desta elite, coletando os dados a partir de uma prosopografia digital e por fim, analisar postagens de parlamentares no Twitter, com o objetivo de entender o processo de representação entre eles e seus representados. Para a construção desse livro de códigos, foi usada como base três outras pesquisas, a primeira que observava o uso das TICs dentro do legislativo federal, a partir de entrevistas com os deputados (PEREIRA; SANTOS; BERNARDES, 2019), a segunda examina a utilização dos storys do Instagram pelos presidentiáveis nas eleições brasileiras de 2018 (SAMPAIO et al, 2020), ao passo que a terceira leva em conta os indicadores para a construção de um tipo de representante dentro das redes sociais digitais (SHPAKOVSKAYA, 2019).

### **A) Indicadores políticos e institucionais.**

#### **V1 - NOME\_URNA\_CANDIDATO**

*String com o nome do candidato que apareceu na urna de eleição.*

#### **V2 – Reeleição?**

*Se era o primeiro cargo como deputado federal.*

0 – Não

1 – Sim

#### **V3 - SIGLA\_UE**

*String com a sigla do estado ao qual o deputado está vinculado no TSE.*

**V4 - SIGLA\_PARTIDO**

String com a sigla do partido

**V5 - ideologia partido**

1 – Esquerda

2 – Centro-esquerda

3 – Centro

4 – Centro-direita

5 – Direita

**V6 – NOME\_PARTIDO**

String com o nome completo do partido político.

**V7 - NOME\_COLIGACAO**

String com o nome da coligação do deputado no momento da eleição.

**V8 - DESCRICAO\_OCUPACAO.**

String com a descrição da profissão informada ao TSE.

**V9 – Consolidado\_ocupação**

String com a consolidação e classificação das descrições profissionais.

1 - Político Profissional

2 - Campo da Comunicação

3 – Bancário

4 – Militar

5 – OUTROS

**V10 - IDADE\_DATA\_ELEICAO**

Idade do deputado na data da eleição (valor numérico ordinal)

**V11 - DESCRICAO\_SEXO**

Sexo informado pelos deputados.

1 – FEMININO

2 – MASCULINO

**V12 - DESCRICAO\_GRAU\_INSTRUCAO**

Grau de instrução informado pelos deputados ao TSE (ordinal).

1 - ENSINO FUNDAMENTAL COMPLETO

2 - ENSINO MÉDIO COMPLETO

3 - SUPERIOR INCOMPLETO

4 - SUPERIOR COMPLETO

**B) Representação digital.****V1 - Possui site?**

0 – Não

1 – Sim

**V2 – URL\_site**

String com a URL do site do deputado

**V3 - Possui Facebook?**

0 – Não

1 – Sim

**V4 – curtidas**

Valor numérico ordinal com a quantidade de curtidas na funpage

**V5 – seguidores**

Valor numérico ordinal com a quantidade de seguidores na funpage

**V6 – Url\_FB**

String com a URL da funpage no Facebook

**V7 – Possui Twitter?**

0 – Não

1 – Sim

**V8 – Twitter\_seguinto**

Valor numérico ordinal com a quantidade de “seguinto” na conta oficial.

**V9 - Twitter\_datadeentrada**

Mês e ano da criação da plataforma pelos deputados.

**V10 - Twitter\_atualização**

Frequência de publicações na plataforma

99 – Não se aplica

1 – Atualizações diárias

2 – Algumas vezes na semana

3 – Algumas vezes no mês

4 – Desatualizado a mais de 2 meses

**V11 – URL\_TT**

String com a URL do Twitter do deputado

**V12 - Possui Instagram?**

0 – Não

1 – Sim

**V13 – publicações\_Insta**

Quantidade de publicações da página oficial do Instagram do deputado.

**V14 – seguidores\_Insta**

Valor numérico com a quantidade de seguidores da página oficial do Instagram do deputado.

**V15 – seguindo\_Insta**

Valor numérico com a quantidade de seguindo da página oficial do Instagram do deputado.

**V16 – URL\_Insta**

String com a URL do Instagram do deputado

**V17 - Possui YouTube?**

0 – Não

1 – Sim

**V18 - youtube\_visualizacoes**

Valor numérico com a quantidade de visualizações gerais do canal do deputado no Youtube.

**V19 - youtube\_participandedesde**

Mês e ano de criação do canal no Youtube do deputado.

**V20 – URL\_YT**

String com a URL do Youtube do deputado

**V21 - Possui Outras redes?**

0 – Não

1 – Sim

**V22 - Possui Whtsapp?**

0 – Não

1 – Sim

**V23 – Numero\_Whats**

Número do telefone informado pelo deputado.

**V24 - Possui wikipedia?**

0 – Não

1 – Sim

**V25 – URL\_Wikipedia**

String com a URL do Wikipedia do deputado.

**C) Representação online.****1) Informações gerais****V2 – Nome do Parlamentar**

1 - ANTONIO BRITO

2 - BENEDITA DA SILVA

3 - BIRA DO PINDARÉ

4 - BISPO OSSESIO

5 - DAVID MIRANDA

6 - DR DAMIÃO

7 - HÉLIO COSTA

8 - HELIO FERNANDO BARBOSA LOPES

9 - JOSE AIRTON

10 - LÉO MOTTA

11 - LEONARDO MONTEIRO

12 - MARCIO MARINHO

13 - ORLANDO SILVA

14 - PASTOR ABILIO SANTANA

15 - PASTOR SARGENTO ISIDÓRIO

16 - PROFESSOR JOZIEL

17 - ROSANGELA GOMES

18 - SILVIA CRISTINA

19 - TALÍRIA PETRONE

20 - VALMIR ASSUNÇÃO

21 - VICENTINHO

**2) Características referentes a Conta do Parlamentar (Conectividade, interatividade e cotidianidade).**

**V3 – Ano de entrada no Twitter**

**Trazer apenas o ano**

**2.1) Conectividade**

**V4 – Número total de postagens feitas na conta (referente a data da coleta) (conectividade)**

**Apenas o número total de publicações**

**V5 – Total de seguidores da conta (conectividade)**

**Apenas o número total de seguidores**

**2.2) Interatividade**

**V6 – Quantidade de repostagens da publicação (Interatividade)**

**Apenas o número total de RT**

**V8 – Quantidade de Amei na publicação (interatividade)**

**Apenas o número total de Likes**

**2.3) Cotidianidade**

**V9 – frequência das publicações (cotidianidade)**

- 4 – Desatualizado (não posta há mais de 2 meses)
- 3 – Publicações mensais
- 2 – Publicações semanais
- 1 – Atualizações diárias

### **3) Representação e engajamento**

#### **V10 – Chamamento à participação**

- 0 – Não
- 1 – Sim

#### **V11 – Menciona alguma minoria político-social**

- 0 – Não
- 1 – Menciona um movimento social **não** relacionado a questões raciais
- 2 - Menciona um movimento social relacionado a questões raciais

#### **V12 – Post direcionado a um público específico?**

- 0 – Não
- 1 – Direcionado a frações não raciais
- 2 – Direcionados a frações raciais

### **4) Temáticas das postagens**

#### **V13 – temática política geral**

- 1 – Agenda & Informação Política
- 2 – Gerenciamento da Imagem Pessoal
- 3 – Críticas/ataques ao governo federal/ministros/aliados.
- 4 - Projetos e políticas públicas [policies]
- 5 – Outros



- 6 – Exaltar personalidades ou instituições.
- 8 – COVID-19
- 9 – Apoio/defesa ao governo federal/ministros/aliados.
- 10 – Acontecimentos e manifestações sociais.

**V14 – Apresenta temática racial?**

- 0 – Não
- 1 – Sim

**V14.1 – Qual temática racial apresenta?**

- 99 – Não se aplica
- 1 - Ações afirmativas/reparação histórica/igualdade racial
- 2 - Genocídio da população negra (necropolítica)/violência policial
- 3 - Mulheres negras
- 4 - Democracia racial
- 5 - Racismo
- 6 - Escravidão
- 7 - Branqueamento
- 8 – Religiões de matrizes africanas
- 9 – Memória e identidade negra.
- 10 – Outros.
- 11 – Quilombolas
- 12 – Ataques a população Negra (verbais/simbólicos)
- 13 – Não existe cor ou raça.

APÊNDICE C – Tipo representativo, indicadores e pontuação dos deputados federais pretos.

Parlamentar	Conectividade	Interatividade	Cotidianidade	Direcionados a		Apresenta temática racial	Pontuação	Tipo Representativo
				não raciais	raças raciais			
BENEDITA DA SILVA	Alto	Médio	Alto	Alto	Médio	Médio	18	Representante de um grupo específico
LEONARDO MONTEIRO	Baixo	Baixo	Médio	Médio	Baixo	Baixo	8	Autorepresentação/Autopromoção
ROSANGELA GOMES	Baixo	Baixo	Baixo	Médio	Baixo	Baixo	7	Autorepresentação/Autopromoção
VALMIR ASSUNÇÃO	Baixo	Baixo	Alto	Alto	Alto	Alto	17	Representante de um grupo específico
HELIO LOPES	Alto	Alto	Alto	Baixo	Baixo	Baixo	12	Representante entre o governo e a sociedade
BIRADO PINDARÉ	Médio	Baixo	Alto	Alto	Alto	Alto	21	Representante racial
DAVID MIRANDA	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	23	Representante racial
TALÍRIA PETRONE	Médio	Alto	Alto	Baixo	Alto	Alto	21	Representante racial
ORLANDO SILVA	Médio	Baixo	Alto	Baixo	Baixo	Baixo	9	Representantes do Povo e sua origem
VICENTINHO	Médio	Baixo	Alto	Baixo	Médio	Médio	11	Representantes do Povo e sua origem

Fonte: Autor

**APÊNDICE D** – Tabela com a faixa dos indicadores de direcionamento a frações raciais e não raciais em conjunto com a temática racial.

<u>Faixa dos Indicadores</u>	<u>Direcionado a frações não raciais</u>	<u>Direcionados a frações raciais</u>	<u>Apresenta temática racial</u>
Alto	> 11	> 19	> 22
Médio	09 - 11	12 - 19	15 - 22
Baixo	< 9	< 12	< 15

Fonte: Autor